



RECULL DE PREMSA

12/06/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

44



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Títular/Medio	Pág.	Docs.
12/06/14	Sergi Pàmies recull el premi Vázquez Montalbán / EL PUNT AVUI GIRONA (L'ESPORTIU)	6	1
12/06/14	L'EMOCIÓ D'UN OFICI. Marginedas, Espinosa, Vilanova i Pàmies, premisVázquez Montalbán / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	7	1
12/06/14	BAJO LA PIZARRA DEL 'MÍSTER' MANOLO. Sergi Pàmies y los enviados especiales Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricard García Vilanova reciben los premios Vázquez Montalbán / EL PAIS (EDICION CATALUÑA)	8	1
12/06/14	ELS PERIODISTES SEGRESTATS A SÍRIA REBEN EL PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN / ARA	9	1
12/06/14	MARGINEDAS REP EL PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	10	1
12/06/14	EL VÁZQUEZ MONTALBÁN, PARA SU HEREDERO' / MUNDO DEPORTIVO	11	1
12/06/14	PÀMIES RECIBE EL 'VÁZQUEZ MONTALBÁN' / SPORT	12	1
12/06/14	PREMIO AL PERIODISMO COMPROMETIDO / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	13	1
12/06/14	COL·LEGI DE PERIODISTES DE LLEIDA Reunión con los Mossos por la seguridad de los periodistas / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	14	1
12/06/14	VINDICAR LES REGLES DE L'OFICI / EL PUNT AVUI	15	1
12/06/14	ELS FONS DEL PERIODISTA CARLOS NADAL SERAN A L'ARXIU NACIONAL / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	16	1
12/06/14	EL COL·LEGI DE PERIODISTES A MANRESA OBRE CADA DIA A PARTIR D'AVUI / REGIO 7	17	1
12/06/14	PREMIO PARA MARGINEDAS, ESPINOSA Y GARCÍA VILANOVA / CANARIAS 7	18	1
12/06/14	PREMIO DE LA FUNDACIÓN / AS	19	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Títular/Medio	Pág.	Docs.
12/06/14	Iu Forn: «LA PREMSA LOCAL ÉS MÉS VALORADA PER LA GENT I SE LA CREU MÉS» / EL RIPOLLES	21	2
12/06/14	EL NEGOCIO DE 'LA ROJA': MUEVE MÁS DE 110 MILLONES AL AÑO / EL ECONOMISTA	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
12/06/14	BERTELSMANN PIDE UNA COMISIÓN QUE PERSIGA LAS WEBS ILEGALES / LA RAZON	24	2
12/06/14	EL 30 DE JUNY DESAPAREIXEN 'MATÍ A 4 BANDES' I 'DIRECTE 4.0' / ARA	26	1
12/06/14	LA ERA «POST-SNOWDEN» / LA RAZON	27	1
12/06/14	MÉS AUDIÈNCIA, MENYS INGRESSOS / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	28	1
12/06/14	LA JOVE PERIODISTA GEMMA SOLER POSARÀ L'ACCENT GIRONELLENC AL MUNDIAL DE BRASIL / REGIO 7	29	1
12/06/14	MÉS OIENTS PERÒ MENYS PUBLICITAT / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	30	1
12/06/14	HISPASAT GIRA UN SATÉLITE PARA QUE EL MUNDO VEA EL MUNDIAL / EL MUNDO (INNOVADORES)	31	2
12/06/14	LAS 'WEBS' DE NOTICIAS INUNDAN INDIA / EL PAIS (SELECCION THE NEW YORK TIMES)	33	1
12/06/14	BERTELSMANN ELOGIA LA GESTIÓN DE ATRESMEDIA / LA RAZON	34	1
12/06/14	RÀDIO AMB BONA SALUT / EL PUNT AVUI	35	1
12/06/14	EL CLÚSTER D'EFICIÈNCIA PREMIA AGUSTÍ SALA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	36	1
12/06/14	LA RÀDIO EN CATALÀ SUMA TRES MILIONS D'OIENTS, EL 75% DEL TOTAL / ARA	37	1
12/06/14	MÁS RADIO EN CATALUÑA, PERO CON MENOS PUBLICIDAD Y EMPLEADOS QUE EN 2007 / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	38	1
12/06/14	LA NUEVA PUBLICIDAD EXTERIOR / LA RAZON	39	1
12/06/14	BERTELSMANN CRITICA LA INGENIERÍA FISCAL / EL ECONOMISTA	40	1
12/06/14	EL FOTOPERIODISME ES TROBA A PALOL DE REVARDIT / EL PUNT AVUI (GIRONA)	41	1
12/06/14	RÀDIO 4 NO RENOVA TONI MARÍN I XANTAL LLAVINA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	42	1
12/06/14	PERIODISME INDEPENDENT / EL RIPOLLES	43	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



Salut econòmica. Josep Maria Bartomeu, en la reunió ordinària amb el Senat del Barça, va dir ahir que “el club és fort econòmicament” i que això és bàsic amb vista a la remodelació de la plantilla per tornar a construir un Barça guanyador

Un superàvit de 30 milions

Oriol Tortajada
 BARCELONA

“Tenim un club fort econòmicament. Podem afrontar el repte patrimonial del nou espai Barça i, sobretot, afrontar també una remodelació de la plantilla que ens garanteixi seguir apostant per l'excel·lència esportiva. S'han dit, s'estan dient i es diran moltes coses que us poden fer dubtar i que us poden portar a pensar que les coses no s'estan fent bé. Però podeu estar tranquils. Actuarem de l'única forma que sabem, aquella que hem après dels nostres pares. A la catalana. Tenim un full de ruta clar i molt acurat i construirem un equip que tornarà a il·lusionar.” Missatge de força de Josep Maria Bartomeu, paraules d'ànim i dosi d'optimisme directe al cor del barcelonisme. El president del FC Barcelona va reunir-se ahir al matí amb el Senat del club –l'òrgan consultiu estatutari que reuneix el miler de socis més antics–, a l'Auditori 1899, i allà va garantir el retorn a l'èxit després d'una mala temporada pel que fa a títols –només la supercopa d'Espanya– i va posar de manifest la salut econòmica del club, clau i necessària per edificar un nou Barça guanyador. I en aquest sentit, Bartomeu va anunciar un superàvit de 30 milions d'euros: “Encara no hem tancat l'exercici 2013/14, però puc avançar que superarem novament els 500 milions d'ingressos. Pel que fa als resultats ordinaris, preveiem estar en línia amb el pressupost i tancar amb uns beneficis al voltant dels 30 milions d'euros després d'impostos. Les despeses financeres han anat disminuint i la propera temporada està previst que sigui la darrera del préstec sindicat”.

Orgullós de la feina feta en tresoreria i autocrític en el tema esportiu, Bartomeu va admetre: “La temporada no ha estat bona pel que fa als resultats. No ha estat una temporada fàcil. Jo diria que ha estat la temporada més difícil



Josep Maria Bartomeu va reiterar ahir que el nou Barça de Luis Enrique il·lusionarà els culers ■ ORIOL DURAN

Sergi Pàmies recull el premi Vázquez Montalbán



A la tarda, Josep Maria Bartomeu va presidir l'acte de lliurament de la desena edició del premi internacional de periodisme Vázquez Montalbán, celebrat

al Col·legi de Periodistes de Catalunya i que en aquesta edició va recaure en la figura de l'escriptor i analista Sergi Pàmies (París, 1960). “Tinc l'honor de ser un dels primers

suplents de Montalbán. L'objectiu no era marcar els seus gols, sinó intentar no marcar-se gaires gols en pròpia porteria”, va dir Pàmies.

de la nostra història recent. A falta que acabi la temporada de bàsquet, hem guanyat 12 títols en les seccions professionals, però en futbol, el nostre motor esportiu, no hem

estat a l'altura.” Però alhora va voler llançar un missatge de positivisme a tota la *culerada*: “Ja tenim la primera pedra sobre la qual construir la remodelació esportiva del primer

equip. Luis Enrique és l'escollit per liderar aquesta nova etapa. Estem convençuts que és plenament capaç de dur a terme aquesta reconversió que ens portarà de nou als

Autocrític

Bartomeu va qualificar la temporada com la més difícil de la història recent

Res d'eleccions

El president va reiterar altre cop que acabarà el mandat per donar estabilitat

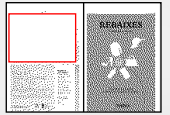
èxits i a veure el futbol que tots volem”. “Estem actuant amb mà ferma perquè volem un Barça guanyador, sanejat, honest, aglutinador, un Barça transparent, un Barça creïble, un Barça millor que sigui l'orgull de tots.”

Bartomeu, que va anunciar que l'última actualització del cens situa la massa social del club en 152.712 socis, va reiterar que d'eleccions anticipades, res de res: “Vaig assu-

mir la presidència, acceptant la gran responsabilitat que comporta l'exercici d'aquest càrrec. I vull fer-ho fins al final d'aquest mandat perquè vull donar estabilitat al club. Seguim creient en un projecte que vam iniciar el 2010 i que ens il·lusiona, ara més que mai.”

Respecte del cas Neymar, el màxim mandatari blaugrana va tornar a dir que tenen la consciència tranquil·la i va recordar: “Som l'únic club al món que hem explicat amb tota mena de detalls una operació de traspàs com aquesta”, en un acte de màxima transparència. I en referència a la sanció de la FIFA, va tornar a repetir que “el club lluitarà fins al final per defensar el model formatiu que representa la Masia”.

A l'acte, al qual van assistir 119 senadors, també hi van ser presents els vicepresidents Jordi Cardoner, Manel Arroyo i Jordi Mestre, i els directius Pau Vilanova, Ramon Pont, Toni Freixa, Pilar Guinovart i Silvio Elías. ■



Marginedas, Espinosa, Vilanova i Pàmies,
 premis Vázquez Montalbán

L'emoció d'un ofici

CARLES POVEDA
 Barcelona

El Col·legi de Periodistes de Barcelona va celebrar ahir el lliurament de premis Manuel Vázquez Montalbán. Des que es va crear el guardó, el 2004, en record de l'històric i polifacètic escriptor, s'han premiat personatges molt variats, però tots de gran projecció internacional. Noms il·lustres com el de Jordi Èvole o Ana Politkóvskaja, que ara torna ser objectiu mediàtic pel judici del seu assassinat el 2006, han estat distingits en edicions anteriors.

En aquesta, la desena, l'honor ha recaigut en Marc Marginedas (*El Periódico*), Javier Espinosa (*El Mundo*), i Ricardo García Vilanova (freelance), en cultura i política. En l'àmbit de periodisme esportiu, la distinció ha estat per a Sergi Pàmies, articulista de *La Vanguardia*.

Marginedas, Espinosa i García Vilanova van ser inesperadament notícia després que el setembre del 2013 els va segrestar un grup gihadista radical a Sí-

ria mentre exercien de corresponents en un dels països més convulsos del panorama polític actual. No van ser alliberats fins al març del 2014. Van ser gairebé sis mesos d'angoixa fins a l'alliberament, el mes de març passat. Ahir, tant Marginedas com Vilanova tenien un posat seriós, de vegades amb la mirada perduda. Potser és que el pensament de tant en tant els torna a les cel·les del desert siria. Encara és massa aviat.

Espinosa no hi va poder assistir perquè viu al Líban, però és més que probable que el seu gest fos tan gràfic com el dels seus companys. Malgrat la seva absència, no es va voler estar de transmetre un missatge per boca de Vilanova. "Síria és la tragèdia més gran de la humanitat en el moment actual. Ni tan sols situacions com les de l'Iraq no hi són comparables. Vull transmetre el meu reconeixement al poble siria, tan castigat durant tant de temps. Ells no poden fugir, continuen allà". Les paraules d'Espinosa tremolaven en la veu d'un Vilanova emocionat en recordar aquells gairebé 200 dies de presi-



XAVIER GÓMEZ

García Vilanova, Marginedas i Pàmies amb el premi, en absència d'Espinosa, que és al Líban

Pàmies va trencar l'ambient gèlid amb fina ironia després de les paraules de Marginedas i Vilanova

di. Marginedas va parlar en la mateixa línia. No va voler oblidar-se de tots els que són a Síria, sempre ajudant. "Vull dedicar aquest premi als activistes. Són els autèntics herois, perquè no se'n van a casa. Són allà un dia i un altre i un altre sota una terri-

ble pressió". Els flaixos de les càmeres, frenètics, els van acomiadar mentre mig aclucaven els ulls amb un gest adust.

Més alegre va ser la cerimònia per a Sergi Pàmies, que va veure recompensada una trajectòria de més de 20 anys com a analista esportiu a *El País* primer i després a *La Vanguardia*. Amb el seu to irònic habitual, va trencar el gel que s'havia format a la sala després de les paraules de Marginedas i Vilanova. "Aquesta és una temporada nefasta per al FC Barcelona. Va perdre la Lliga contra l'Atlètic de Madrid al Camp Nou i ara guanyo jo

aquest premi", va dir entre les rialles de la sala. Va dedicar una part de la intervenció al seu "admirat" Vázquez Montalbán, de qui va dir que li hauria agradat veure el Barça de Ronaldinho, Messi, Guardiola, Xavi o Iniesta, ja que "era molt culer": "El seu punt de vista continua sent necessari. No sempre sabem parlar amb la llibertat necessària per discutir el patrocini de Qatar, el projecte del Camp Nou o la tramoia de xifres en el fitxatge de Neymar". Pàmies va rebre el premi de mans del president del Barça, Josep Maria Bartomeu.●



Bajo la pizarra del 'míster' Manolo

Sergi Pàmies y los enviados especiales Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricard García Vilanova reciben los premios Vázquez Montalbán

CARLES GELI, Barcelona

Las democráticas o son sociedades informadas o no son tales. Era una de las divisas vitales y profesionales de Manuel Vázquez Montalbán. Y es también el hilo que liga al escritor Sergi Pàmies y a los reporteros Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricard García Vilanova, el primero desde el ámbito del periodismo deportivo; los otros tres, como enviados especiales y unidos por la espeluznante experiencia de su secuestro en Siria; todos premio Manuel Vázquez Montalbán de Periodismo, que recibieron ayer en Barcelona.

"Lo acepto, por extensión, como reconocimiento a los periodistas que hoy siguen trabajando en Siria, una de las mayores tragedias desde la Segunda Guerra Mundial, en nada comparable a Irak y, sin duda, el conflicto más complicado de mi carrera", afirmó el ausente Espinosa, curtido periodista de *El Mundo*, a través



García Vilanova (izquierda), Marginedas y Pàmies, ayer. / C. BAUTISTA

de la voz del fotoperiodista García Vilanova. El no menos baqueteado en conflictos Marginedas, de *El Periódico*, se acordó de los *free-lance* que trabajan en Siria "con una precariedad de medios terrible" y de los activistas locales, "héroes auténticos: nosotros acabamos

yéndonos, ellos se quedan".

La lista de predecesores de estos premios —que, convocados por los grupos editoriales Planeta y Penguin Random House, los diarios EL PAÍS y *El Periódico*, la Fundación del FC Barcelona y el Col·legi de Periodistes de Catalunya, ya

han llegado a su décima edición— intimidaron tanto a Pàmies "como una entrada de Migueli".

El escritor siguió la pizarra del entrenador Vázquez Montalbán. Agudo, crítico y con humor, esbozó virtudes y miserias del periodismo deportivo que practica desde hace casi 20 años, cuando debutó en estas páginas supliendo la ausencia inesperada un día del *míster* Manolo. "Fui su primer suplente", recordó. Tenía claro que se trataba de "no hacerse autogoles", por lo que siguió siempre las premisas de Vázquez Montalbán: "Poner algo de humor e ironía en momentos complicados y dosis analíticas con funciones antieufóricas en momentos de locura colectiva". Lo hizo aquí y en Catalunya Ràdio y TV-3, como hoy en los medios del Grupo Godó.

No son los mejores tiempos para la prensa deportiva, en los que se busca "más impactos que información pausada", en un contexto laboral "de una productividad y

una visibilidad impensables hace dos décadas", con las consiguientes vulneraciones laborales; donde "información y opinión han invertido su porcentaje" y se le pide al periodista, por parte de los clubs, "la mayor discreción y más compromiso que nunca". Resultado: muchos se enfundan "la camiseta de la militancia, que quizá nos dé resultados a corto pero que nos quemará a largo plazo", soltó Pàmies al *estilo Migueli* ante la sonrisa estoica del presidente del Barça, Josep Maria Bartomeu.

Quizá el oficio está faltado de referentes y cree que "Manolo, en esto, nos ayudaría". En cualquier caso, él ya está metido de lleno en el partido, "intoxicado por el entorno y con informaciones que no puedo decir; duermo con la radio puesta en las tertulias nocturnas y ya me he separado", recitó.

Asegura Pàmies que en esto del periodismo deportivo usa la misma estrategia de cuando chico: "Miraba los partidos desde la banda porque ahí mandaban el dueño de la pelota y los más grandes. Expectante, iba corriendo a recoger la pelota cuando salía y la devolvía con una gran sonrisa; al final, me dejaban jugar un rato si no me marcaba en propia puerta". Nunca lo ha hecho.



elradar



Ricardo García Vilanova, Marc Marginedas i Sergi Pàmies, ahir. ACN

Els periodistes segrestats a Síria reben el Premi Vázquez Montalbán

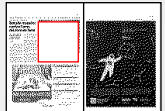
JOAN CALLARISSA
BARCELONA

El Col·legi de Periodistes va entregar ahir el X Premi Manuel Vázquez Montalbán en l'apartat de periodisme cultural i polític i també el dedicat al periodisme esportiu. Els guardonats en la primera categoria són els periodistes Marc Marginedas, Javier Espinosa -que no va poder anar-lo a recollir- i Ricardo García Vilanova. Tots tres van ser segrestats a Síria mentre exercien la seva feina i posteriorment van ser alliberats. "Dedico el premi als periodistes *freelance* que cobreixen la guerra de Síria amb una gran precarietat de mitjans i que intenten transmetre la tragèdia humana que s'hi viu", va recordar Marginedas durant el seu discurs.

Per la seva banda, Sergi Pàmies, que va ser premiat en la categoria de periodisme es-

portiu -una distinció convocada conjuntament pel Col·legi de Periodistes i la Fundació FC Barcelona-, aconsegueix una distinció que han rebut noms propis de la informació esportiva com, per exemple, Nick Hornby, Joaquim Maria Puyal i Eduardo Galeano. Pàmies va néixer a París el 1960 i és autor de nombrosos llibres, contes i novel·les.

El jurat del premi Vázquez Montalbán de periodisme cultural i polític va decidir per unanimitat donar el premi als periodistes segrestats a Síria. El jurat està integrat per Josep Maria Martí (Col·legi de Periodistes de Catalunya), Miguel Aguilar (Random House), Joan Manuel Perdigó (*El Periódico*), Carles Revés (Planeta), que delega el vot en el representant del Col·legi, i Tomàs Delclós (*El País*), que actua com a secretari del jurat. Marginedas exerceix de periodista per a *El Periódico*, Espinosa per a *El Mundo* i García Vilanova és *freelance*.



CARLOS MONTAÑÉS

|| || MARGINEDAS REP EL PREMI VÁZQUEZ MONTALBÁN

Barcelona • El Col·legi de Periodistes de Catalunya va entregar ahir el X Premi Manuel Vázquez Montalbán a Marc Marginedas, Javier Espinosa i Ricard Garcia Vilanova,

segrestats a Síria mentre exercien la seva feina i posteriorment alliberats. El jurat va assenyalar que els tres reporters «ens recorden la noblesa de la nostra professió i la necessitat que sempre hi hagi testimonis

presencials». L'acte, al qual no va poder assistir Espinosa (a la foto, Vilanova i Marginedas), va ser un reconeixement al «compromís professional de tots els corresponents», va indicar el jurat.



Acto de entrega del Premio Vázquez Montalbán de la Fundació FC Barcelona

FOTO: E. OMEDES

➔ Sergi Pàmies recoge la X edición del premio de periodismo de la Fundació FCB

El Vázquez Montalbán, para su 'heredero'

➔ Con el paso del tiempo, las referencias y citas de Manuel Vázquez Montalbán en la entrega anual del premio de la Fundació FC Barcelona de periodismo deportivo instituido con su nombre y apellidos han enriquecido por encima de cualquier previsión la memoria de un barcelonista único como lo fue él, periodista, ensayista, literato y poeta.

Ayer especialmente, flotó en la atmósfera del Col·legi de Periodis-

tes que la X edición se la llevaba quien pasa por ser su heredero y más distinguido discípulo, Sergi Pàmies, quien si admitió haber sido "el suplente cuando el diario El País le pidió los primeros artículos los días que Manolo no tenía disponibilidad". Pàmies respondió a la nominación con una brillante crónica de su advenimiento al periodismo deportivo y su sentido de pertenencia a "esta tribu". El Conseller de Cultura Ferran

Mascarell reconoció que "gracias a Vázquez Montalbán, los progres nos atrevimos a decir que nos gustaba el fútbol". Asistieron los vicepresidentes Carles Vilarrubí y Manel Arroyo y los vicepresidentes de la Fundació Ramon Pont y Ramon Cierco, así como varios patronos. En el mismo acto se galardonó a los periodistas Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricardo García Vilanova en la categoría de periodismo generalista ●



Pàmies, entre el conseller Mascarell y el presidente Bartomeu // FC BARCELONA

Pàmies recibe el 'Vázquez Montalbán'

J. G.
BARCELONA

El escritor y periodista **Sergi Pàmies** recibió ayer en el Colegio de Periodistas de Catalunya la décima edición del Premio Internacional de Periodismo 'Manuel Vázquez Montalbán' en su versión de periodismo deportivo con la presencia del presidente del Barça, **Josep Maria Bartomeu**.

Pàmies, reconocido barcelo-

nista, recoge el testigo de **Nick Hornby**, premiado en 2012. "La lista de predecesores me intimida mucho", admitió **Pàmies**, que recordó que tiene el honor "de ser uno de los primeros suplentes de Vázquez Montalbán, con el objetivo no de marcar muchos goles, sino de no marcarse demasiados en propia meta".

Bartomeu, por su parte, destacó calificó a Pàmies de "heredero intelectual de la obra de Montalbán" y destacó que los premios

"ya están plenamente consolidados, después de diez ediciones". También aseguró que "Vázquez Montalbán estaría orgulloso del trabajo que empezó con su difusión de la esencia del club".

El jurado del premio, organizado por la Fundación del Barça y por el Colegio de Periodistas, concedió el galardón a **Pàmies** por "interpretar el legado de Montalbán, además de preservar su herencia intelectual y el ejercicio de un periodismo crítico, profundo y transversal". ■



ANTONIO MORENO

Premio al periodismo comprometido

Los periodistas Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricardo García Vilanova recibieron ayer el «X Premio Internacional de Periodismo

Manuel Vázquez Montalbán», en el Colegio de Periodistas de Cataluña, en un acto presidido por el consejero de Cultura, Ferrán Mascarell.

Los periodistas recibieron el galardón en reconocimiento a su labor comprometida en zonas de conflicto, según la decana Neus Bonet.



IMÁGENES DE ACTUALIDAD



COL·LEGI DE PERIODISTES DE LLEIDA

Reunión con los Mossos por la seguridad de los periodistas

LLEIDA • Responsables del Col·legi se reunieron Mossos por los ataques contra periodistas y alertan que hay que usar chaleco en las manifestaciones.



SELENA GARCÍA

Campaña de donación de sangre en el IEL de Lleida

LLEIDA • Los donantes de sangre pudieron acudir ayer al Institut d'Estudis Ilerdencs de Lleida para hacer su aportación solidaria al Banc de Sang.



Ricard Garcia Vilanova, Marc Marginedas i Sergi Pàmies, premiats ahir al Col·legi de Periodistes ■ ACN

Vindicar les regles de l'ofici

Guardonen amb el Vázquez Montalbán els periodistes segrestats a Síria

G.B.
BARCELONA

El Col·legi de Periodistes va entregar ahir el X Premi Manuel Vázquez Montalbán en l'apartat de periodisme cultural i polític, a Marc Marginedas, Javier Espinosa —que no el va poder recollir— i Ricardo Garcia Vilanova, segrestats a Síria sis mesos i posteriorment alliberats. Marginedas va dedicar el guardó als *freelance* que cobreixen la guerra de Síria

“amb una gran precarietat de mitjans i que intenten transmetre la tragèdia humana que allí s'hi viu”.

La degana del Col·legi, Neus Bonet, va ressaltar dels premiats haver “atès sempre les regles de l'ofici: ser allà on sorgeix la notícia, observar, preguntar, comprendre i explicar”.

En l'acte del jurat es destacava que premi és una reivindicació de la figura del periodista com “a testimoni presencial i de la necessitat de no acomodar-se a les notícies redaccionals manllevades”. Sergi Pàmies va ser guardonat en la categoria de periodisme esportiu. ■



Els fons del periodista Carlos Nadal seran a l'Arxiu Nacional

BARCELONA Redacció

El conseller de Cultura, Ferran Mascarell, i la degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Neus Bonet, han firmat un conveni de col·laboració entre les dues institucions per a la recuperació, preservació i difusió dels llegats personals dels periodistes catalans. L'acord té com a objectiu la recuperació, preservació i difusió a l'Arxiu Nacional de Catalunya (ANC) d'aquests llegats, tant en text com en arxius audiovisuals. En el mateix acte, es va firmar la cessió dels fons del periodista i pedagog Carlos Nadal Gaya (1924-2010) al Departament de Cultura, que al seu torn els dipositarà a l'ANC.

El fons de Carlos Nadal conté tota la seva obra creativa, tant poètica, com narrativa, de documentació genealògica i familiar, cartes, entrevistes i tot el seu treball al diari *La Vanguardia*. Llicenciat en Filosofia i Lletres (especialitat de Clàssiques) per la Universitat de Barcelona, Carlos Nadal va entrar a treballar en aquest diari el 1956, on va ser redactor en cap d'Internacional i d'Opinió i hi va exercir durant mig segle. També va ser professor de Política Internacional de Ciències de la Informació a la Universitat Autònoma de Barcelona.●



El Col·legi de Periodistes a Manresa obre cada dia a partir d'avui

REDACCIÓ | MANRESA

■ La seu de la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes de Catalunya es posa en marxa amb l'obertura de les noves oficines de la Plana de l'Om, 6, a Manresa, en horari regular. Després de la inauguració oficial el 20 de maig passat, a partir d'avui les instal·lacions estaran obertes de dilluns a divendres de 2/4 de 10 de matí a 2/4 de 2 del migdia. Presencialment o a través del telèfon 93 872 37 20 i l'adreça electrònica catalunyacentral@periodistes.org es podrà obtenir informació dels serveis del col·legi, el sistema per col·legiar-se i les activitats formatives i divulgatives que organitza.



Premio para Marginedas, Espinosa y García Vilanova

(EFE) Los periodistas Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricardo García Vilanova fueron galardonados ayer con el X Premio Internacional de Periodismo Manuel Vázquez Montalbán, en un acto en el Colegio de Periodistas de Cataluña presidido por el conseller de Cultura, Ferran Mascarell. Los tres periodistas galardonados, que estuvieron secuestrados durante meses en Siria, recibieron este galardón en reconocimiento a su compromiso profesional en zonas de conflicto.



Marginedas y García Vilanova.



■ Premio de la Fundación

Josep Maria Bartomeu entregó ayer al escritor y columnista Sergi Pàmies el *X Premio Internacional de Periodismo Manuel Vázquez Montalbán* en categoría de periodismo deportivo.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





«La premsa local és més valorada per la gent i se la creu més»

■ Entrevista a Iu Forn, periodista especialitzat en política en el món de la ràdio, la televisió i autor de diversos llibres



El periodista Iu Forn va omplir la sala Abat Arnau de Vilalba del Palau de l'Abadia de Sant Joan de les Abadesses aquest dissabte

El periodista Iu Forn va fer dissabte a la tarda una conferència a la sala Abat Arnau de Vilalba al Palau de l'Abadia de Sant Joan de les Abadesses. Una conferència que va portar per títol la pregunta "Existeixen els periodistes independents?". La sala es va omplir de públic que després de les primeres explicacions del periodista entorn d'aquest tema i comentant abastament algunes de les portades dels darrers dies referides a l'abdicació del Rei i el traspàs de la corona, i de la censura d'una portada d'El Jueves sobre el mateix tema, va obrir un diàleg amb el periodista que es va allargar durant més d'una hora.

-Ara pot ser que la meua resposta sigui una mica repel·lent. Però és que jo no sé si sóc periodista.

-No em digui.

-Jo explico coses que veig. I suposo que sí, que això és ser periodista. Suposo que deu ser això. Si més no el meu concepte ho és. Però tampoc no ho tinc molt clar.

-I com es definiria, doncs?

-Intento cada dia replantejar-m'ho tot. I cada dia intento pensar que el que jo dic no necessàriament ha de ser així. Que pot ser diferent. O fins i tot pot ser oposat.

-Correm el risc de confondre el periodisme amb les noves tecnologies?

-Aquest és un tema que ens porta a plantejar-nos, necessàriament, què és la informació. La notícia és gratis. Passen coses i ve un senyor i et diu «t'has assabentat de què ha passat», i aquella persona t'ho explica. Per tant aquella persona és periodista. En aquell moment, no. Perquè t'està dient una cosa que tu no sàbies. I a partir d'aquí la informació és una cosa gratis i que circula. Tots som periodistes. Però la feina del periodista professional o que menys cobra, o diu que ho és, el que es tracta és que quan li ve una informació, cercar dos o tres persones que hagin vist allò i intentar fer-se amb això una composició global. I no fiar-se només d'una sola font. I explicar als altres que després d'haver parlat amb tal, i tal, i tal, creu que el que ha passat és això.

-Però hi ha un fet important que hem de tenir en compte amb les noves tecnologies...

-Sí. Que tot va molt ràpid. I tu a Twitter tens la informació en temps real. Però quin valor té aquesta informació. Et pots fiar de segons

SANT JOAN DE LES ABADESSES | Raimon Subirà

-Ja que ho ha posat vostè sobre la taula. Existeixen els periodistes independents?

-Jo crec que no. Però vés a saber. Tampoc no sé què vol dir ser independent. Però segurament no existeixen per una qüestió primordial, que tots tenim una ideologia, tots tenim una manera de pensar, de veure les coses. I ha de ser així, crec. El que ha de fer un periodista és ser honest i explicar com veu el món ell. Per tant jo el que no puc dir és que sóc independent, perquè tinc una manera de veure les coses que és la meua. No sóc independent de mi mateix, i per tant no puc pretendre dir a l'altra gent que sóc un tipus fantàstic. Perquè tinc una ideologia i no puc evitar-ho.

-Però hi ha altres coses que sí que es poden evitar?

-Sí. Pots ser honest de dir-ho. I de no pretendre estar per sobre del bé i del mal. Ni creurem-ho, perquè no és així.

-On està el límit entre no ser independent i estar sotmès a les pressions diverses?

-De pressions n'hi ha sempre. I no només en el periodisme. A la vida habitual, a qualsevol feina hi ha pressions. El periodisme no és diferent de la vida real. De vegades hi ha la tendència a pensar que el periodisme és una cosa diferent, i no. A les fàbriques també hi ha pressions, i a les oficines, i a l'escola... La vida és, permanentment, rebre pressions.

-Però el periodisme s'emporta la fama?

-Els mitjans de comunicació i, en aquest cas els periodistes, reben pressions per explicar segons quines coses que després influeixen la gent. Però les pressions existeixen i crec que són inherents, una mica, a l'ésser humà.

-I què el va portar a vostè al món del periodisme?

-És una bona pregunta. És que no sé fer cap altra cosa. No sé fer res més. És l'única cosa que sé fer.

-Així ja està clar.

-Suposo que de petit m'agradava fer redaccions. I això et porta a voler explicar les coses. I a partir d'aquí, un dia vaig començar a fer ràdio, perquè m'agradava la ràdio. Vaig anar allà, em van voler, i ja hi porto uns quants anys.

-Sí, però vostè també escriu?

-Vaig començar a escriure perquè m'ho van demanar. I una cosa ha portat a l'altra. Però no és això que «de petit ja volia ser periodista». No. M'agradava redactar i m'agradava explicar coses, i m'agradava la ràdio perquè tota la vida, a casa, hem estat gent d'escoltar la ràdio. I encara ara a casa, a cada habitació, hi tenim una ràdio. I de vegades totes engegades a la vegada.

-Ho porta a la sang això. No es pot negar.

-Simplement, el que he fet, és el meu hobby i el que em feia il·lusió, mentre en tenia, convertir-ho en la meua professió.

-Com es definiria Iu Forn com a periodista?

“

Intento, cada dia, replantejar-m'ho tot. I cada dia intento pensar que el que jo dic no ha de ser així per força. Que pot ser diferent. O fins i tot oposat

”



qui. Hi ha molta gent que l'han matat a Twitter. «Escolta, m'han dit que han mort no sé qui», i vas i t'ho creus. A les noves tecnologies tot va molt ràpid, però perd rigor. Per tant hem de lloar el periodisme perquè és l'únic que pots fiar-te que el que diu, algú hi ha al darrere que respon. I si no respon del que diu tinc algú aquí queixant-se, perquè a Twitter un senyor que es diu *Florella verde* pot dir el que sigui però jo no sé qui és. Per tant no sé a quins interessos respon, si el que diu és veritat o no. Per tant, has de tenir noms i cognoms de poder creure'm el que m'està dient, i si no reclamar-li que allò no és així.

-Però el consumidor de les noves tecnologies és un devorador de notícies i no deixa espai ni temps per l'anàlisi?

-Sí. És que és això. Cada dia tenim una allau tan gran d'informació. Ens entren al cap tant de notícies que la nostra capacitat d'anàlisi és cada cop més limitada. Només s'ha de veure si penses en l'any 1960. De petit tots hem tingut un llibre amb una sèrie de fotografies i tots veiem aquelles fotos. I aquest és el nostre referent i aquesta és la nostra imatge del que ha passat en cada moment. Amb una foto. Avui dia, quantes fotos veiem cada dia?

-Centenars...

-Per tant és impossible tenir un referent. La velocitat és moltíssima i, efectivament, hem perdut la capacitat d'anàlisi. És que no tens temps d'anàlitzar res perquè els temes passen. Com que corre tot molt quan te'n adones ja ha passat i en tens un altre. I tots passem a parlar del mateix. Va per cicles i les notícies, en el millor dels casos, caduquen al cap de dos o tres dies. I nosaltres mateixos ho provoquem quan ens diem «encara estem parlant d'això?», i dos dies semblen una eternitat. Som consumidors de notícies. I tot el dia estem actualitzant les pàgines web. Necessitem més nosaltres. Més, més i més.... No tenim temps per fer anàlisi.

-Per cert, vostè ha viscut com a membre de la revista *El Jueves*, amb el segrest i canvi d'una portada, un episodi més propi del 'Cuéntame como pasó'?

-Sí. Som allà mateix, no? I no entenc què ha passat. Fa un moment parlàvem que les noves tecnologies permeten un accés directe a la informació i l'empresa que actualment són els propietaris d'*El Jueves* és importantíssima de comunicació d'aquest país. I no entens com poden cometre certs errors. Tu creus que aconseguiràs que una notícia no circuli? Tu creus que aconseguiràs que no se sàpiga que una portada s'ha censurat? Però en quin món vius? Però què et penses? Si és la teva feina. I si tu no ho saps, has de tenir al teu voltant uns assessors que et diguin que si censurem aquesta portada ho sabrà tothom. I la veurà tothom. El que tu vols que no es vegi, encara es veurà més. Perquè encara ha corregut més. De l'altra manera l'haguessin vist els lectors d'*El Jueves*, només, i potser algú hagués dit «mira quina portada. Mira què fa *El Jueves* sobre la monarquia, que tothom estava esperant aquesta portada?». L'haguessin vist 80.000 persones, 150.000, 200.000... no ho sé, però és que ara l'ha vist tothom. I la gent se l'ha guardada. I hi haurà gent que se'n farà samarretes. El que tu pretenies que no passés ha passat multiplicat per 100.000. A qui pretenia preservar la Casa Reial de no se sap ben bé què ha aconseguit l'efecte contrari, i posar en un compromís la Casa Reial i malmetre la seva imatge. Sense ells haver fet encara res. Un pobre noi que encara no és Rei resulta que és un censor. Quan ell estava a casa i no en sabia res.

-I, posem en antecedents als nostres lectors que no sàpiguin del que estem parlant?

-Els propietaris d'*El Jueves* van canviar una

portada prevista on es veia el Rei passant al seu hereu una corona bruta i empastifada com a símbol del «pastel» que li estan passant.

-Digu'm il·lús, però un creu que hem superat una transició democràtica?

-Insisteixo, en un moment que jo tinc un telèfon o una tablet i puc explicar el que passa i arriba, sense que ningú no m'ho controli perquè no es pot intentar posar aire dins d'una ampolla, perquè ja n'hi ha no entens segons quina cosa. Tampoc no podem comparar la transició perquè era un altre moment, una altra època, una altra gent. Això que ara es diu que estem en una segona o una tercera transició... no tinc la capacitat d'anàlitzar-ho. Però em sorprèn que les coses es facin tan malament com es fan. A nivell mediàtic vull dir.

-I en altres àmbits, no?

-Es prenen unes decisions estranyíssimes, que no responen a res. I això és el que a mi em té absolutament fascinat perquè se suposa que hi ha gent que té estudis, que ha llegit, que sap de què va. Per exemple, aquesta setmana el Banc Central Europeu ha pres un seguit de mesures, i per què no les han pres fa dos anys? Que no hi entenen aquesta gent? Suposo que hi haurà algun economista allà dins que s'ho haurà mirat i haurà dit així no anem bé i hauríem de canviar-ho. Però quan han tardat? Que hi hagi censura al segle XXI... no m'ho explico.

-I quina decisió personal ha pres en tot aquest tema?

-Un cop passa el que passa, que se censura una portada i encara no en sabem els motius, perquè no els ha explicat ningú, això passa un dilluns i nosaltres ens n'entrem dimarts, i dimecres demanem explicacions al consell de redacció. I demanem a partir d'ara quines seran les regles del joc, perquè he de saber a què aténir-me si em quedo, i se'ns diu que intentaran que hi hagi un diàleg amb la propietat, per part de la direcció d'*El Jueves*, i un parell de dies després se'ns diu que no es donarà cap explicació. Per tant a mi m'obliguen. Jo me n'he d'anar.

-Canviem de tema. Vostè està convençut que el periodisme camina cap a la individualitat?

-Sí. És el que crec, lamentablement. Jo entenia que històricament el periodisme era una feina de grup, de gent, d'una redacció que té un projecte i el tira endavant. Però les noves tecnologies ens permeten l'individualisme total i absolut. Però és que les grans empreses no tenen futur. Però no perquè ho digui jo, sinó perquè és caríssim. Un gran grup editorial, tele, ràdio, diari, llibres, etc... és insostenible. Perquè aixecar la persiana cada dia val milions d'euros. És un cost altíssim. I si cada vegada la gent compra menys llibres, per la crisi i per molts altres motius, i compra menys diaris, fer televisió, com sap tothom, és caríssim, mantenir això, econòmicament, és impossible. I si paral·lelament resulta que cada cop es busca més l'opinió d'una sèrie de persones, que tu te les pots creure o no, i la tens a Twitter directament, perquè has de passar per un gran diari. A més, jo com a periodista, estar dependent de la decisió que prengui un empresari, un editor, m'interessa com a forma de funcionar. La meua feina no pot dependre d'un senyor que un dia es llevi i no li agradi. No. Doncs ja em muntaré jo la meua empresa i, lamentablement, per la meua manera d'entendre el periodisme, la meua empresa sóc jo i el que explico. I com que puc explicar-ho directament als consumidors, això és el que faré. Ho tinc claríssim, cada cop més.

-I, així, el periodisme serà millor, pitjor o diferent?

-Ara la meua resposta serà pretensiosa: serà més democràtica. Perquè si jo et dic una cosa



Iu Forn, al costat d'una de les obres de l'artista santjoaní Francesc Fajula



La velocitat de la informació és moltíssima i hem perdut la capacitat d'anàlisi. No tens temps d'anàlitzar res perquè els temes passen. Quan te'n adones, ja ha passat i en tens un altre



directament a tu, tu també em pots dir si hi estàs d'acord o no, i jo et podré donar les explicacions que consideri del perquè he explicat una cosa d'una determinada manera. I et podré convèncer o em podràs convèncer tu a mi, però serà una relació més directa.

-Tot això que parlem i que inclou un món cada vegada més global, també val pel periodisme local i comarcal?

-Sí. Però fixi's, com més globals som, la gent més valora el que té a prop. És un fenomen cultural que va molt lligat, i fixi's que evolucions de la societat van lligades a la gastronomia. Molt lligades perquè és una cultura molt pròxima a la gent. No és estrany que la gent valori cada vegada més el que consumeix de prop. I això té a veure amb la cuina, amb els aliments, amb la matèria primera i amb la informació. Cada cop més. I això em porta a demanar-me per què cada cop la gent tendeix a consumir més premsa local. Doncs potser perquè se la creu més. Perquè se la sent més pròxima. Potser perquè el periodista que li parla és perquè se'l troba comprant al mercat i li pot dir que el que ha dit no és veritat. I el periodista segons què ja no ho dirà perquè sap que una persona el pot trobar pel carrer. I també són pressions, tal com deïem al principi de l'entrevista, però són pressions directes. I crec que això és un símptoma de cap on anem. La premsa local, la tele local, la ràdio local, és més valorada per la gent i la gent se la creu més. I se la sent pròpia.



EL NEGOCIO DE 'LA ROJA': MUEVE MÁS DE 110 MILLONES AL AÑO

La Eurocopa hizo de 'oro' a la Selección, que disparó un 29% los ingresos hasta los 153 millones. Las previsiones para 2014 son más negativas por la caída de los derechos de TV y la austeridad de las marcas

Á. Semprún MADRID.

Los triunfos de la *Roja* mueven millones. La Real Federación de Fútbol (RFEF) genera un mínimo de 110 millones de euros al año entre patrocinios, publicidad, derechos de retransmisión, actividades deportivas y licencias, entre otros. Una cifra de ingresos que ha llegado a dispararse por encima de los 150 millones de euros gracias a los éxitos cosechados por la Selección Española de fútbol en los últimos años con el Mundial y la Eurocopa.

Los goles de Silva, Jordi Alba, Torres y Mata, que dieron la victoria a *La Roja* sobre Italia en la final de la Eurocopa de 2012, hicieron de oro a la RFEF. Según las últimas cuentas remitidas al registro mercantil, el organismo aumentó un 28,7 por ciento su facturación hasta los 153 millones con respecto a 2011, cuando facturó 118,4 millones, y un 37 por ciento frente a lo presupuestado: 111,5 millones. La desviación de 41,6 millones entre las cifras reales y las presupuestadas se debe al incremento de "los ingresos por *royalties* en concepto de imagen y publicidad", "la retribución extraordinaria efectuada por Adidas como reconocimiento al incremento del valor adquirido por la RFEF derivado de los éxitos obtenidos por la selección" y a los triunfos deportivos, explica el organismo que preside Ángel María Villar.

Mecenas y publicidad

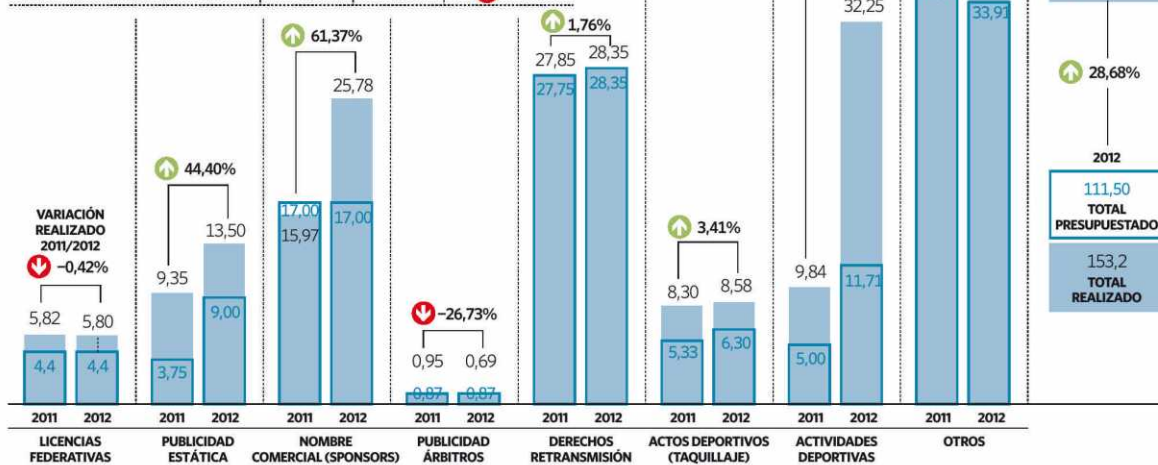
Así, las victorias de 2012 dispararon los ingresos de la *Roja* por imagen y publicidad hasta los 40 millones, un 56,2 por ciento más que lo facturado en 2011 y que lo previsto para ese mismo año. Dentro de este epígrafe, la pata de los patrocinios es la más importante ya que, al menos, mueve entre 15 y 17 millones al año. En concreto, en el año de la Eurocopa los ingresos por *sponsors* ascendieron a los 25,78 millones. De cara a 2013 y 2014, desde la Federación esperan que la cifra no supere los 17 millones de euros previstos. No en vano, los años en los que no se ha celebrado ninguna competición oficial, la facturación por esta partida alcanzó los 15,9 millones, como en 2009 y 2011.

En este punto, el éxito de la *Roja* en el Europeo de 2008, el Mundial de Sudáfrica y el Europeo de 2012, han terminado de seducir a empresas como Iberdrola, Movistar, Cruzcampo, Cepsa, Pelayo Seguros y Continental, marcas que renovaron

Las cuentas de 'La Roja'

Millones €

	2011	2012	VARIACIÓN (%)
Importe neto de la cifra de negocios	112,19	150,14	33,82
Otros ingresos de explotación	6,22	2,25	-63,75
Gastos de personal	14,29	16,00	11,96
Otros gastos de explotación	84,66	122,99	45,26
Resultado de explotación	8,98	5,26	-41,39
Resultado neto del ejercicio	9,35	5,30	-43,31



Fuente: Real Federación de Fútbol.

elEconomista

sus contratos de patrocinio con la Federación en 2012 hasta agosto de 2014. A su vez, firmas como Cabreiro, La Once, Bimbo, Carbur, Pedro del Hierro o Nissan han querido ligar su imagen al espíritu de éxito y esfuerzo de la Selección Absoluta como patrocinadores de cara al Mundial, que hoy enfrenta a Brasil y a Croacia.

Actualmente, el equipo capitaneado por Iker Casillas tiene 18 pa-

La Federación ingresó 29 millones en 2012 por las retransmisiones; ahora 8 millones

trocinadores, cuatro más que en 2012, aunque no todos apoyan al mismo nivel económico. Existen tres tipos de mecenas en función de la inversión. En el primer grupo, el de los patrocinadores principales, están Iberdrola, Movistar, Cruzcampo y Adidas. Esta última renovó en 2011 su contrato con la

Federación hasta diciembre de 2018 y se convirtió en patrocinador *premium*. Cada año, la casa, que a su vez es proveedor oficial, entrega material a la RFEF por valor de dos millones de euros. Según las tarifas impuestas por Grupo Santa Mónica, estos mecenas tenían que pagar 3,75 millones al año por utilizar a la *Roja* en sus *spots*. Actualmente, la gestión de los patrocinios está en manos de la Federación, que rompió el acuerdo con Santa Mónica a principios de 2013. Así, desde el organismo explican que el sistema de tarifas es "personalizado".

El segundo nivel lo componen los patrocinadores oficiales, entre los que están Cepsa, Nissan, Gillette y Pelayo. El tercer nivel, el más barato, es el que más mecenas aglutina. Entre ellos están ASM, Bimbo, Sanitas, Carbur, LG, La Once, Pedro del Hierro, Cabreiro... Pero no todo han sido *fichajes* en los últimos años. Con respecto a la alineación de 2012, se han caído de la convocatoria para el Mundial Chevrolet, Banesto, Invest in Spain, General Óptica, Play Station y Brookfield.

Pese al incremento de los ingresos, tanto por la pata de la publi-

dad como por la pata de las actividades deportivas, que se multiplicaron por 2,75 hasta los 32 millones con respecto a lo presupuestado gracias al triunfo de la Eurocopa, el beneficio neto de la Federación ha caído un 43,3 por ciento con respecto a 2011, cuando ganó 9 millones. Tras el descenso de los beneficios, que se destinan a obra social, se encuentran las primas a los jugadores y la plantilla de la Federa-

Los ingresos por publicidad e imagen suman al menos 26 millones, que se duplican con los éxitos

ción por ganar la Eurocopa. Así, los importes percibidos por los futbolistas por los conceptos fijos, primas y otros han sumado 16,9 millones en 2012 frente a los 7,5 millones de euros de 2011.

Otra de las vías de ingresos básicas para el organismo presidido por Villar son los derechos de retrans-

misión. Entre 2009 y 2012, la Federación ingresaba entre 27 y 29 millones. En esos años, RTVE emitía los partidos de clasificación por unos tres millones de euros el encuentro. De cara a 2013 y 2014, la facturación por los derechos televisivos se han hundido hasta los 8 millones, explican fuentes cercanas a la federación. En 2012, RTVE no quiso renovar el contrato y Santa Mónica sacó a subasta los derechos y los ganó Mediaset por 750.000 euros el partido. Ante el descenso de esta partida, no se espera que los ingresos de la Federación superen los 110 millones aunque la *Roja* se alce con la Copa.

El contrato con Mediaset termina en diciembre de 2013 y los derechos de los partidos de clasificación han vuelto a TVE que ha pagado 39 millones. El año pasado, la Federación vendió sus derechos de tele a la UEFA por 16 millones anuales por lo que es ella la que ha negociado con la Corporación. En este punto, desde la RFEF esperan mejorar aún más los ingresos por esta vía, ya que también van a vender por separado los derechos de los partidos de los amistosos.



Bertelsmann pide una comisión que persiga las webs ilegales

Su presidente y consejero delegado, Fernando Carro, afirma que hay que dotar de recursos a la Ley de Propiedad Intelectual

Cecilia García - Madrid

Como representante de un gigante de la comunicación y generador de contenidos culturales líder en el mundo, el presidente y consejero delegado de Bertelsmann en España, Fernando Carro, afirmó ayer en el Foro de la Nueva Comunicación que el Gobierno tiene estos días una oportunidad para luchar contra las descargas ilegales de contenidos —«en un país en el que la mitad de la población internauta lo hace sin el permiso de los autores y generando graves daños a la industria»— con la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual, que se encuentra en tramitación en el Congreso. «Es un paso adelante», afirmó no sin precisar que la «clave» de la Ley de Propiedad Intelectual está en dotar de medios y recursos a una comisión independiente para que se persigan las webs ilegales. «Por primera vez la empresa hemos realizado importantes propuestas en protección de contenidos digitales y confío en que éstas sean atendidas para «que la reforma se convierta en la base de nuestras próximas inversiones». Carro se mostró favorable, en el caso de que existiese la posibilidad, de que existiese una ley europea sobre esta materia.

Un marco legal adecuado

Sin embargo, además del apoyo legislativo, el presidente y consejero delegado de Bertelsmann subrayó que la piratería en España «es un problema de educación. Aquí, la gente no es consciente de que se baja contenidos ilegales; es más, se jacta de ello», dijo, para después señalar que «en España no hacemos nada a pesar de que por nuestra educación e idiosincrasia lo necesitaríamos más». En ese sentido, subrayó que hay que concienciar a la población de que «es importante evitar la piratería ilegal porque si no el modelo de negocio es difícil de mantener, por eso decía que, para inversiones futuras, es importante tener un marco legal adecuado».

Fernando Carro también aseguró que el grupo Bertelsmann, que tiene una participación accionarial de cerca del 20 por

ciento en Atresmedia, «está contento y satisfecho con ese porcentaje» así como con la gestión de su equipo directivo del grupo que posee Antena 3, la Sexta y Onda Cero, y de tener a Planeta como socio. «Lo que sí nos gustaría es que Atresmedia hiciera más negocios con FremantleMedia (la productora audiovisual de Bertelsmann, responsable de formatos de éxito como «The X Factor» y «Granjera busca esposo», entre otros), porque estaríamos encantados de vender más productos a las cadenas de televisión de este país».

Durante su intervención Fernando Carro recordó que España es muy importante para Bertelsmann. Prueba de ello es que es uno de sus cinco mercados principales —después de Alemania, Estados Unidos, Francia y Reino Unido—, en la que están presentes todas sus divisiones corporativas de televisión y radio (en la citada Atresmedia a través de RTL Group), editorial y

cultural (Penguin Random House y Círculo de Lectores), publicaciones (G+J y Motorpress), servicios (Arvato), música (BMG) e impresión (Be Printers). Carro recordó que nuestro país ocupa un lugar destacado en la historia del grupo, «ya que fue la primera inversión de Bertelsmann fuera del área germánica». Justo en 2012 se cumplieron 50 años desde que el fundador del grupo, Reinhard Mohn, se fijó en nuestro potencial cultural y comercial y lanzase, en 1962, Círculo de Lectores. En 2010 firmó un acuerdo con el Grupo Planeta, que entró en el accionariado con un 50 por ciento. «El acuerdo con Planeta fue muy importante, para nosotros es muy significativo tener como socio al número

Las cifras

500 millones de volumen de negocio en España sin incluir Atresmedia

8.000 empleados en nuestro país tiene Bertelsmann de los 111.000 que hay el mundo

50 años lleva presente en España desde que entró con Círculo de Lectores

6 divisiones corporativas en España entre TV y radio y editorial y cultural, entre otros



uno en España en medios de comunicación, era primordial para el futuro como así se ha demostrado porque nos permitió relanzar la compañía en España». También subrayó que entre estos vínculos empresariales y culturales, la Fundación Bertels-

mann ocupa un lugar de honor al establecer un marco conjunto entre educación y empleo. «Nos hemos propuesto luchar contra el desempleo juvenil a través de la formación profesional dual, que compagina la preparación entre los centros educativos y la empresa», precisó.

Tras recordar que Bertelsmann es una multinacional familiar que factura 17.000 millones de euros, con una presencia en más de 50 países y más de 111.000 empleados, Carro se centró en el presente del grupo. Es líder en la televisión privada en Europa a través de RTL, que cuenta con 55 cadenas que llegan a más de 107 millones de hogares en el continente. Tiene un emporio cultural, formado por Penguin Random House —«gracias al cual vendemos más de 2 millones de libros al día y

SE DESCARTA SU SALIDA A BOLSA

Fernando Carro eliminó ayer una posible salida a Bolsa del grupo de comunicación y cultura. «No existe esa voluntad», afirmó a pesar de que hace dos años, el presidente Bertelsmann, Thomas Rabe, no descartó esa posibilidad. «Tenía que mirar alternativas, pero Bertelsmann es una empresa familiar y lo seguirá siendo», apuntó. En cuanto a las iniciativas que se tomarán a corto y medio plazo, Carro detalló que se buscará el óptimo equilibrio entre la desinversión en algunos mercados donde no se pueda crecer. «Hace años nos dimos cuenta de que estaban surgiendo nuevos modelos para no depender tanto de la publicidad», señaló. En ese ámbito, aludió al sector de revistas, que ha atravesado unos años «que no han sido muy buenos».



Cipriano Pastrano

SILVIO GONZÁLEZ: «ES UN ACCIONISTA IMPORTANTE»

El consejero delegado de Atresmedia, Silvio González, afirmó ayer en la presentación de Fernando Carro en el Foro de la Nueva Comunicación que «Bertelsmann es un accionista importante desde hace más de una década, con el que compartimos y aprendemos muchas cosas». Asimismo, definió la relación entre Atresmedia y RTL como de «hermandad». Recordó que la vinculación del grupo alemán con España viene de lejos, ya que fue en nuestro país donde, en 1962, Bertelsmann hizo la

primera inversión fuera de Alemania con Círculo de Lectores. «Su apuesta es muy fuerte, con más de 8.000 empleados y con la voluntad de seguir invirtiendo». González hizo una semblanza personal y profesional de Carro, del que resaltó su éxito profesional, «ya que es una persona emprendedora, dinámica, optimista por naturaleza y buen gestor». También destacó su «perfil amplio y multifuncional», ya que Carro, tras cursar una formación profesional dual

como técnico en comercio de BASF Española e Ingeniería Económica en la Universidad de Karlsruhe (Alemania), colaboró como periodista deportivo para diarios de España, Austria y el país germano. El ejecutivo de Atresmedia recordó que en 1993 se incorporó a Bertelsmann. En 2008 fue nombrado presidente y consejero delegado de la división de Direct Group y desde 2005 es miembro del patronato de la Fundación Bertelsmann en España.

contamos con más de 50 premios Nobel como autores-, más de 500 revistas, la división musical BMG, «que prácticamente hemos creado desde cero», y Arvato, «una empresa de servicios que está en más de 40 países».

porar nuevas plataformas de crecimiento. «BMG España compra cada semana nuevos derechos y refuerza su catálogo; se fortalecen la productora audiovisual FremantleMedia y Arvato -explicó Carro- y priorizamos las inversiones en educación. La intención es que en los próximos cinco años contemos con una división en este sector que facture como mínimo 2.000 millones de euros». Bertelsmann también focaliza su potencial en los mercados emergentes, entre las que se encuentran China, India e Iberoamérica. Y ahí, España es clave, puesto que nuestro país «juega un papel fundamental como puente con América Latina, y las

Fernando Carro (a la izda.) durante su intervención junto a Silvio González

Aumento de beneficios

Tras un 2013 que Carro calificó como «bueno», «se ha aumentado un 42 por ciento los beneficios netos, pasando de 612 millones a 870, además de disponer de 3.000 millones de euros para nuevas aventuras empresariales», y diseñó las líneas maestras para el futuro. Las prioridades pasan por potenciar los negocios clave. Entre ellos destacó que tras la fusión de Penguin Random House y la próxima adquisición de Santillana -con sellos como Alfaguara y Taurus-, «vamos a fortalecer nuestra esencia: la creatividad y la generación de contenidos». En ese sentido, destacó la relevancia de la transformación digital sin la que «no se pueden entender los negocios» y la voluntad del grupo Bertelsmann de incor-

PIEZA CLAVE
España es fundamental en la maquinaria internacional del grupo

riendas de las operaciones se llevan desde España». El presidente y consejero delegado de Bertelsmann España renovó el compromiso del grupo con «el crecimiento económico español, con los jóvenes y con la creatividad. Si somos capaces de proteger nuestra esencia y adaptarnos a la era digital, habrán nuevos caminos y mercados. Eso sí, hay que actuar con prudencia y mirar a largo plazo», finalizó.



En la imagen de la izda., el presidente de Mediaset España, Alejandro Echevarría, y el vicepresidente de Atresmedia, Maurizio Carlotti. Junto a estas líneas, el director general de Atresmedia, Javier Bardají



Ràdio 4 relleva els dos programes senyera tot i la millora d'audiència

El 30 de juny desapareixen 'Matí a 4 bandes' i 'Directe 4.0'

À. GUTIÉRREZ
BARCELONA

Ràdio 4 reformula la seva graella i liquida els dos programes principals. El 30 de juny serà l'últim dia per a *Matí a 4 bandes*, presentat per Toni Marín, i per al magazín de tardes *Directe 4.0*, conduït per Xantal Llavina. Diverses fonts de Ràdio 4 coincideixen a manifestar la seva sorpresa per l'anunci, ja que l'últim EGM-Baròmetre atorgava a l'emissora un creixement del 45,5% de l'audiència. El magazín matinal feia vuit temporades que s'emetia, i el de tardes tres.

"Un canvi d'aires" és la breu explicació que s'ha donat als treballadors sobre la decisió de cancel·lar els dos programes senyera de la degana de la ràdio en català. Però fins a tres fonts de la plantilla interpretaven el moviment com la voluntat del nou equip directiu, encapçalat per Paola Callieri, de controlar més la línia editorial de l'emissora, davant la imminència de la diada de l'Onze de Setembre i de la consulta programada per al 9 de novembre. I una font ja desvinculada de l'emissora reconeixia a aquest diari haver rebut "una pressió molt intensa perquè no es portés com a entrevistats personatges com David Fernández, Oriol Junqueras i Ada Colau". "Si hi han acabat apareixent -afirmava-, és per la fermesa de la gent de la casa".

Per la seva banda, la directora de la ràdio nega que hi hagi motivacions polítiques. Preguntada sobre si la decisió s'ha pres des de Barcelona o des de Madrid, explica: "És una decisió col·legiada entre aquí i allà, per resoldre problemes que arrossegaven els programes", tot i que no especifica quins eren aquests problemes. Sobre el fet de renovar la graella just després d'un EGM positiu, argumenta "que l'audiència no és l'únic criteri". "Com a ràdio pública s'han d'observar més paràmetres", diu.

Toni Marín va rebre el premi Ciutat de Barcelona l'any 2010 per la seva feina com a conductor de *Matí a 4 bandes*. El programa *Directe 4.0* va obtenir una menció de qualitat al millor programa de ràdio als Premis de Ràdio Associació de Catalunya.

Ràdio 4 va viure un relleu convuls al gener, quan es va destituir el director de l'emissora, Jacint Felip,



01. Toni Marín, presentador de *Matí a 4 bandes*. 02. Xantal Llavina, conductora de *Directe 4.0*. Tots dos pleguen el 30 de juny. RTVE



Premiats
Els dos programes que cauen havien rebut guardons els últims anys

que va ser traslladat al centre de Sant Cugat de TVE, rebaixat a la categoria de redactor. Però tot i el relleu, encara no s'havia remodelat la graella des de l'arribada del PP al govern. En canvi, els populars sí que havien reformulat tant els continguts com l'organigrama de RNE. Es va nomenar com a director Alfonso Nasarre (director general de comunicació nacional del portaveu, en època d'Aznar) i com a cap d'informació Alberto Martínez Arias (cap de premsa de Federico Trillo quan era ministre de Defensa).

L'estela de RNE

Pel que fa a continguts, es va prescindir de Juan Ramón Lucas i Toni Garrido, i aquests moviments es van saldar amb un desastre de resultats d'audiència. L'EGM va assenyalar que amb el canvi s'havia perdut el 23% de l'audiència en només un any. 517 treballadors van protestar formalment amb una carta en què alertaven del perill de residualització de la ràdio pública espanyola.

"El PP ha anat modelant al seu servei Ràdio Nacional i ara només faltava Ràdio 4, que han deixat per al final, perquè és la peça més petita", valoraven des de la redacció de l'emissora. —

Ernesto Sáenz de Buruaga deixarà de fer els matins de la Cope

La cadena Cope ha comunicat al seu presentador dels matins, Ernesto Sáenz de Buruaga, que la temporada que ve no seguirà al capdavant de *La mañana*. Segons publica *Periodista Digital*, la direcció de la cadena ha pres la decisió malgrat que el periodista encara tenia un any de contracte. De moment no hi ha cap relleu anunciat, però segons aquest digital el més ben situat és Carlos Herrera, actual conductor del matinal d'Onda Cero, tot i que també es valora la possibilitat de fitxar Juan Pablo Colmenarejo, que ha obtingut bons resultats d'audiència amb *La linterna*.





LA ERA «POST-SNOWDEN»

Ángel VALLE



La situación del periodismo de investigación ha empeorado por las debilidades que se dan en los sistemas de telecomunicaciones

La ciudad italiana de Turín ha sido la elegida este año por WAN-IFRA, la asociación mundial de editores de periódicos que engloba más de 18.000 publicaciones de más de 120 países, para celebrar su congreso mundial, en el que se han dado cita invitados de los cinco continentes en un programa que incluía más de una treintena de mesas redondas y ponencias.

Una de ellas, la que inauguraba el congreso el pasado lunes, llevaba como título «Seguridad nacional, liberación y el papel de la prensa libre en la edad digital», que abordaba el rol que juegan actualmente los periódicos en esta etapa «post-Snowden».

Y es que, una de las conclusiones de los ponentes es que la situación de los medios de comunicación, sobre todo la de aquellos que apuestan por el periodismo de investigación, ha empeorado considerablemente, pues se han evidenciado las debilidades de los sistemas de telecomunicaciones, que permiten a los servicios de espionaje de los distintos gobiernos controlar cualquier llamada telefónica, cualquier mensaje o cualquier correo electrónico.

Según aseguró Janine Gibson, responsable de la edición digital del diario británico «The Guardian», «vamos a tener que tras-

ladar las redacciones a aquellos lugares con menos restricciones informativas para evitar la amenaza que supone la vigilancia estatal en esta era «post-Snowden».

Tanto «The Guardian» como el estadounidense «The Washington Post» han sido galardonados este año con el premio Pulitzer en la categoría de servicio público por sus informaciones sobre el espionaje efectuado por Estados Unidos a partir de las revelaciones hechas por el antiguo experto de la CIA Edward Snowden.

Otro de los participantes, Claudio Paolillo, de la Asociación Interamericana de Prensa, explicó que, «estrictamente hablando, Edward Snowden no representa nada nuevo bajo el sol», pero sí reconoció que los avances tecnológicos han hecho que el «Gran Hermano» que imaginó George Orwell en su novela «1984» sea «más tangible que nunca».

Por su parte, Gary Pruitt, presidente de la agencia de noticias AP, denunció que situaciones como la que sufrieron el pasado

año, cuando el Gobierno de Obama pinchó 21 líneas telefónicas de periodistas de la agencia para tratar de descubrir la fuente que les había filtrado una historia desde dentro de la Administración, ponen de manifiesto el grado de control al que se ven sometidos los medios en la actualidad.

Sin embargo, prosiguió Pruitt, «el mayor impacto para nuestro trabajo es la cada vez mayor dificultad con que se encuentran los periodistas para acceder a fuentes confidenciales en esta era «post-Snowden». La gente se ha puesto muy nerviosa y nadie quiere hablar con nosotros. No quieren que sus números de teléfono puedan aparecer asociados a periodistas y los empleados del Gobierno que antes hablaban normalmente con nosotros ahora no lo hacen».

Por estos motivos, los responsables de los medios insistieron en la necesidad de dar a los periodistas una formación básica en ciberseguridad, para que puedan evitar, o detectar al menos, cuándo sus comunicaciones están siendo vigiladas o rastreadas. Quizás, de lo contrario, sea necesario prescindir de herramientas como el correo electrónico, los teléfonos móviles o, incluso, internet, y volver a los métodos tradicionales.

Los servicios de espionaje de los gobiernos pueden controlar cualquier llamada o correo



MITJANS

Des del 2007, any d'inici de la crisi econòmica, la ràdio catalana ha crescut un 13,5% en oients, però la publicitat ha caigut un 47%

Més audiència, menys ingressos

SALVADOR ENGUIX

La ràdio catalana gaudeix d'una salut i fortaleza excel·lents gràcies al creixement constant d'audiències, però pateix la caiguda permanent dels ingressos en publicitat. Així ho confirma l'informe sobre la situació de la ràdio a Catalunya que ahir va presentar l'Associació Catalana de Ràdio (ACR): des del 2007, any d'inici de la crisi, el nombre d'oients ha crescut un 13,5%, fins a situar-se en els quatre milions (tres milions escolten ràdio en català, el 75% del total).

Tot i això, la caiguda d'ingressos publicitaris s'ha reduït un 47%, en passar d'una inversió de 75,3 milions d'euros el 2007 a poc més de 43 milions d'euros el 2013. Aquesta situació podria agreujar el repartiment del pastís de la publicitat amb l'entrada de nous operadors.

La ràdio catalana és el mitjà que, al costat d'internet, ha vist créixer més l'audiència en aquest període davant d'altres mitjans de comunicació tradicionals. Fins al punt que és el canal convencional que més ha augmentat la penetració en l'ecosistema comunicatiu català, passant del 55,6% al 63,1%. En el cas de la televisió, aquest mitjà es manté entre el 86% i el 88% de penetració.

Al contrari, la inversió en publicitat cau el 2013 per sisè any consecutiu, encara que la part positiva, com destaca Enric Yarza, director de Media Hotline i responsable d'aquest estudi, és que en l'exercici passat el descens d'ingressos publicitaris ha moderat el retrocés: el 2012 va ser del 10,6% i el 2013 del 4,7%. Així mateix, hi ha una altra da-



KIERAN WILLS / GETTY IMAGES

Un periodista condueix un programa de ràdio

da positiva important que suavitzava la situació del mercat de publicitat: des del 2007 al 2013 la ràdio catalana ha augmentat del 10,6% al 14,5% la participació en el repartiment de la pu-

En aquest període, la destrucció d'ocupació ha reduït a la meitat el nombre de professionals

blicitat entre els mitjans de comunicació. A més, la ràdio catalana ha tingut respecte a la ràdio estatal un comportament millor el 2013 en el creixement de la inversió de publicitat,

trencant la tendència negativa dels últims quatre anys. Per Enric Yarza, el mapa de la inversió en publicitat a la ràdio catalana "confirma que no hi ha una clara correspondència entre creixement d'audiències i inversió comercial; encara que en alguns aspectes s'ha millorat respecte a la situació d'altres anys".

Una altra dada negativa de l'informe de l'ACR és la destrucció de llocs de treball a la ràdio catalana des de l'inici de la crisi econòmica. El mes d'abril del 2013, les diferents emissores ocupaven 594 professionals (periodistes o tècnics), dels quals un 65% amb contracte laboral i la resta col·laboradors. Aquestes dades tradueixen que des de l'any 2007 han perdut el lloc

de treball 533 persones, un 45,6% del total. D'altra banda, el nombre d'emissores que continuen operant a Catalunya sense autorització administrativa es manté per sobre d'un centenar.

Finalment, l'informe destaca que, "com a conseqüència del millor comportament de la ràdio generalista respecte a la temàtica, la quota de mercat ha augmentat". Una tendència que s'ha mantingut constant en el període analitzat.

Enric Yarza valora que aquestes dades confirmen "que la ràdio catalana manté una enorme fortaleza malgrat la crisi i que està preparada per, quan l'economia millori, continuar creixent en molt bones condicions".●



La jove periodista Gemma Soler posarà l'accent gironellenc al Mundial de Brasil

► La reportera berguedana cobrirà partits de la fase de grups per a la TV de pagament Gol Mundial

D.C. | BERGA

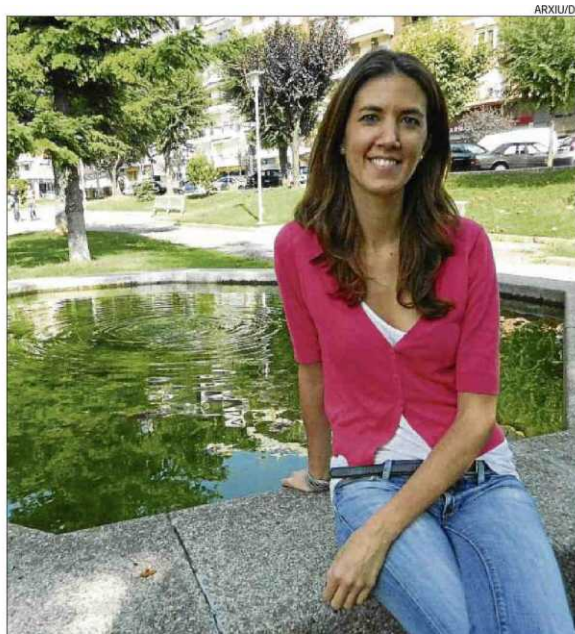
■ Un llarg trajecte de 21 hores ha portat la periodista de Gironella Gemma Soler Llobet des de la seva vila natal fins a Rio de Janeiro i dimarts a la nit (hora catalana) finalment va arribar a la seva destinació al nord-est del país: Natal. La reportera *free lance* de 34 anys i especialitzada en esports farà el seguiment informatiu de diferents partits de la fase de grups del Mundial des d'aquesta població i també des de Recife, Fortaleza i Brasília. Ho farà per a la televisió de pagament Gol Mundial (GolT durant la resta de l'any) «que és l'única tele de l'estat que emet tot el Mundial, els 64 partits», ha explicat a **Regió7**.

La seva tasca és donar cobertura informativa dels partits que es jugaran al nord-est del país. «La resta de dies faré reportatges de color sobre Brasil, com es viu el

mundial, festes i tot el que passi per aquí». De moment ja ha començat a treballar en un reportatge sobre com es balla el forró, que és un gènere musical i una dansa molt popular en aquella àrea.

Gemma Soler no es dedicarà en exclusiva a seguir una selecció. A partir de divendres cobrirà els següents partits: Mèxic-Camerun (Natal); el 14 de juny, Uruguai-Croàcia (Fortaleza); el 16 de juny Ghana-Estats Units (Natal); el 19 de juny, Colòmbia-Costa de Marfil (Brasília); el 21 de juny, Alemanya-Ghana (Fortaleza); el 23 de juny, Croàcia-Mèxic (Recife); el 24 de juny, Itàlia-Uruguai (Natal); i el 26 de juny, Estat Units-Alemanya (Recife). Després de les eliminatòries s'instal·larà a la capital brasilera de bell nou però ara encara no sap exactament quines feines hi haurà de fer.

Afronta aquest repte de primer



Gemma Soler, excol·laboradora de Regió7, el novembre passat a Berga

nivell amb passió. «Cobrir un mundial i a més al bressol del futbol i del *jogo bonito* és brutal». Soler fa broma assegurant que «haver de memoritzar, per exemple, la cara dels 69 futbolistes de 3 seleccions africanes és complicadot, però vaja, tot ho farem». Aquesta feina «és un gran repte i una gran oportunitat ja que aquí hi ha els millors professionals del món i pots aprendre molt». I Brasil: és la selecció favorita? «Jo venia con-

vençuda que sí però els locals són molt pessimistes i segueixen veient Espanya com la gran candidata. No ho tinc gaire clar però diria que Brasil, Argentina i Alemanya són les que tenen més opcions». Amb tot matisa que «un mundial diria que és la competició més difícil de preveure, els equips estan poc cohesionats pel poc temps de preparació, entren en joc molts factors com l'aclimatació al país, els grans canvis

que hi ha en un lloc tan gegant com aquest. Hi ha molts temes extraesportius que fan difícil la previsió». Tot i que fa poc que és a Brasil ha constatat que el futbol hi regna: «totes les publicitats de qualsevol producte fan referència al futbol, com en diuen aquí. Tothom parla del mundial». I afegeix que «jo no he viscut ni vist res de les protestes ciutadanes ni el caos que apareix a les notícies, suposo que he estat de sort», conclou.

DECLARACIONS

GEMMA SOLER
REPORTERA

«Cobrir un mundial i a més al bressol del futbol i del *jogo bonito* és brutal. És una gran oportunitat, aquí hi ha els millors professionals»

«Haver de memoritzar, per exemple, la cara de 69 futbolistes de tres seleccions africanes és complicadot, però vaja, tot ho farem»

«Venia convençuda que Brasil era la favorita però aquí els locals són molt pessimistes i segueixen veient Espanya com la gran candidata»

«Totes les publicitats de qualsevol producte fan referència al futbol, com en diuen aquí. Tothom parla del Campionat del Món»


INFORME ANUAL DE LA RÀDIO A CATALUNYA

Més oients però menys publicitat

▶ **Tot i perdre el 43% d'ingressos, és el mitjà que trampeja més bé la crisi**

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

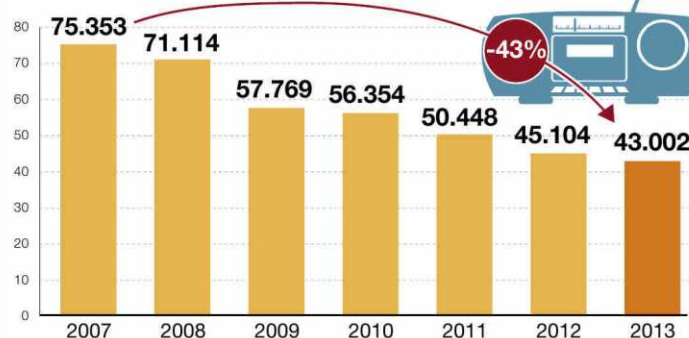
La ràdio catalana va malament per culpa de la crisi econòmica, però és el mitjà de comunicació que està capejant millor la caiguda d'ingressos publicitaris. Aquest podria ser el missatge que es pot extreure d'un estudi encarregat per l'Associació Catalana de Ràdio (ACR), sobre l'evolució del sector radiofònic a Catalunya del 2007 al 2013, i que ahir es va presentar a Barcelona.

La dada més espectacular –i depriment– d'aquest informe, fet per la consultora Media Hotline, és que els ingressos publicitaris de les 775 emissores públiques i privades que emeten a Catalunya han caigut el 43%: el 2007 van ingressar en el seu conjunt més de 75 milions d'euros, mentre que el 2013 van ser ben just 43 milions d'euros. Aquest ensorrament d'ingressos ha revertit directament en el nombre de treballadors contractats, que ha caigut de manera similar: si el 2008 les ràdios catalanes tenien contractades 1.091 persones (entre treballadors

i col·laboradors), l'abril del 2013 el nombre havia caigut fins a 594 persones. És a dir, una pèrdua del 45,6% de llocs de treball directes.

«Des del 2007, la publicitat cau any rere any. La cosa positiva, o potser la menys negativa, és que aquesta caiguda és cada cop més petita, fet que podria significar que aquest 2014 ja s'ha tocat mínim», va dir ahir Enric Yarza, president de Media Hotline. Yarza va avançar que per al primer trimestre d'aquest any s'espera que el sector encara caigui, a tot Espanya, al voltant del 1,3%, «però per al primer semestre del 2014 pot pujar fins a un punt positiu», augura el directiu, tot i que no s'atreveix a preveure com serà el segon semestre.

PUNTS POSITIUS // Si aquestes són les dades més negatives de l'estudi de l'ACR, les positives són que la ràdio a Catalunya és l'únic mitjà –conjuntament amb internet– que any rere any creix en nombre d'oients. Així, actualment a Catalunya hi ha una mitjana de 4.051.000 persones que sintonitzen una emissora. Id' aquest important volum, 3.042.000 (el 75%

**INVERSIÓ PUBLICITÀRIA
DE LA RÀDIO A CATALUNYA**

Comparació de la inversió a Espanya i Catalunya

Freqüències a FM


Font: Media Hotline / Informe de la Comunicació a Catalunya 2011-2012

EL PERIÓDICO

del total) escolten ràdios que emeten en català: una mitjana de 725.000, a través d'emissores públiques, i 2.590.000, per privades.

Una altra dada de l'estudi que es pot considerar positiva és que, comparativament, el sector radiofònic a Catalunya és el que està patint menys la crisi, en comparació amb la resta de mitjans i, també, amb el de les emissores en el global d'Espanya. Així, la seva participació

en el cada vegada més exigü mercat publicitari català ha anat creixent aquests anys de crisi: ha passat del 10,6% de l'any 2006, al 14,5% del 2007. «Aquesta caiguda més moderada a Catalunya, i especialment a Barcelona, que és una plaça molt important, es deu al fet que aquí hi ha un mercat publicitari molt específic, de petita i mitjana empresa, que es continua publicitant a la seva àrea d'influència», explica Yarza. ▬



> TELECOMUNICACIONES

Hispasat gira un satélite para que el mundo vea el Mundial

El satélite Amazonas 1 será el encargado de redistribuir la señal de la Copa del Mundo a ambos lados del Atlántico gracias a su reposicionamiento orbital. Por **Rubén Folgado**

Probablemente sea el evento más esperado del año y también el que más espectadores congrege. Como en cada gran acontecimiento deportivo multitudinario, las firmas tecnológicas presentan sus principales novedades vinculadas al mundo de las telecomunicaciones y la imagen. La Copa Mundial de Fútbol 2014 no iba a ser menos y este año todos los ojos estarán puestos en las primeras emisiones 4K en directo, aunque sólo unos pocos privilegiados podrán disfrutar de ellas (ver apoyo). Para conseguir trasladar estos grandes paquetes de información visual a Europa y América, la compañía española Hispasat ha reposicionado su satélite Amazonas 1, de tal manera que los espectadores de ambos lados del Atlántico puedan disfrutar de los partidos entre las selecciones del mundo con la mayor definición y calidad conocidas hasta el momento.

«El satélite está indicado para difundir a muchos sitios contenidos de alta capacidad, ya que es la manera más eficiente de transportar la señal», explica

Ignacio Sanchís, director de Negocio de Hispasat. Precisamente, el Amazonas 1 ha estrenado ubicación en la posición 55,5° O para ofrecer parte de los servicios audiovisuales ligados al Mundial de Brasil. Hispasat rubricó un acuerdo con la compañía Intelsat, que también posee artefactos para las telecomunicaciones, para ofrecer servicios conjuntos desde esa posición privilegiada

El dispositivo permitirá difundir los partidos con las mejores calidades de imagen y sonido conocidas

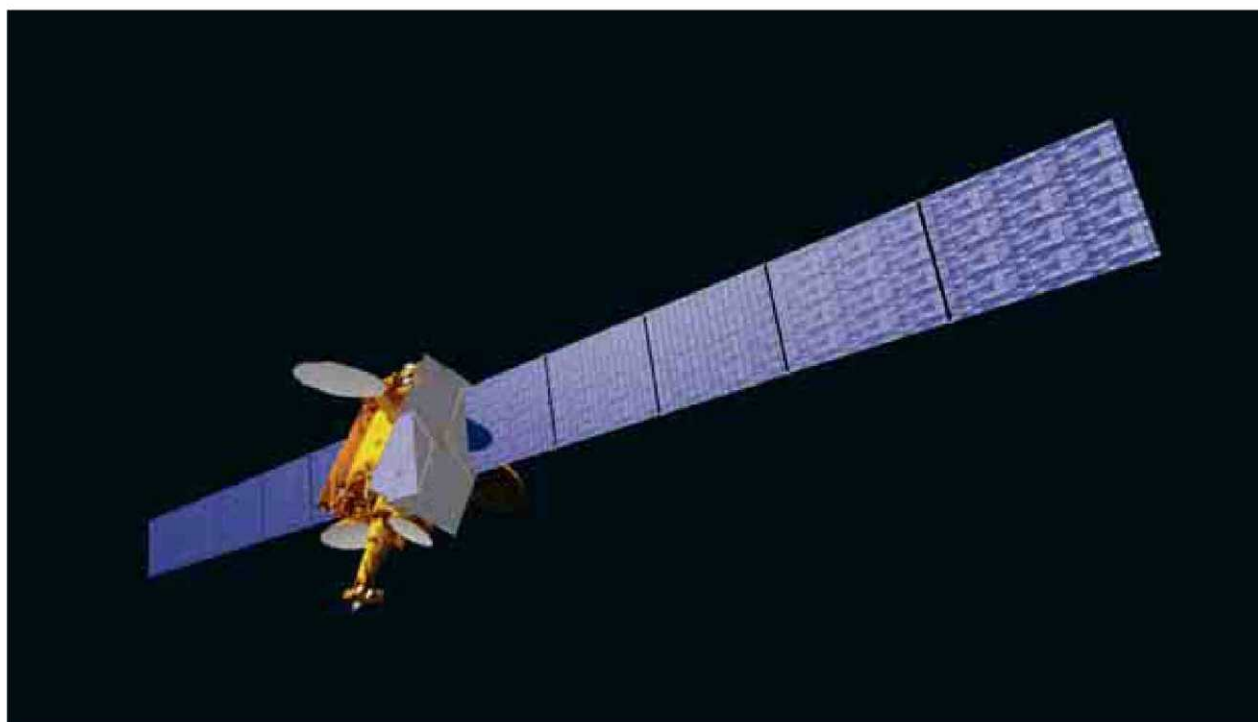
da sobre el sur de América.

Los millones de telespectadores que animarán a sus selecciones desde sus países podrán disfrutar en esta ocasión de mejores calidades de sonido y vídeo por las mejoras introducidas tanto en las cámaras, como en las pantallas.

Aunque el eje fundamental seguirá siendo el satélite, cuyo papel principal es redistribuir la emisión a cualquier parte como si fuera un repetidor terrestre. «La emisión de un partido se contribuye o añade a la señal de un canal de televisión común. Esto sucede por diferentes vías para que no haya problemas de emisión, a través de fibra óptica y más de un satélite», explica Sanchís.

El papel de estos artilugios espaciales tiene tres vertientes: contribución, distribución y difusión. El primer caso sucederá en Brasil cuando las distintas unidades móviles de las cadenas de televisión quieran conectar con los equipos desde los estadios. «Alrededor de un evento de estas características se generan miles de horas de contenidos adicionales a los partidos. Por eso, muchos operadores reservan espacios que compran por paquetes de emisión para luego hacer conexiones», añade Sanchís.

La difusión se refiere a la señal que un satélite puede enviar directamente a



Figuración del satélite Amazonas 1 de Hispasat. / E.M.



un usuario, como los clientes de plataformas digitales que reciben a través de sus descodificadores la programación audiovisual.

La distribución será el papel más importante de los satélites en el Mundial, ya que serán los encargados de que las televisiones puedan emitir a través de sus canales los partidos en directo o diferido. En este sentido, Hispasat ha firmado un acuerdo con Overon, compañía dedicada al transporte audiovisual.

La tecnología satelital es la gran aliada para las emisiones en HD y Ultra



■ ■ EL 4K TENDRÁ QUE ESPERAR

Aunque satélites como el Amazonas 1 servirán para hacer las primeras retransmisiones en directo 4K de un partido de fútbol, lo cierto es que la tecnología aún es muy minoritaria. «En realidad, el evento 4K serán los JJOO de 2016 porque aún hay factores que no están preparados, como los descodificadores», explica Ignacio Sanchis, director de Negocio de Hispasat. El responsable asegura que ahora mismo solo podrán disfrutar de esta calidad de imagen, que multiplica por cuatro al Full HD, aquellos que dispongan de una televisión 4K conectada a un ordenador que codifique la señal correctamente. «Lo positivo, es que a diferencia de otras ocasiones, ahora hay consenso en la industria y se ha apostado solo por una tecnología, por lo que en dos años será ya una realidad», concluye.

HD, ya que las bandas de espectro radioeléctrico no permiten emitir tantos canales en tanta calidad.

El reto que supone el aumento de calidad es que las imágenes de televisión, al igual que ocurre con las fotografías de un móvil o cámara, aumentan su peso. Al pesar más, son necesarias tecnologías que compriman las grabaciones para llegar más rápido y con más calidad como el codec HEVC. Los nuevos codificadores y las televisiones 4K de segunda generación permitirán que a medio plazo cualquiera pueda disfrutar en el salón de su casa de imágenes con más colores, más profundidad de campo y más nitidez.



Las 'webs' de noticias inundan India

Por MAX BEARAK

En India hay periódicos por todas partes. En las ciudades, cuando la gente se reúne para tomar té a la hora del desayuno, despliegan la prensa del día sobre ejemplares más antiguos colocados a modo de mantel. Cuando sacan las tradicionales samosas (empanadillas), lo hacen de unos improvisados paquetes hechos con papel de periódico doblado y grapado. Y a pesar de ello, en una de las típicas paradojas que provoca el irregular proceso de modernización del país, los medios digitales viven también un momento de expansión.

Samir Patil lleva la mayor parte de la última década transformando medios impresos en exitosos digitales. Hace siete años, compró la principal editorial de cómics de India, cuyas ventas empezaban a flaquear, y lanzó versiones de esos tebeos en dibujos animados que se emitieron en los canales de televisión Cartoon Network y Disney Channel. Su última iniciativa empresarial, *Scroll.in*, forma parte de la emergente remesa de medios de información online del país.

Scroll.in ofrece reportajes y

análisis sobre la cultura y la política indias, presentadas en un formato que permite desplazarse hacia abajo en la pantalla de forma infinita. En los tres meses que siguieron a su lanzamiento en enero, más de un millón de usuarios visitaron el sitio, y más de la mitad lo hicieron a través de sus teléfonos. Los anunciantes empiezan a hacer cola, y está previsto el lanzamiento

Los 130 millones de internautas del país atraen a los medios.

de una aplicación para móviles en los próximos meses. Así que India empieza a atraer a grupos internacionales de noticias. *Scroll.in* se ha unido con *Quartz* —el negocio de información en Internet creado hace dos años y propiedad de Atlantic Media— para presentar este mes *Quartz India*, el primer sitio web del grupo diseñado para un país en

concreto. Otros medios digitales de noticias y entretenimiento como *BuzzFeed* o *The Huffington Post* también planean abrir en India este año. Incluso el periódico británico *The Guardian* estudia tener una página centrada en el país, según fuentes del rotativo. El director general del grupo Guardian Media declaró recientemente a *The Independent* que India tiene "un gran potencial".

Cada día, más de 130 millones de indios se conectan a Internet, principalmente a través de sus teléfonos. Y las estrategias de los recién llegados ponen de manifiesto los cambios que ha sufrido el sector. Por ejemplo, los sitios indios de *Quartz*, *Buzzfeed* y *The Huffington Post* contarán con periodistas locales, en lugar de contratar correspondientes extranjeros. "Más que un *Huffington* en India queremos un *Huffington* indio", explica Koda Wang, directora de la división internacional del medio.

Tanto la web creada por Ariadna Huffington como *BuzzFeed* ya tienen páginas dedicadas a un país en concreto. Tras desembarcar en Australia en enero *Buzz-*



PRAKASH SINGH/AGENCIA FRANCE-PRESSE — GETTY IMAGES

En la imagen, un repartidor de periódicos en India. *BuzzFeed*, *The Huffington Post* y el grupo Atlantic Media planean entrar en el país.

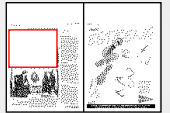
Nijil Pahwa, fundador de Mediamana, com, un sitio web de análisis de medios digitales, sostiene que el

Feed planea expandirse a Alemania, México y Japón. Y el *Huffington* abrirá en Grecia y lanzará una edición en árabe este año. El 30% de los lectores de *BuzzFeed* ya llega de fuera de Estados Unidos, cifra que en el caso de *Quartz* y el *HuffPo* alcanza el 40%.

El portal especializado en negocios *Business Insider*, que llegó a India en septiembre, se asoció con el mayor grupo mediático del país, *The Times of India*. Patil califica el acuerdo entre *Scroll.in* y *Quartz* —que incluye compartir redactores— de "asociación blanda". Quiere decir que ni uno compra al otro ni comparten capital. Simplemente tendrán estilos, contenidos y estrategias complementarias.

mercado indio ofrece altas cifras de consumo y usuarios, pero desarrollar proyectos comercialmente viables resulta más complicado.

The Huffington Post y *Quartz India* ven en la llamada 'publicidad nativa' la forma más práctica de conseguir ingresos. Este formato, que consiste en presentar contenido patrocinado como un artículo más, podría resultar atractiva para los lectores indios acostumbrados a navegar entre anuncios para llegar a las noticias. "Por ahora estamos conformando un público de calidad, para nosotros y para las marcas. Y lo mejor de todo es que mientras tanto formamos a la próxima generación de periodistas", sentencia Patil.



Apoya una Ley de
Propiedad Intelectual que
persiga las webs ilegales

Bertelsmann elogia la gestión de Atresmedia

El consejero delegado de Atresmedia, Silvio González, manifestó ayer en el Foro de la Nueva Comunicación que el gigante alemán de medios Bertelsmann es un accionista «importante» de su grupo, en el que tiene una participación accionarial del 19,8%. González ejerció de presentador del presidente y consejero delegado de Bertelsmann en España, Fernando Carro, que afirmó estar «contento y satisfecho con esa participación», así como con la gestión del equipo directivo de Atresmedia y de tener a Planeta como socio. Carro también alabó la Ley de Propiedad Intelectual, que se encuentra en tramitación en el Congreso, sobre la que afirmó que la «clave» está en dotarla de una comisión independiente, con medios y recursos, que persiga las webs ilegales. **TELEVISIÓN - Pág.80**



Fernando Carro lamentó que «alguna gente se jacta de bajarse contenidos ilegales» de las webs



Creix la penetració i l'audiència en català, que se situa en més de tres milions d'oients, segons un estudi

Ràdio amb bona salut

Gemma Busquets
BARCELONA

La ràdio a Catalunya viu una època daurada. Ho van destacar recentment en una trobada del sector el director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera; el màxim responsable de RAC1, Eduard Pujol, i el codirector del Grup Flaix, Carles Cuní. I també ho exemplifiquen les dades de l'informe anual de l'Associació Catalana de Ràdio (ACR), que agrupa les emissores privades catalanes. Segons l'estudi, realitzat per la consultora Media Hotline, ha crescut en audiència un 13,5% des del 2007, any de l'inici de la crisi. Aquesta dada és especialment rellevant perquè la ràdio és el mitjà convencional que més ha vist com augmentava la seva penetració, d'un 55,6% a un 63,1%. En els últims sis anys, però, internet és el mitjà que ha experimentat un veritable boom: un 95% de creixement.

L'informe ressalta també el creixement de la ràdio en català. Dels prop de quatre milions d'oients de ràdio a Catalunya, més

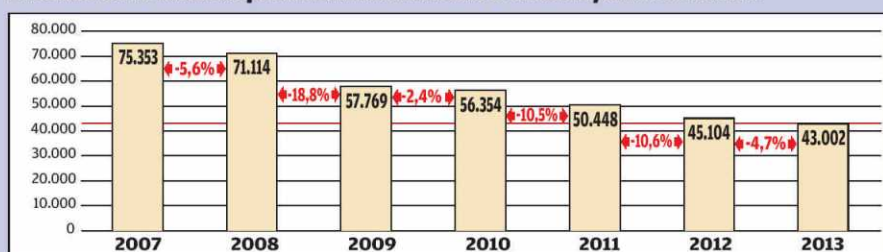
Informe de la ràdio a Catalunya (2007-2013)

Evolució de la penetració d'audiència

Var. 2007-2013

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Dif.	%
Internet	31,3	36,1	40,0	45,4	50,6	55,5	61,0	29,7	95,0
Ràdio	55,6	52,5	56,1	57,8	59,7	64,7	63,1	7,5	13,5
Televisió	86,4	87,1	87,0	85,7	87,2	86,6	88,6	2,2	2,5
Revistes	54,5	58,7	58,8	53,8	51,2	49,9	51,7	-2,8	-5,1
Prensa	44,8	45,8	43,6	42,4	42,2	39,0	35,2	-9,6	-21,5
Dominicals	24,5	20,9	22,8	15,9	18,0	15,0	13,6	-10,9	-44,5
Cinema	6,3	5,4	5,7	4,7	3,6	3,3	3,2	-3,1	-49,1

Evolució de la inversió publicitària de la ràdio a Catalunya. En milers d'euros



Font: Media Hotline

L'informe també destaca la caiguda de la inversió publicitària i la de l'ocupació

de tres milions escolten emissores en català.

Tot i el creixement en penetració i en audiència, contrasten les xifres d'inversió publicitària a la ràdio, que cau per sisè any consecutiu; des del 2007 s'ha perdut el 43% del mercat. Aquesta caiguda de la publicitat ha tingut un reflex en l'ocupació del sector, tant de personal fix com de col·laboradors. L'abril del 2013 les diferents cadenes i emissores de rà-

dio privada a Catalunya donaven feina a un total de 549 persones, un 65% de laborals i un 35% de col·laboradors. Aquestes dades representen una caiguda respecte al maig del 2008 de 533 persones, un 45,6% menys.

Els responsables de l'estudi també denuncien les emissores que operen sense llicència, que a Catalunya es mouen entre la xifra de les 110 i les 115 freqüències. ■



 JULIO CARBÓ

EL CLÚSTER D'EFICIÈNCIA PREMIA AGUSTÍ SALA

Barcelona • El Clúster d'Eficiència Energètica de Catalunya va celebrar ahir la segona Nit de l'Eficiència. Per primer any, l'ens ha distingit la tasca dels mitjans de comunicació amb el I Premi de Periodisme del CEEC, que va recaure en el periodista d'EL PERIÓDICO Agustí Sala, especialitzat en energia. El guardó va ser entregat pel conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig, i Isabel Tejero, presidenta del CEEC.





El president de l'ACR, Robert Serentill, presenta l'informe. ACN

La ràdio en català suma tres milions d'oients, el 75% del total

A. CASTELLVÍ
BARCELONA

Les emissores de ràdio en català van tenir, en global, 3.042.000 oients durant l'any 2013, la qual cosa representa el 75% del total d'usuaris d'aquest mitjà a Catalunya, que és de 4.051.000 persones. Són dades de l'*Informe de la situació de la ràdio a Catalunya* que va fer públic ahir l'Associació Catalana de Ràdio, l'entitat que agrupa els operadors radiofònics privats. Segons aquest estudi, el 63,1% dels catalans són oients de ràdio, cosa que significa un lleuger descens en relació amb el 64,7% de l'any passat però un increment de més de deu punts respecte al 2008. Només internet, que pràcticament ha doblat el seu nombre d'usuaris en els últims sis anys, presenta una evolució més positiva.

En canvi, l'estudi constata que la inversió publicitària en ràdio manté la tendència a la baixa que mostra des del 2007, el primer any que es va elaborar l'estudi i l'últim abans de la crisi. En aquell moment el mercat radiofònic català movia més de 75 milions d'euros, i ara se situa en els 43 milions. Això sí, el sector ha mitigat la caiguda: tant el 2011 com el 2012 havia baixat un 10%, i el 2013 el descens va ser del 4,7%. També s'ha mantingut a la baixa el nombre de persones ocupades en les ràdios privades catalanes: de les 1.091 que hi treballaven el 2008 –fossin contractats o col·laboradors– l'any passat només en quedaven 594.

L'estudi també denuncia que a Catalunya hi ha 115 emissores il·legals, sis menys que fa quatre anys, però cinc més que el 2010. ■



Más radio en Cataluña, pero con menos publicidad y empleados que en 2007

C. S. BAQUERO, **Barcelona**

La radio en Cataluña ha aguantado la crisis de audiencia de los medios tradicionales de comunicación y ha ganado un 13,5% de penetración desde 2007. Sin embargo, la publicidad y los empleos en el sector siguen cayendo en picado. Estas son las cifras que se desprenden del informe anual de la Asociación Catalana de la Radio (ACR), correspondiente a 2013 y realizado por la consultora Media Hotline.

Tres de cada cuatro oyentes de radio en Cataluña (un total de cuatro millones) escucha emiso-

ras en catalán, asegura el informe presentado ayer. El 75% sintoniza estaciones de ACR, que agrupa a las emisoras comerciales privadas que operan en el territorio catalán. Hay unas 755 frecuencias en FM, según el informe. Unas 115 son piratas ya que funcionan sin la correspondiente autorización.

Si bien la penetración de la radio ha caído a comparación del año pasado —1,6 puntos—, el saldo de la serie de siete años es positivo. En 2007, la penetración de la radio era del 55,6% y el año pasado fue de 63,1%. Esto hace que Internet y la radio sean los

únicos medios que han crecido de forma significativa (29,7 y 7,5 puntos, respectivamente). La televisión solo ha logrado ganar dos puntos, mientras que las revistas, los diarios, los suplementos dominicales y el cine suman importantes bajadas.

El sector de la radio también continúa destruyendo puestos de trabajo. De hecho, el recorte del año pasado ha sido el más grande desde que comenzó la crisis, con un 31% menos de puesto de trabajo, pasando de 779 a 594. Desde 2008, primer año en que comenzó la medición de este indicador, se han perdido casi la mitad de

empleados y colaboradores, pasando de 1091 a 594.

La publicidad, por su parte, cae por sexto año consecutivo, según revela el informe. Se trata de una rebaja del 43% desde el inicio de la crisis. En 2007, las emisoras catalanas ingresaban unos 75,3 millones de euros por este concepto y el año pasado esta suma supero ligeramente los 43 millones. La reducción interanual ha sido del 4,7%, unos 2,1 millones de euros menos. Estas cifras contrastan con la pérdida de publicidad en el conjunto del Estado, que dobló el porcentaje, llegando a más de diez puntos menos.



La nueva publicidad exterior

Advert-Ido

La publicidad exterior es el primer medio que utilizó la publicidad, como prueban los anuncios que existen desde las civilizaciones más antiguas. Luego tuvo que adaptarse a los sucesivos cambios e innovaciones culturales, tecnológicas y sociales, y vive actualmente una de las transformaciones más radicales de toda su historia: la progresiva digitalización e instalación de nuevos soportes que algunos ya denominan «la cuarta pantalla». Desde los enormes y espectaculares de la madrileña Plaza del Callao, a todo tipo de pantallas que pueden verse en las entradas de las grandes ciudades, en los centros comerciales, aeropuertos, estaciones de tren y metro, escaparates, marquesinas de autobuses...

La Asociación Española de Publicidad Exterior, AEPE, acaba de celebrar en Zaragoza sus XXIII Jornadas sobre el medio, que han dejado claro algunos retos sobre su futuro. El primero, no cegarse con la evidente importancia que ya tienen las pantallas digitales, pues si bien son lo más novedoso, siguen siendo muy minoritarias respecto al total de anuncios en papel o vinilo. El segundo y no menos importante, su regulación normativa, pues es posiblemente el medio publicitario con más leyes, directivas y ordenanzas, desde las europeas a las estatales, autonómicas y municipales. Un anuncio puede ser legal en Madrid y no poderse poner en Getafe o Alcorcón, por no hablar de Barcelona u otra ciudad.

Para afrontar estos y otros retos, la AEPE quiere que todas las empresas del medio participen en la asociación, sobre todo algunas de las más grandes que no están asociadas. Y señalan el hecho evidente de que Exterior mantiene unas relaciones continuadas con las distintas administraciones no sólo por los temas normativos citados, sino porque la mayoría de los espacios y soportes son actualmente concesiones municipales, desde las marquesinas recientemente adjudicadas en Madrid, al mobiliario urbano o las grandes vallas. Como señalan los directivos de la AEPE, sólo con un buen trabajo asociativo que represente a todo el medio es posible conseguir resultados positivos para todos. Incluyendo, por supuesto, a los propios ciudadanos, pues si es evidente que las ciudades estarían mucho más grises y apagadas sin publicidad exterior, también es imprescindible que ésta sea totalmente respetuosa y se adapte al entorno y singularidades de cada ciudad.



Bertelsmann critica la ingeniería fiscal

Carro demanda que las firmas pague impuestos en los países que operan

Á.S. MADRID.

Las multinacionales tradicionales critican abiertamente las prácticas fiscales de tecnológicas como Apple, Amazon o Microsoft, que no pagan impuestos ahí donde generan

los ingresos. Entre ellas se encuentra el gigante alemán y accionista de Atresmedia Bertelsmann, que ayer criticó, en boca de su consejero delegado en España, Fernando Carro, que algunas tecnológicas estadounidenses no tributen por los ingresos que generan sus filiales en los distintos países.

“Las empresas deberían pagar impuestos en todos los países en los que están. Nosotros pagamos en cada país en el que operamos y

las compañías tecnológicas deberían hacer lo mismo. Como español, me duelen estas prácticas fiscales”, sentenció Carro en un desayuno en el Ritz.

El primer espada de Bertelsmann en España hizo esta apreciación tras asegurar que existe una “buena simbiosis” entre su compañía y firmas tecnológicas como Amazon. “Es importante tener una buena relación con estas firmas, ya que sus plataformas digitales nos sir-

ven para distribuir contenidos *online*”, explicó Carro.

En cuanto al desarrollo de su negocio digital, el consejero delegado aseguró que la Ley de Propiedad Intelectual es un paso importante para luchar contra la piratería y asegurar las inversiones en el negocio discográfico. “La clave está en dotar de recursos, medios y dinero a la persecución de las webs ilegales a través de una comisión”, concluyó.



El fotoperiodisme es troba a Palol de Revardit

R. Estéban

PALOL DE REVARDIT

El castell de Palol de Revardit serà la seu, dissabte, dels actes del 20è aniversari del sindicat de fotoperiodistes UPIFC. El programa —obert a tothom i amb entrada lliure— inclou unes xerrades dels fotoperiodistes Tino Soriano i

Joan Guerrero; Clemente Bernad, de l'agència italiana Contrasto; David Cuso, portaveu de l'associació que reclama la investigació dels crims de guerra contra periodistes (el seu germà, José, va morir per trets de soldats d'EUA a la guerra de l'Iraq), i Eduard Bertran, director de l'Institut d'Estudis Fotogràfics

de Catalunya.

Els assistents podran visionar els documentals *Una mosca en una botella de Coca-Cola* i *Vencidxs*, així com diversos audiovisuals, entre els quals figura *20 anys de UPIFC*, en què es repassa la trajectòria del sindicat.

La trobada servirà també per a presentar el nou

lliurament de la revista *L'agenda de la imatge* i el codi de bones pràctiques del sindicat.

Exposicions

El programa es completa amb tres exposicions, que estaran obertes fins mitjan juliol: una de col·lectiva d'autors tan reconeguts com Paco Elvira, Gervasio Sánchez, Pilar Aymerich i Josep Maria Alguersuari, titulada *Vint anys, vint autors*; una altra de Ricard Garcia Vilanova (*L'ofici d'informar*), i una tercera de fotògrafs del Pla de l'Estany. ■



CANVIS A RNE

Ràdio 4 no renova Toni Marín i Xantal Llavina

EL PERIÓDICO
BARCELONA

La direcció de Ràdio 4 experimentarà un gir radical en la seva programació la temporada que ve, malgrat la pujada d'audiència experimentada durant els últims mesos. Així, l'emissora catalana de Ràdio Nacional d'Espanya rescindirà el contracte de dos dels seus professionals més coneguts, Toni Marín i Xantal Llavina. Des de fa vuit anys, Marín dirigeix i presenta el magazín matinal *El matí a 4 bandes*, guardonat amb el premi Ciutat de Barcelona, i Llavina en fa tres que és al capdavant del vespertí *Directe 4.0*, que, l'any passat, va obtenir una menció als premis de Ràdio Associació de Catalunya. Segons un portaveu de RTVE, els contractes dels dos professionals s'acaben el 30 de juny. Per això, fa 15 dies se'ls va comunicar que no continuarien. La mateixa font va afegir que la mesura obeeix a una «estratègia d'empresa» amb la mirada posada en una programació «menys costosa» i que «potenciï la producció pròpia».

Els dos magazins són els dos espais estrella de la casa. Segons l'última onada de l'EGM, l'audiència de Ràdio 4 s'ha incrementat el 45,5%. Encara que els treballadors de RTVE a Catalunya especulen amb la possibilitat que el motiu dels canvis sigui polític, des de la direcció insisteixen que és «una qüestió d'estalvi». ■



Periodisme independent

Sens dubte la conferència del periodista lu Forn mereixeria un sol esplèndid, però hem optat per la boira perquè darrere de la seva xerrada no va quedar en gaire bon lloc la independència del periodisme ni tampoc el seu futur.



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
12/06/14	Sergi Pàmies recibe el premio Vázquez Montalbán / Mundo Deportivo	47	1
12/06/14	El Premi Manuel Vázquez Montalbán homenatja els periodistes segrestats a Síria / VilaWeb	48	1
12/06/14	La emoción de un oficio / La Vanguardia	49	1
12/06/14	Los fondos del periodista Carlos Nadal estarán en el Arxiu Nacional / La Vanguardia	50	1
12/06/14	Bajo la pizarra del mister Manolo / El País	51	2

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
12/06/14	La Global Editors Network abre su cita en Barcelona con el periodismo hecho por máquinas / DigiMedios	54	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Sergi Pàmies recibe el premio Vázquez Montalbán

Jueves, 12 de junio de 2014

Barcelona, 11 jun (EFE).- El escritor Sergi Pàmies ha recibido hoy el X Premio Internacional de Periodismo Manuel Vázquez Montalbán en la categoría de periodismo deportivo por su aportación en el ejercicio de un periodismo "crítico, profundo y transversal" sobre la actualidad del FC Barcelona. En un acto en el Col·legi de Periodistes de Barcelona, Pàmies ha recibido el galardón de manos del presidente del Barcelona, Josep Maria Bartomeu, y ha desgranado un discurso en el que ha recordado a su "admirado" Manuel Vázquez Montalbán, además de analizar la situación del periodismo deportivo. El escritor catalán ha destacado la figura de Vázquez Montalbán que, según su opinión, representaba "un modelo de pensamiento innegociable" aplicado en el análisis del mundo del fútbol. "Su punto de vista continúa siendo necesario. No siempre sabemos hablar con la libertad necesaria para discutir el patrocinio de Catar, el proyecto del Camp Nou o la tramoya de cifras en el fichaje de Neymar", ha aseverado. En este sentido, Bartomeu ha instado al galardonado que "no deje de ser crítico constructivo" con la institución. "Yo te pido que sigas con esta forma de hacer y con estos valores tan cívicos y esta actitud", ha añadido. Pàmies, que en los años noventa a menudo suplía a Vázquez Montalbán en la columna que la sección de deportes de 'El País' dedicaba al Barça, ha denunciado la "complicada situación" por la que están pasando los periodistas deportivos en un entorno donde prima la productividad por encima de la calidad. "Hoy el periodismo deportivo vive confrontado en el equilibrio entre la oferta y la demanda. El periodista de deportes ha tenido que adaptarse a una situación de máxima productividad. La presencia y la vanidad suplen a los salarios bajos y a la precariedad", ha reflexionado Pàmies. Nacido en París en el año 1960, Sergi Pàmies es autor de varias novelas y cuentos cortos y actualmente escribe artículos de opinión en 'La Vanguardia', donde cada lunes reflexiona sobre la actualidad del club azulgrana, después de haberlo hecho durante mucho años en 'El País', en la exitosa reflexión desde la columna 'El Consultorio del Doctor culé'. Hijo de la también escritora Teresa Pàmies y del político Gregorio López Raimundo, además de su producción como narrador en lengua catalana, destaca como traductor de obras de Guillaume Apollinaire, Agota Kristof, Jean-Philippe Toussaint, Frédéric Beigbeder, Amélie Nothomb y Daniel Pennac. Pàmies es una reconocido y apasionado barcelonista, cuya trayectoria actual, además de prensa y literatura, le lleva casi cada semana a la radio. En anteriores ediciones, periodistas como los británicos Nick Hornby y Simon Kuper, el uruguayo Eduardo Galeano y el español Santiago Seguro, entre otros, habían sido premiados con este galardón.

El Premi Manuel Vázquez Montalbán homenatja els periodistes segrestats a Síria

Jueves, 12 de junio de 2014

Marc Marginedas, Javier Espinosa i Ricardo García Vilanova reben el guardó junt amb Sergi Pàmies. El Col·legi de Periodistes ha entregat el X Premi Manuel Vázquez Montalbán en l'apartat de periodisme cultural i polític, als periodistes Marc Marginedas, Javier Espinosa, qui no l'ha pogut recollir, i Ricardo García Vilanova, que van ser segrestats a Síria mentre exercien la seva feina i van ser posteriorment alliberats. 'Dedico el premi als periodistes freelance que cobreixen la guerra de Síria amb una gran precarietat de mitjans i que intenten transmetre la tragèdia humana que allí es viu', ha dit Marginedas. També s'ha premiat en la categoria de 'Periodisme Esportiu', convocat conjuntament pel Col·legi de Periodistes i la Fundació FC Barcelona a l'escriptor Sergi Pàmies. El jurat del premi Vázquez Montalbán de 'Periodisme cultural i polític', integrat per Josep Maria Martí (Col·legi de Periodistes de Catalunya), Miguel Aguilar (Random House), Joan Manuel Perdigó (El Periódico), Carles Revés (Planeta), que delega el vot en el representant del Col·legi, i Tomàs Delclós (El País), que actua com a secretari del jurat, van decidir per unanimitat atorgar el guardó d'enguany a Marginedas ('El Periódico'), Espinosa ('El Mundo') i García Vilanova (freelance). Els guardonats amb el Premi Manuel Vázquez Montalbán Ricardo García Vilanova, Marc Marginedas i Sergi Pàmies.

La emoción de un oficio

Jueves, 12 de junio de 2014

El Col·legi de Periodistes de Barcelona celebró ayer la entrega de premios Manuel Vázquez Montalbán. Desde que el galardón se creara en el 2004 en recuerdo del histórico y polifacético escritor, se han premiado personajes muy variopintos, pero todos de gran proyección internacional. Nombres ilustres como el de Jordi Évole o Ana Politkóvskaya, ahora de nuevo en el ojo mediático por la resolución del juicio de su asesinato en el 2006, han sido distinguidos en ediciones anteriores. En esta... La versión completa de este artículo es sólo para suscriptores Accede a todos los contenidos de la edición impresa de LA VANGUARDIA* * Los suscriptores de la edición impresa de LA VANGUARDIA tienen acceso gratuito a todos los servicios digitales de pago, para los mismos días que reciben en papel

Los fondos del periodista Carlos Nadal estarán en el Arxiu Nacional

Jueves, 12 de junio de 2014

El conseller de Cultura, Ferran Mascarell, y la decana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, Neus Bonet, han firmado un convenio de colaboración entre ambas instituciones para la recuperación, preservación y difusión de los legados personales de los periodistas catalanes. El acuerdo tiene como objeto la recuperación, preservación y difusión en el Arxiu Nacional de Catalunya (ANC) de estos legados. En el mismo acto, se firmó la cesión de los fondos del periodista y pedagogo Carlos Nadal Gaya... La versión completa de este artículo es sólo para suscriptores [Accede a todos los contenidos de la edición impresa de LA VANGUARDIA*](#) * Los suscriptores de la edición impresa de LA VANGUARDIA tienen acceso gratuito a todos los servicios digitales de pago, para los mismos días que reciben en papel

Bajo la pizarra del míster Manolo

Jueves, 12 de junio de 2014

Las democráticas o son sociedades informadas o no son tales. Era una de las divisas vitales y profesionales de Manuel Vázquez Montalbán. Y es también el hilo que liga al escritor Sergi Pàmies y a los reporteros Marc Marginedas, Javier Espinosa y Ricard García Vilanova, el primero desde el ámbito del periodismo deportivo; los otros tres, como enviados especiales y unidos por la espeluznante experiencia de su secuestro en Siria; todos premio Manuel Vázquez Montalbán de Periodismo, que recibieron ayer en Barcelona. "Lo acepto, por extensión, como reconocimiento a los periodistas que hoy siguen trabajando en Siria, una de las mayores tragedias desde la Segunda Guerra Mundial, en nada comparable a Irak y, sin duda, el conflicto más complicado de mi carrera", afirmó el ausente Espinosa, curtido periodista de El Mundo, a través de la voz del fotoperiodista García Vilanova. El no menos baqueteado en conflictos Marginedas, de El Periódico, se acordó de los freelance que trabajan en Siria "con una precariedad de medios terrible" y de los activistas locales, "héroes auténticos: nosotros acabamos yéndonos, ellos se quedan". La lista de predecesores de estos premios que, convocados por los grupos editoriales Planeta y Penguin Random House, los diarios EL PAÍS y El Periódico, la Fundación del FC Barcelona y el Col·legi de Periodistes de Catalunya, ya han llegado a su décima edición intimidaron tanto a Pàmies "como una entrada de Migueli". El escritor siguió la pizarra del entrenador Vázquez Montalbán. Agudo, crítico y con humor, esbozó virtudes y miserias del periodismo deportivo que practica desde hace casi 20 años, cuando debutó en estas páginas supliendo la ausencia inesperada un día del míster Manolo. "Fui su primer suplente", recordó. Tenía claro que se trataba de "no hacerse autogoles", por lo que siguió siempre las premisas de Vázquez Montalbán: "Poner algo de humor e ironía en momentos complicados y dosis analíticas con funciones antieufóricas en momentos de locura colectiva". Lo hizo aquí y en Catalunya Ràdio y TV-3, como hoy en los medios del Grupo Godó. No son los mejores tiempos para la prensa deportiva, en los que se busca "más impactos que información pausada", en un contexto laboral "de una productividad y una visibilidad impensables hace dos décadas", con las consiguientes vulneraciones laborales; donde "información y opinión han invertido su porcentaje" y se le pide al periodista, por parte de los clubs, "la mayor discreción y más compromiso que nunca". Resultado: muchos se enfundan "la camiseta de la militancia, que quizá nos dé resultados a corto pero que nos quemará a largo plazo", soltó Pàmies al estilo Migueli ante la sonrisa estoica del presidente del Barça, Josep Maria Bartomeu. Quizá el oficio está faltado de referentes y cree que "Manolo, en esto, nos ayudaría". En cualquier caso, él ya está metido de lleno en el partido, "intoxicado por el entorno y con informaciones que no puedo decir; duermo con la radio puesta en las tertulias nocturnas y ya me he separado", recitó. Asegura Pàmies que en esto del periodismo deportivo usa la misma estrategia de cuando chico: "Miraba los partidos desde la banda porque ahí mandaban el dueño de la pelota y los más grandes. Expectante, iba corriendo a recoger la pelota cuando salía y la devolvía con una gran sonrisa; al

final, me dejaban jugar un rato si no me marcaba en propia puerta". Nunca lo ha hecho.



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

La Global Editors Network abre su cita en Barcelona con el periodismo hecho por máquinas

Jueves, 12 de junio de 2014

La Global Editors Network abre su cita en Barcelona con el periodismo hecho por máquinas Posted by Luis | Filed under Mercado | jun 12, 2014 | Tags: GEN Summit, Global Editors Network, periodismo, reunión, robots | No Comments

La Global Editors Network (GEN), una asociación creada para promover el periodismo de calidad en las redacciones, inició ayer unas jornadas en Barcelona con una serie de sesiones dedicadas al periodismo de robots, es decir al periodismo realizado por programas informáticos a partir de información contenida, mayoritariamente, en bases de datos. En el discurso inaugural de las jornadas, Bertrand Pecquerie, consejero delegado de GEN, ya advirtió que, aunque el periodismo hecho por robots ha sido un tema tabú en las redacciones y su expansión no sea inminente (no será para septiembre, dijo), sí es cierto que se trata de un fenómeno sobre el que es necesario reflexionar. En la primera jornada de la GEN Summit de Barcelona se presentaron sobre este tema distintas experiencias, como las dirigidas por el profesor Larry Birnbaum de la Universidad Northwestern de Chicago (EE.UU) en las que a partir de bases de datos, un programa elabora noticias sobre temas tan diversos como eventos deportivos, evolución de compañías o rankings de instituciones. En el transcurso de la misma sesión, David Sancha, director general de Xalok (una compañía dedicada al software para redacciones), subrayó hasta qué punto la automatización ha llegado a las redacciones. Según Sancha, los robots ya escriben noticias (y puso de ejemplo las que acababa de mostrar Birnbaum); ya editan (como ha mostrado el proyecto de The Guardian de una publicación confeccionada automáticamente a partir de textos de periodistas), ya diseñan (como sucede con agregadores como Flipboard), e, incluso, ya venden publicidad (pues no otra cosa son los sistemas de asignación de publicidad digital en tiempo real, o RTB, por sus siglas en inglés). El contrapunto a las experiencias con robots que realizan trabajos periodísticos lo puso el periodista Tom Kent, de Associated Press, quien, sin negar las posibilidades de este tipo de experiencias siempre que se parta de bases de datos de calidad, señaló algunos de los interrogantes que abren: desde la imparcialidad (la selección de información, por ejemplo, dependería de algoritmos que no tienen por qué estar diseñados para que actúen de forma imparcial) o la transparencia, hasta problemas derivados de la detección de errores (los programas automáticos permitirían elaborar información a un ritmo mucho mayor que el humano), la propiedad de las informaciones y, sobre todo, la responsabilidad por la información elaborada.