



RECULL DE PREMSA

30/10/2014



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

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
30/10/14	L'EXCONSELLER NADAL, IMPUTAT PEL CAS DE LA VALL DE SOLIUS. TVE ho vincula al dret a decidir / EL PUNT AVUI (GIRONA)	7	1
30/10/14	'ELECONOMISTA ENERGÍA', PREMIO A LA LABOR PERIODÍSTICA / EL ECONOMISTA (ENERGIA)	8	1
30/10/14	EL NOU PRESIDENT DE LA CORPORACIÓ TRIA ÁLVAREZ GUNDÍN PER RELLEVAR SOMOANO / ARA	9	1
30/10/14	MAS EXIGE A LAS EMISORAS PRIVADAS QUE EMITAN PUBLICIDAD GRATIS SOBRE EL 9-N / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	10	1
30/10/14	COACCIONES ABUSIVAS, EDITORIAL / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	11	1
30/10/14	JEFF JARVIS: «ES ABSURDO REPETIR LAS NOTICIAS DE LOS DEMÁS» / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	12	1
30/10/14	JOSÉ ANTONIO ÁLVAREZ GUNDÍN, NUEVO DIRECTOR DE INFORMATIVOS / LA RAZON	13	1
30/10/14	LA PROPIEDAD INTELECTUAL TIENE VALOR / LA RAZON	14	1
30/10/14	MAS OBLIGA A LOS MEDIOS PRIVADOS A EMITIR PUBLICIDAD DE LA CONSULTA / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	15	1
30/10/14	RTVE, REGRESO AL FUTURO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
30/10/14	CABRERIZO: "MEDIOS Y TECNOLOGÍA TIENEN QUE ENTENDERSE" / EXPANSION	17	1
30/10/14	LA RADIO TIENE FUTURO / LA RAZON	18	1
30/10/14	LA SINDICATURA DE CUENTAS VE IRREGULARIDADES EN UNA COMPRA DE TV3 / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	19	1
30/10/14	RELLEU AL CAPDAVANT DELS INFORMATIUS DE RTVE / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	20	1
30/10/14	EL DIARIO 'CINCO DÍAS' ENTREGA SUS PREMIOS A LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	21	1
30/10/14	ATRESMEDIA INAUGURA EL PRIMER FORO DE CREA CULTURA / LA RAZON (NACIONAL) EDICION CATALUÑA	22	1
30/10/14	BLASFÈMIES D ANADA I TORNADA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	23	1
30/10/14	JARVIS: "LOS MEDIOS DEBERÍAN TRATAR A LA GENTE COMO INDIVIDUOS Y NO COMO MASA" / EXPANSION	24	1

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
30/10/14	TVE DESTITUEIX JULIO SOMOANO / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	25	1
30/10/14	PEPE GARCÍA-CARPINTERO. UN HOMBRE DE COLORES EN LA RADIO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	26	1
30/10/14	MEDIASET DISPARA SU BENEFICIO BRUTO UN 68%, HASTA LOS 96,8 MILLONES / EL ECONOMISTA	27	1
30/10/14	LA ÉTICA DEL IDIOMA EN «FUTURO EN ESPAÑOL» / ABC (EDICION NACIONAL)	28	1
30/10/14	RTVE NECESITA UN NUEVO PLAN REALISTA Y DURADERO, ACORDADO EN EL CONGRESO, EDITORIAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	29	1
30/10/14	L'ABC' VA REBUTJAR LA INFORMACIÓ SOBRE TRIAS PERQUÈ "NO ERA FIABLE" / ARA	30	1
30/10/14	RTVE 'ECHA' A SOMOANO TRAS PERDER 758.000 ESPECTADORES / EL ECONOMISTA	31	1
30/10/14	JEFF JARVIS CONSIDERA «PERILLOSA» LA LLEI DE PROPIETAT INTEL·LECTUAL / DIARI DE GIRONA	32	1
30/10/14	«EL DOCUMENTAL» DEL 33 S'APROXIMA AL PERIODISME DE RAMON BARNILS / REGIO 7	33	1
30/10/14	GOOGLE DUDA SOBRE CUÁL ES EL FUTURO DE LA PRENSA DIGITAL / LA RAZON	34	1
30/10/14	TVE DESTITUYE A SOMOANO COMO JEFE DE LOS INFORMATIVOS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	35	1
30/10/14	LA GENERALITAT EXIGÍA SU EMISIÓN GRATUITAMENTE LA COPE Y LA SER SE NIEGAN A EMITIR PUBLICIDAD DEL 9-N / ABC (EDICION CATALUÑA)	36	1
30/10/14	HOMS AFRMA QUE TV-3 NO PERDRÀ EL SEU CANAL EN HD / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	37	1
30/10/14	SINDICATURA DEMANA A TV3 VENDRE MÉS PROGRAMES I NO ESPERAR DINERS PÚBLICS / SEGRE	38	1
30/10/14	LES AMENACES DE L'ESTAT A TV3, A DEBAT A L'ATENEU BARCELONÈS / ARA	39	1
30/10/14	LA FILTRACIÓ SOBRE TRIAS NO ERA FIABLE, SEGONS 'ABC' / EL PUNT AVUI	40	1
30/10/14	LA "PERILLOSA" REFORMA DE LA PROPIETAT INTEL·LECTUAL / ARA	41	1
30/10/14	HOMS DIU QUE TV3 MANTINDRÀ EL SEU CANAL D'ALTA DEFINICIÓ / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	42	1

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
30/10/14	MONTSERRAT DOMÍNGUEZ / EL PAIS (SHOPPING & STYLE)	43	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



L'exconseller Nadal, imputat pel cas de la vall de Solius

■ El fiscal considera que va estafar l'empresa Varal Real Estate l'any 2006 en cedir-li els drets urbanístics d'un sòl que era inundable ■ El polític socialista afirma que va actuar ajustat a dret



Terrenys del Molí d'en Reixach, adquirits per preservar-los com a espais naturals a canvi de traslladar el sostre industrial al Molí d'en Bernades ■ E. AGULLÓ

Joan Puntí
 SANTA CRISTINA D'ARO

L'exconseller de Política Territorial i Obres Públiques Joaquim Nadal ha estat imputat per un presumpte delictes d'estafa, arran d'una operació urbanística que va derivar en una permuta de terrenys el 2006 a Santa Cristina d'Aro. Joaquim Nadal serà cridat a declarar el dia 21 d'aquest mes.

En l'informe que el ministeri fiscal ha transmès a la instructora del jutjat número 25 de Barcelona Elena Carasol, s'assegura que Nadal va poder incórrer en el delictes d'estafa perquè en el conveni entre la conselleria que ell presidia, l'Ajuntament de Santa Cristina d'Aro i Varal

Real Estate (l'empresa promotora del polígon industrial el Molí d'en Reixach de Solius) no s'informava l'empresa a qui cedien drets urbanístics de la zona de Bernades que aquell sòl era inundable.

La fiscalia especifica precisament que la inundabilitat d'aquest espai va ser determinant més endavant perquè l'Incasòl renunciés, el 14 de setembre del 2010, a la reparcel·lació de la zona. El fiscal manifesta en el seu informe que tant Nadal com el llavors alcalde de Santa Cristina, Ricard Herrero, mort el març passat —informació que el fiscal no esmenta en el seu informe entregat el 23 d'octubre—, van incórrer en el delictes d'estafa si tenien

coneixement de la inundabilitat dels terrenys i ho van amagar. El fiscal es basa en dos testimonis que van declarar a la Guàrdia Civil que la inundabilitat era sabuda.

Aquell conveni urbanístic signat fa set anys a tres bandes comprometia el govern de la Generalitat a comprar uns terrenys industrials per una xifra de 7,5 milions a canvi que els promotors abandonessin la idea de convertir aquells 65.000 metres quadrats de sòl en 77 naus industrials i poder atendre així, segons va explicar l'exconseller Nadal, "les peticions de grups ecologistes que vetllaven des de feia temps perquè la zona es preservés".

TVE ho vincula al dret a decidir

Els serveis informatius de Televisió Espanyola van utilitzar per il·lustrar la informació de la imputació de l'exconseller Joaquim Nadal imatges de la roda de premsa de presentació del Pacte Gironí pel Dret a Decidir, que presideix l'exalcalde i exconseller. En la informació que es pot consultar al web del canal de notícies 24 Hores de TVE, es dona força rellevància a la roda de premsa en la qual només van participar l'alcalde de Girona, Carles Puigdemont, i el mateix

La motivació d'aquella operació no va ser, a parer del fiscal Fernando Maldonado, la voluntat de satisfer les peticions

Joaquim Nadal. El pes d'aquestes imatges en el conjunt de la informació ha indignat l'Ajuntament de Girona. En aquest sentit, i a l'espera d'estudiar el contingut de les notícies dels serveis informatius de la cadena pública estatal relacionades amb la imputació de Joaquim Nadal, no es descarta la possibilitat de fer una queixa a TVE o al Col·legi de Periodistes. El Pacte Gironí per Dret a Decidir es va presentar a finals de juliol del 2013. ■ J.T.

dels grups ecologistes, sinó l'adquisició de la finca de Can Dalmau, pròxima a aquella zona per part de l'empresari José Manuel

Lara, segons informava ahir l'agència Efe.

L'exgerent de l'Incasòl Emili Mas està imputat pel presumpte delictes de prevaricació perquè l'Incasòl, assegura el fiscal, va avançar una quantitat econòmica a l'Ajuntament de Santa Cristina d'Aro, tot i saber que la zona de Bernades no era susceptible de ser desenvolupada urbanísticament.

L'exconseller va assegurar ahir, un cop es va conèixer la seva imputació: "Sempre i en totes les situacions he actuat en defensa de l'interès públic" i per "preservar la vall de Solius". Va manifestar també que tot s'havia fet "en resposta a una demanda social representada

Les frases

“No puc entendre que salvar la vall de Solius pugui ser constituït de delictes”

“Sempre, i en totes les ocasions, he actuat en defensa de l'interès públic”

Joaquim Nadal
 EXCONSELLER DE POLÍTICA TERRITORIAL I OBRES PÚBLIQUES

per la plataforma Salvem Solius i pels monjos de Santa Maria", i amb el convenciment que la "solució adoptada per preservar Solius s'ajusta plenament a dret".

Així mateix va afegir que la Generalitat i l'Ajuntament de Santa Cristina d'Aro havien treballat "plegats per preservar Solius i garantir un nou sòl industrial en salvaguarda dels interessos comunitaris i dels drets dels particulars". "No puc entendre que salvar la vall de Solius pugui ser constituït de delictes", va afirmar.

El líder socialista Miquel Iceta, per la seva banda, es va mostrar convençut de la innocència de Joaquim Nadal, i que havia actuat amb "honestat i en defensa de l'interès públic". ■

Els tuits de Nadal



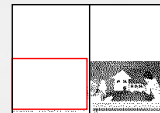
“Des de 1979 tothom sap, qui vol saber-ho, que en Quim Nadal ni es compra ni es ven”

“Els interessos particulars i els de l'administració són divergents. No hi ha estafa perquè no hi ha engany. La crisi pesa més”

“Vam intervenir en resposta a les demandes reiterades de la plataforma Salvem Solius i dels monjos cistercencs. Res a veure amb J.M. Lara”

“En nom de la Generalitat vam intervenir per protegir la integritat ambiental de la vall de Solius i traslladar un sòl industrial”

“Sempre en totes les actuacions i des de totes les administracions hem treballat només per l'interès col·lectiu”



PREMIOS

'ELECONOMISTA ENERGÍA', PREMIO A LA LABOR PERIODÍSTICA

La empresa Saft Baterías ha concedido a la revista 'elEconomista Energía' el premio a la Labor Periodística por el trabajo realizado durante estos dos años en ofrecer, con todo el rigor y la profesionalidad que nos caracteriza, toda la información relacionada con el sector energético

CONCHA RASO

Tan sólo tres meses después de cumplir nuestro segundo aniversario, *elEconomista Energía* vuelve a estar de celebración. En esta ocasión, con motivo del premio que Saft Baterías, empresa especializada en sistemas de almacenamiento de energía, nos ha concedido en reconocimiento a la Labor Periodística de los últimos dos años.

La entrega de este premio -de carácter bienal- tuvo lugar en un acto celebrado el pasado 29 de octubre en el stand de la filial española en Matelec, *Salón Internacional de la Industria Eléctrica y Electrónica* organizado por Ifema en Madrid, en el que Saft España dio a conocer los proyectos más relevantes de 2014 y los objetivos para 2015.

Ignacio Quiles, director general de la compañía, fue el encargado de entregar el galardón a nuestra publicación, quien valoró "muy positivamente el gran trabajo que este medio de comunicación digital, de periodicidad mensual, está llevando a cabo desde hace dos años en todo lo que concierne a la información relacionada con el sector energético".

Quiles también hizo entrega del accésit de la V edición de Premios a la Innovación en Eficiencia y Almacenamiento Energético Saft Baterías, unos galardones que empezaron a promoverse hace cinco años, orientados al mundo universitario, y con los que la empresa pretende crear un puente entre la Universidad y el mundo empresarial. El ganador de esta edición ha sido el proyecto *Recuperación*



De izquierda a derecha: Concha Raso, redactora de *elEconomista Energía*; Ignacio Quiles, director general de Saft Baterías España; Rubén Esteller, director de *elEconomista Energía* y Juan Francisco González-Román Sánchez, accésit de los V premios a la Innovación en Eficiencia y Almacenamiento Energético Saft Baterías. ESENRA

Energética en Ascensores, realizado por Juan Francisco González-Román Sánchez.

Bajo la tutela de su hermano mayor, el diario *elEconomista*, -el primero en lanzar un formato de estas características-, *elEconomista Energía* se ha convertido en líder indiscutible de las publicaciones especializadas en el sector energético, tal y como lo demuestra el impresionante aumento en número de

lectores, tanto en España como en otros países, especialmente de Latinoamérica, gracias al portal *elEconomistaAmérica* y a la alianza con la revista mexicana *Energía Hoy*.

Si ya nos conoces pero aún no estás suscrito, puedes hacerlo accediendo a nuestra página web en la dirección <http://www.eleconomista.es/kiosco/energia/> y la recibirás todos los meses en tu correo electrónico.



EL RELLEU DE SOMOANO
José Antonio Álvarez Gundín
és el nou cap d'informatius
de Televisió Espanyola, TVE

El cap d'opinió de 'La Razón' dirigirà els informatius de TVE

El nou president de la corporació tria Álvarez Gundín per rellevar Somoano

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

José Antonio Sánchez només ha trigat una setmana a fer notar la seva arribada a la presidència de Radiotelevisió Espanyola. Ahir al matí, en la primera reunió del consell d'administració de l'ens des que va ser nomenat pel Congrés –dimecres passat, gràcies a la majoria absoluta del Partit Popular–, Sánchez va informar la resta de consellers de la corporació de la seva voluntat de destituir el cap d'informatius, Julio Somoano, i substituir-lo per José Antonio Álvarez Gundín, fins ara el subdirector de *La Razón* responsable de les seccions d'opinió i economia. La proposta va ser aprovada amb els vots dels sis consellers proposats pel PP i el de CiU, mentre que el representant del PSOE i la consellera d'IU s'hi van oposar.

Gundín, doncs, tornarà a ser un dels homes de confiança de Sánchez a RTVE. En la seva anterior etapa al capdavant de l'ens públic, entre el

2002 i el 2004, l'aleshores director general –un càrrec equivalent a l'actual de president– ja l'havia nomenat director de relacions institucionals, una posició que va ocupar entre el 2003 i el 2004, quan, arran de l'arribada del PSOE al govern espanyol, es va renovar tota la cúpula de la corporació.

Fins llavors, Gundín havia estat vinculat durant 22 anys al diari *Abc*, del qual va arribar a ser subdirector. Però l'any 2004 va començar a col·laborar com a columnista a *La Razón*, que l'any següent el convertia també en subdirector. Actualment publicava dos articles setmanals al diari que dirigeix Francisco Marhuenda, que de moment no ha anunciat si seguirà tenint alguna relació amb el diari. Últimament Gundín s'havia convertit també en un habitual de les tertúlies dels mitjans públics, tant a TVE –participava a *Los desayunos*, *El debate de La 1* i *La noche en 24 horas*– com a Ràdio Nacional –on col·laborava al programa *24 horas*–. La SER també el tenia en nòmina, com a tertul·lià d'*Hora 25*.

Passat
En la seva
anterior
etapa a RTVE,
Sánchez ja va
donar càrrec
a Gundín

Nascut a Ponferrada el 1956, el nou cap d'informatius de TVE és llicenciat en periodisme per la Universidad Complutense de Madrid i diplomat en sociologia per la Universitat Pontificia de Salamanca.

Malestar al consell d'informatius

Hores després que s'anunciés el nomenament de Gundín, els consells d'informatius de TVE i dels mitjans interactius de RTVE van convocar un referèndum perquè els treballadors de tots dos mitjans puguin pronunciar-se sobre la idoneïtat del seu nou responsable. Aquesta consulta, prevista a l'Estatut d'Informació de RTVE, no té caràcter vinculant, però donarà una idea de l'acollida que tindrà el nou cap d'informatius a la redacció.

D'entrada, no sembla que el resultat de la votació hagi de ser especialment positiu: el consell no ha manifestat cap posicionament oficial, però el seu president, Alejandro Caballero, va retuitejar ahir diverses piulades crítiques amb Gundín. "TVE pot patir els mateixos

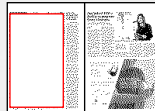
Menys temps per a Toñi Moreno a partir de la setmana que ve

Els mals resultats que està obtenint *T con T* a les tardes de La 1 ja han tingut resposta per part de la direcció de la cadena. A partir de dilluns, el primer canal de TVE modificarà la graella de tarda i emetrà, just després del *Telediario*, un telefilm internacional cada dia. Segons ha informat la cadena en un comunicat, aquestes ficcions començaran a les 16.30 h, l'hora en què arrenca actualment *T con T*, el programa que ha substituït el polèmic *Entre todos* i que té com a presentadora Toñi Moreno. *T con T*, doncs, començarà més tard –la cadena no ha precisat a quina hora– i veurà reduïda la seva durada actual, de dues hores i mitja. El nou disseny de la graella també podria suposar un endarreriment en l'inici d'*España directo*, que, per tant, també s'escurçaria. Des que va començar la temporada, aquests dos programes se situen a l'entorn del 5% de *share* a Espanya.

síntomes que Canal 9", "RTVE està més a prop de *La Razón* que dels ciutadans" i "El PP tria Gundín com a nou director d'informatius per convertir RTVE en Telemadrid" són alguns dels comentaris de què es va fer ressò Caballero.

Més enllà de la disconformitat per l'elecció d'un directiu d'un diari molt afí al govern de Mariano Rajoy, Caballero té un motiu personal per rebutjar el nomenament: dimarts, quan l'elecció de Gundín ja es rumorejava, *La Razón* va publicar un article titulat "El president del consell d'informatius de TVE manipula la informació de la Diada". El text feia referència a un article del diari francès *Le Monde*, publicat el mateix dia del nomenament de Sánchez, que, basant-se en declaracions de Caballero, acusava TVE de no haver mostrat "cap imatge" de la V de l'Onze de Setembre fins "més enllà de les 20.00 h", cosa que *La Razón* desmentia. Ahir, l'autora de l'article de *Le Monde*, Sandrine Morel, va fer un tuit en què s'esmenava i precisava que es referia a "cap imatge aèria", la qual cosa exculpava Caballero de la "manipulació" de què l'acusava *La Razón*.

Mentrestant, Julio Somoano, s'acomiajava de TVE amb un tuit d'agraïment en què assegurava que hi ha passat "dos anys i mig inoblidables". El consell d'administració li va agrair "els serveis prestats en una etapa en què TVE ha mantingut el lideratge informatiu".



SALUDO FASCISTA. El pleno de ayer en el Parlamento catalán vivió momentos de tensión cuando la presidenta ordenó desalojar a seis personas del público que interrumpieron la sesión aplaudiendo las intervenciones de PP y Ciutadans contra la consulta. Al ser expulsadas, una de estas personas saludó levantando el brazo y otra se fue al grito de "viva España". Ambas habían sido invitadas por el PP. / A. GARCIA

Mas exige a las emisoras privadas que emitan publicidad gratis sobre el 9-N

La Generalitat se ampara en que la consulta alternativa es de "interés público"

MIQUEL NOGUER
 Barcelona

El Gobierno catalán ha exigido por carta a las emisoras de radio privadas que emiten en Cataluña y a las cadenas privadas de televisión con sede en esta comunidad que difundan gratuitamente los anuncios de la campaña informativa de la consulta alternativa del 9 de noviembre. La petición la ha formulado el secretario de Comunicación del Gobierno catalán, Josep Martí Blanch, amparándose en la Ley de Comunicación Audiovisual de Cataluña. Algunas emisoras han optado por hacer caso omiso a la petición de la Generalitat y otras la han trasladado a sus servicios jurídicos para que analicen si deben cumplirla.

La carta que la Generalitat ha enviado a las empresas audiovisuales invoca el artículo 82.1 de la ley audiovisual catalana sobre las llamadas "comunicaciones de interés público". "Los prestatarios de servicios de comunicación audiovisual están obligados a difundir, gratuitamente y con indicación de su origen, los comunicados y las declaraciones que el Gobierno del Estado y el Gobierno de la Generalitat estimen convenientes por causas justificadas de interés público", dice ese artículo.

La Generalitat informa también de que ha "decidido impulsar un proceso de participación sobre el futuro político de Cataluña al amparo de la legislación vigente en materia de participación ciudadana". Apelando al "gran interés social del asunto",

pide a las empresas audiovisuales que comiencen a emitir "tan pronto como sea posible" dos cuñas de publicidad producidas por la Secretaría de Comunicación de la Generalitat. Se trata de los mismos anuncios que ya emiten desde la semana pasada las emisoras de radio y televisión del Gobierno catalán.

La Cadena SER, a través de un portavoz, explicó que no prevé emitir los anuncios. "No hay cobertura legal para obligar a ello, según el dictamen de nuestro servicio jurídico. La decisión es no incluir la emisión de esas cuñas gratuitas en nuestra pro-

gramación", afirmó. En el caso de las emisoras de radio del grupo Godó —Rac1 y Rac105— y de su cadena de televisión 8TV, una portavoz de la empresa aseguró no haber recibido "ninguna petición de inserción de publicidad de forma gratuita por parte de la Generalitat". En el caso de Onda Cero, que sí ha recibido la demanda, la dirección ha optado por poner el caso en manos de sus servicios jurídicos antes de tomar una decisión.

La duda de algunas de estas emisoras es si una consulta como la que impulsa Artur Mas puede ser considerada de "inte-

rés público", dado que ni siquiera ha sido convocada formalmente. También hay dudas jurídicas sobre cómo se certifica que un asunto es de interés público.

La carta de la Generalitat se ha remitido igualmente a las emisoras de titularidad municipal. El secretario de Comunicación del Gobierno catalán, Josep Martí Blanch, explicó a EL PAÍS que es la primera vez que se recurre a este mecanismo, algo que ha justificado por el "interés público" del proceso participativo del 9 de noviembre. Además, insistió en que la campaña "no es política".

La petición de la Generalitat indignó a los partidos contrarios al proceso del 9-N. La diputada del PSC Núria Parlon sostuvo que la exigencia de la Generalitat se sustenta "por los pelos", pues el Gobierno catalán ha asegurado que el 9-N no es impugnabile porque no se hace ni un referéndum ni una consulta. "No se puede apelar al interés público de una cosa que no se hace", afirmó Parlon.

La presidenta del Partido Popular de Cataluña, Alicia Sánchez-Camacho, llamó al Gobierno de CiU a "ponerse a gobernar y dejar de emitir anuncios de un proceso soberanista que pronto volverá a ser impugnado". El secretario general de Ciutadans, Matias Alonso, aseveró que la petición a las emisoras "traspasa cualquier línea roja imaginable". "Es una actitud impropia de un Gobierno democrático y se hace con mentalidad feudalista", protestó.

Las tarjetas de voto ya están disponibles

La Generalitat se prepara para la impugnación de la consulta alternativa del 9 de noviembre por parte del Gobierno central y lo hace insistiendo en su discurso de que el conflicto político que hay en Cataluña no puede resolverse en el Tribunal Constitucional. Al mismo tiempo, sigue con los preparativos técnicos para la votación. Desde ayer los catalanes ya pueden saber dónde tienen que dirigirse si quieren votar, introduciendo su dirección y DNI en la web de la Generalitat. Este acto no inscribe a los ciudadanos en ningún registro pero permite visualizar al Gobierno catalán que la con-

sulta sigue en marcha y que su celebración es irreversible.

También continúan las advertencias al Gobierno. El presidente catalán, Artur Mas, aseguró ayer que "es de cobardes utilizar el Tribunal Constitucional para hacer un trabajo que debería ser estrictamente político". Mas reiteró que la votación sobre la independencia no es ni un referéndum ni una consulta como se planteó inicialmente, sino un "proceso de participación" para el que la Generalitat, afirmó, tiene competencias. Convergència tenía previsto comenzar anoche la campaña del 9-N con una pegada de carteles.



Coacciones abusivas

Artur Mas añade a la presión a funcionarios la orden de hacer propaganda a radios y TV

EL SUCEDÁNEO DE consulta popular en favor de la independencia previsto por la Generalitat para el 9-N empieza a desbordar el carácter festivo con que se presentó para adornarse de presiones indebidas y abusivas. Primero fue la insistente llamada a la colaboración de funcionarios como teóricos voluntarios —en la práctica, negarse requiere dosis de valentía— en la organización de una convocatoria que en el mejor de los casos colgaría de un vacío legal, y en el peor sería abiertamente ilegal, con la consiguiente asunción de responsabilidades individuales.

Después, el Gobierno de Artur Mas conminó a TV-3 y Catalunya-Ràdio a propagar más intensamente el evento, cuando ya el Consejo Profesional de la televisión autonómica había protestado porque la información del 9-N estaba “sobredimensionada”, por ejemplo, en comparación con el caso Pujol.

La serie de despropósitos desemboca de momento en la obligación impuesta a las emisoras privadas de radio FM (todas las cadenas de ámbito tanto autonómico como general) y televisiones con sede en Cataluña de emitir unas cuñas propagandísticas convocando a contribuir en el “proceso de participación” organizado por

Mas como aperitivo de su campaña electoral. Es una requisitoria que se acoge a la Ley de Comunicación Audiovisual de Cataluña (artículo 82) en la que se ordena a las radios y televisiones privadas a difundir gratuitamente los comunicados que el Ejecutivo catalán “estime convenientes por causas justificadas y de interés público”.

En un decenio de vigencia, esa ley no se ha aplicado en ocasión de incendios, nevadas, inundaciones y otras emergencias. Por tanto, resulta indudable que su uso en este caso atenta contra el principio de proporcionalidad. Es abusivo. Y las ignotas “causas justificadas y de interés público” no son de recibo. El propio portavoz de Mas acaba de declarar que el evento del 9-N no puede perseguirse porque no existe: si no existe, ¿a qué obligar a nadie? ¿O es que acaso ha cambiado ahora la astucia de sortear la ley y se plantea un desafío directo contra ella, para lograr la prohibición del 9-N, en beneficio del victimismo?

Último, pero capital: la apropiación indebida de las ondas por la Administración —que solo debe regularlas técnicamente, sin avasallar sus contenidos— conculca el Estado de derecho. Aproxima el estilo del actual Gobierno catalán al de lejanos populismos autoritarios.



**JEFF
JARVIS**

Periodista y profesor. El columnista de 'The Guardian', creador de 'BuzzMachine' y gurú de los nuevos medios visita España cuando la 'tasa Google' pasa por el Congreso para su aprobación en la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual. Defiende el enlace, la investigación periodística y «un ecosistema de medios especializados»

«ES ABSURDO REPETIR LAS NOTICIAS DE LOS DEMÁS»

EDUARDO FERNÁNDEZ MADRID

De negro, como quien predica, libreta en mano, pese a la influencia *on line* que ejerce, Jeff Jarvis ofreció ayer una conferencia en Madrid. Google plantó el encuentro en la jornada previa a la aprobación de la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual (LPI) que hoy obtendrá luz verde en el Congreso. El columnista, bloguero, profesor y gurú norteamericano charló con este diario acerca de un único tema, periodismo: «Es un servicio que está aquí para ayudar a las personas. Si pensamos que hacer un producto llamado contenido es el fin último de lo que hacemos, nos metemos en problemas».

El antiguo modelo de negocio de la prensa ha cambiado. ¿Y muerto? «No del todo. Intentamos importar los viejos modelos en un nuevo mundo. Para los medios de masas fue maravilloso mientras duró: todos los lectores viendo los mismos anuncios... El primer elemento de presión con el que nos encontramos en internet es que los anunciantes pagan sólo por los anuncios que se ven», advierte Jarvis, defensor de «un ecosistema de medios especializados» que enlacen los contenidos ajenos que no puedan cubrir. «Gastamos demasiado dinero repitiendo las historias de los demás. Es absurdo repetir las no-

ticias. Si no puedes añadir valor, no lo reescribas».

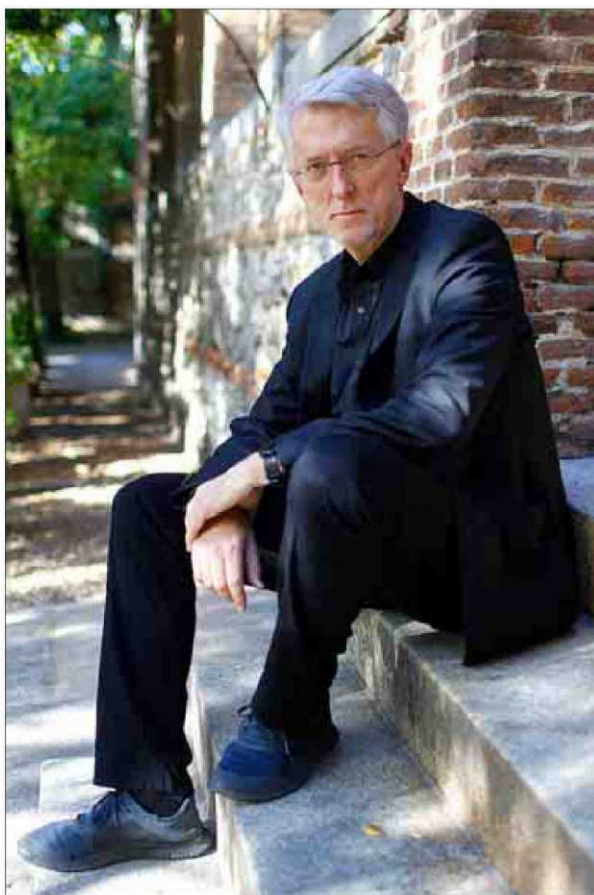
Pregunta.— Para un gran medio, enlazar en vez de cubrir una noticia supone una gran renuncia...

Respuesta.— Lo que va, vuelve. Un directivo de una gran compañía le decía hace poco a un bloguero: 'Quiero que tengas éxito, porque no puedo permitirme cubrir tu ciudad y otras mil ciudades más'.

P.— Usted creó un blog con mucha presencia, *BuzzMachine*, y no pasa de 10.000 euros anuales...

R.— Ya no llego a esa cifra. Soy un mal ejemplo, porque tengo un trabajo como profesor.

Jarvis vive en Nueva Jersey y da clases de Periodismo empresarial en la vecina Nueva York. Ha trabajado para *Chicago Tribune*, *New York Daily News*, *San Francisco Examiner*... No recibe dinero por su visita a España, dice. Sin embargo, confía en Google: usa la red social Google+ y luce en la muñeca un reloj inteligente con sistema operativo Android. Hoy se prevé la aprobación de la *tasa Google* como parte de la LPI; por esta medida, agregadores como Google News deberían compensar a los editores por enlazar sus contenidos. «El enlace es la clave de internet, la esencia que nos pone en contacto. Tasar el enlace mata a la Red.



SERGIO GONZÁLEZ

No sólo hablamos de España. A largo plazo, un ataque así es un suicidio de las naciones europeas, porque se convierten en ambientes hostiles para la inversión en tecnología», cree.

P.— Es comprensible que haya reticencias cuando Google acumula un

90% de la cuota de búsquedas...

R.— Hay otra forma de verlo. Si el 90% del público lo usa, es porque no tiene ningún problema. Las compañías de medios no deben pensar que el dinero que solían ganar lo deban ganar siempre. Vivimos en una so-

ciudad capitalista y puede que el modelo de publicidad de Google sea mejor.

P.— ¿Se pueden permitir los medios pequeños dedicar meses de investigación a un gran caso?

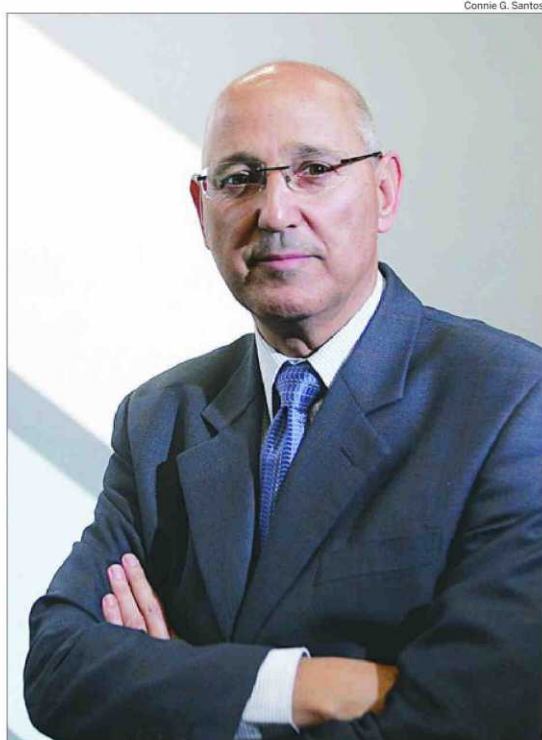
R.— En EEUU oigo a menudo eso de 'oh Dios mío, internet ha matado el periodismo de investigación'. No creo que sea el caso. Hay gente como Glenn Grenewald que empezó a investigar por su cuenta. Ahora tiene detrás al *Guardian* (...). Si nos movemos hacia modelos que apoyan el valor y la calidad, podremos financiar más periodismo de investigación.

Jarvis defiende otros baremos de éxito más allá de las páginas vistas y los usuarios únicos, por ejemplo la atención dedicada a cada noticia. Tampoco son de su agrado los *muros de pago*: «La gente joven se topa con ellos y dice que pueden buscar esa información en otros sitios. Es un legado de los viejos modelos».

P.— Usted es columnista del diario *The Guardian*. El grupo de ese diario, una referencia periodística, pierde casi 25 millones de euros anuales.

R.— No puedo hablar por ellos. *The Guardian* está en una posición única, porque está controlado por una fundación. Siempre puede invertir más dinero. Es uno

de los que más está invirtiendo en experimentación. La pasada semana, yo ponía el ejemplo de *New York Magazine*, que ha conseguido que el 50% de sus ingresos sea digital. Para llegar ahí, hay que experimentar y pasar por aciertos y errores.



Connie G. Santos

Una nueva etapa de TVE

José Antonio Álvarez Gundín, nuevo director de Informativos

El periodista sustituye a Julio Somoano, que ejercía el cargo en el ente desde el 29 de junio de 2012

R. Valdeolivas

MADRID-El recién nombrado presidente de Radio Televisión Española, José Antonio Sánchez, presentó ayer su primera reforma desde que asumió el cargo el pasado día 23: el nombramiento de José Antonio Álvarez Gundín como nuevo director de los Servicios Informativos de Televisión Española, en una clara línea de acción para retomar el prestigio de la cadena pública y poder cumplir con rigor la tarea de ser una televisión pública de calidad y saneada. Sustituye en el cargo a Julio Somoano, director desde el 29 de junio de 2012.

El nuevo director ha sido elegido tras una propuesta votada por el Consejo de Administración de la corporación RTVE: siete votos a favor -PP y CiU- y dos en contra -PSOE e IU-. Además, en la misma reunión se revalidaron los cargos del director de TVE, José Ramón Díez, y del director de RNE, Alfonso Nasarre.

José Antonio Álvarez Gundín nació en Ponferrada (León), es licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y diplomado en Sociología por la Universidad Pontificia de Salamanca. Tras haber desempeñado la dirección de Relaciones Institucionales en RTVE entre 2003 y 2004, regresa a la casa. Además, ha sido colabora-

dor habitual de «Los Desayunos de TVE», «El debate de La 1», «La Noche en 24 horas», «24 horas» de RNE y «Hora 25» de la Cadena Ser.

En 2004, Gundín se incorporó al equipo de redacción de LA RAZÓN como jefe de las delegaciones del diario para después convertirse en subdirector de Opinión, Colaboraciones y Economía, además de columnista. Anteriormente fue subdirector de «Abc» y director de su máster

Era subdirector de Opinión, Colaboraciones y Economía de LA RAZÓN, además de uno de sus columnistas

de periodismo. Desde hace diez años es jurado del Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades.

Toda esta trayectoria profesional le pone en el mejor camino para emprender las acciones necesarias para garantizar que uno de los contenidos más importantes de TVE en su misión pública, la información, se desarrolle con total integridad e independencia.

Con este nombramiento se pretende dar un cambio de aires a los informativos, que bajo la dirección de Somoano habían sufrido críticas por parte de los

partidos políticos y del Consejo de Informativos.

El PSOE se pronunció respecto al nombramiento e indicó que la primera tarea que debería acometer el nuevo director sería «un cambio de rumbo para poner fin a la manipulación en RTVE». Además, el portavoz socialista, Germán Rodríguez, recordó que los informativos «son una parte fundamental del servicio público de radiotelevisión y permite garantizar el derecho a la información de todos los ciudadanos».

El futuro de Somoano

Desde el Consejo de Administración de la corporación RTVE se han agradecido a Somoano «los servi-

cios prestados en una etapa en que TVE ha mantenido el liderazgo informativo y apostado por la información territorial y por avances tecnológicos, como la televisión multipantalla».

Tras su destitución en el cargo como director de los Servicios Informativos queda pendiente por resolver si Somoano continuará con «El debate de La 1», proyecto que comenzó a presentar a finales de septiembre.

Desde su cuenta de Twitter se ha despedido extraoficialmente del cargo: «Gracias a todos. Han sido dos años y medio inolvidables».

Los retos

Recuperar el prestigio perdido, objetivo principal de Televisión Española

El periodista tiene ante sí la oportunidad y la responsabilidad de relanzar los números de una cadena que en los últimos meses ha perdido parte de su peso en la parrilla y que se ha visto superada por los otros dos grandes grupos. Por su experiencia en el medio, se espera que el nuevo nombramiento de José Antonio Álvarez Gundín como director de los Servicios Informativos de Televisión Española sirva para despejar algunas de las dudas que han planeado sobre éstos, ya que se les ha acusado de censura informativa. Empresa que no debería ser un problema, ya que la pública ha demostrado capacidad suficiente para contar con unos programas independientes y de confianza. Algo que el nuevo cargo de TVE conoce de muy buena mano gracias a su paso por las diferentes mesas de debate de la cadena durante años.



Cristina Bejarano



Vicente Vallés moderó la charla de ayer entre Irene Braam (izquierda) y Jeff Jarvis (derecha), los dos participantes en este foro de Atresmedia

La propiedad intelectual tiene valor

El embajador de EE UU en España, James Costos, inauguró el primer Foro Crea Cultura de Atresmedia para abordar el papel de este derecho y su protección

G. Granda - Madrid

Las televisiones son un actor más dentro de la comunicación y parte importante de la industria audiovisual española, pero el Grupo Atresmedia es consciente de que más allá de ese punto, tiene cierta responsabilidad como vehículo transmisor de cultura. En esta tesitura lanza el movimiento Crea Cultura, que nace para defender, salvaguardar y reconocer el verdadero valor de la propiedad intelectual y que ayer inauguró su primer foro en colaboración con Bertelsmann, para abordar su papel en la era de las pantallas. También pretende concienciar a la población de las consecuencias de vulnerar este bien cultural.

James Costos, embajador de Estados Unidos, fue el encargado de presentar esta propuesta con la confianza de que «fortalecer los derechos de propiedad intelectual es un medio para garantizar una industria sana». Silvio González, consejero delegado de Atresmedia, abrió el acto moderado por Vicente Vallés y en el que también participaron Irene Braam, vicepresidenta de relaciones gubernamentales de Bertelsmann, y Jeff Jarvis, profesor y periodista experto en economía di-

gital, que abogó por un nuevo modelo de la industria en el que «no sólo prime el vender contenidos», sino dar un paso más y donde también tenga cabida el «educar a los jóvenes». Por su parte, Braam también quiso destacar la gravedad de la «piratería» y «ver por qué pasa eso», además de citar el «tema digital» como un punto clave en la enseñanza de los más jóvenes al igual que la Geografía y la Historia.

Espacio de encuentro

El grupo de San Sebastián de los Reyes —que también estuvo representado por Javier Bardají, director general de la división de televisión de Atresmedia, Gloria Lomana, directora general de la división de Informativos de Antena 3, y Patricia Pérez, directora general corporativa de Atresmedia— pretende desde un enfoque abierto y de diálogo generar un espacio de encuentro y debate para encontrar soluciones para que se identifique ese valor de la propiedad intelectual. «Merecen un reconocimiento especial los esfuerzos de Atresmedia para sensibilizar al público», destacó Costos en su conferencia inaugural. Para el

embajador, la marca España es un gran baluarte para la cultura de nuestro país y explicó que desde el Gobierno y la propia embajada «la promueven activamente» para fomentar «la inversión».

Para alertar sobre la vulneración de la propiedad intelectual,

misma, sino un medio para garantizar que se cree empleo y sacar provecho de la creatividad de la población.

Por su parte, el encargado de abrir este primer foro, Silvio González, insistió en que Crea Cultura «no sólo es un reflejo de lo que opina Atresmedia, sino de la pluralidad de voces de la sociedad». Desgranó que el objetivo es «concienciar sobre las consecuencias de la vulneración de este derecho, que nos afecta a todos». El movimiento creado está planificado para un largo recorrido en el que se englobarán diversas acciones como la creación de grupos de trabajo para elaborar material escolar o la organización de debates abiertos como el de ayer. El grupo dedicará, según González, «tiempo, esfuerzo, ilusión y creatividad para convencer y debatir abiertamente con todos los actores sociales», y añadió que no es una propuesta cerrada, puesto que «también lo haremos con quien no piense como nosotros, porque la propiedad intelectual es un asunto complejo y sentimos que debemos abrirnos a muchos caminos para defenderla y mantenerla viva».

El detalle

«JUEGO DE TRONOS» AUMENTA EL TURISMO DE SEVILLA Y OSUNA

Como caso relevante de la importancia de la industria, Costos explicó que la inversión que supone el rodaje en nuestro país de «Juego de tronos», es «un impacto directo en la creación de puestos de trabajo y aumenta la conciencia de España como destino acogedor y competitivo para la producción». Según los cálculos del embajador, «Sevilla y Osuna —las dos localizaciones del rodaje en la Península— han incrementado su número de visitantes en un 15%».

quiso poner como ejemplo que «casi 230 salas de cine se han cerrado en los últimos tres años, provocando la pérdida de cientos de puestos de trabajo», lo que, sin duda, «empequeñece y empobrece la industria cultural». La iniciativa de Atresmedia y Bertelsmann supone entonces no «un fin en sí



Mas obliga a los medios privados a emitir publicidad de la consulta

Se ampara en el «interés público» del 9-N para exigir por carta su promoción gratuita

CRISTINA RUBIO BARCELONA

El Govern quiere obligar a las televisiones y radios privadas a emitir anuncios gratuitos del 9-N. Así lo ha trasladado por carta el Ejecutivo de Mas a los principales grupos de comunicación que se benefician de una licencia otorgada por la Generalitat, entre ellos la cadena Cope, la Ser, el Grupo Godó (8tv y Rac1) o Radio Teletaxi.

La Generalitat se ampara en el artículo 82.1 de la Ley del Audiovisual de Cataluña para justificar la misiva: «Los prestatarios de servicios de comunicación audiovisual están obligados a difundir, gratuitamente, y con indicación de su origen, los comunicados y las declaraciones que el Gobierno del Estado y el Gobierno de la Generalitat estimen convenientes por causas justificadas de interés público».

La clave es considerar el «proceso participativo» del próximo 9 de noviembre como acto de «interés general» para justificar la exigencia a varios medios de comunicación que nada tienen que ver con el Ejecutivo catalán. De hecho, el propio secretario de Comunicación de la Generalitat, Josep Martí Blanch, confirmó ayer la instrucción y aseguró que la consulta alternativa es una «causa justificada de interés público» para emitir las dos campañas realizadas que espolean a la participación.

El Govern ya ha facilitado a los medios de comunicación implicados los anuncios y las cuñas publicitarias que se emiten por TV3 y Catalunya Ràdio desde hace unos días. También les ha recomendado empe-

zar a difundir «tan pronto como sea posible» los spots. Por el momento, medios afines al Ejecutivo de CiU como Rac1 y 8tv ya han empezado a programar los anuncios, mientras que Onda Cero ha puesto el requerimiento en manos de sus servicios jurídicos. La Ser y la Cope, por su parte, no atenderán esta orden de emisión al considerar que carece de la cobertura legal necesaria para imponer su obligatoriedad.

Fuentes del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) señalan

que nadie ha impugnado esta campaña a favor de la consulta alternativa, por lo que otorgan toda la validez a la promoción del 9-N. Sin embargo, y pese a que se trata de un organismo dependiente de la Generalitat, el Ejecutivo catalán no ha consultado previamente con el CAC la decisión de exigir que grupos privados difundan la campaña elaborada por la Secretaría de Comunicación de la Generalitat.

Toda la campaña en sí ha sido diseñada por el Ejecutivo catalán con

mucho cuidado para evitar una impugnación inmediata del Gobierno central. Tanto es así que el spot televisivo empieza con una narración que dice: «El 9-N si quieres podrás participar y votar sobre el futuro político de Cataluña».

La trampa es no llamar directamente a la participación y escudarse en «dar a conocer» el «proceso participativo» del 9 de noviembre. Es más, desde el Govern se define la campaña, que juega con el lema 9-N/2014. Tú participas, tú decides, co-

mo «informativa y pedagógica».

Esta nueva serie de spots y cuñas radiofónicas utilizan la misma estética y voz que la primera campaña retirada tras la suspensión de la Ley de Consultas y de la convocatoria del 9-N por parte del Tribunal Constitucional.

Después de anular esta promoción, la Generalitat encontró una nueva fórmula para informar sobre la consulta del 9-N. En concreto, programó una batería de anuncios en TV3, la cadena pública catalana, donde explicaba la suspensión de la consulta por parte del Ejecutivo central y las acciones legales emprendidas por parte del Govern para asegurar «el ejercicio del derecho a decidir sobre el futuro político de Cataluña».

Esta es la tercera campaña sobre la consulta del 9-N que el Ejecutivo ha diseñado en apenas un mes y medio.



Josep Maria Vila d'Abadal, Miquel Buch y Josep Martí Blanch en la presentación de la campaña del 9-N. SANTI COGOLLUDO



TV PÚBLICA PRIMEROS MOVIMIENTOS DEL NUEVO PRESIDENTE

RTVE, REGRESO AL FUTURO

La sustitución de Julio Somoano por José Antonio Álvarez Gundín en la dirección de Informativos recupera el 'staff' que mandaba en la pública entre 2000 y 2004, con el último Gobierno de Aznar

RAÚL PIÑA MADRID

Afrontar el futuro desde el pasado. Cogér el impulso del ayer para el mañana. El actual equipo directivo de RTVE ya desempeñó cargos de responsabilidad a principios del 2000, coincidiendo con la etapa final del Gobierno de José María Aznar. Este viaje en el tiempo se culminó ayer con el nombramiento de José Antonio Álvarez Gundín, en sustitución de Julio Somoano, como director de Informativos. Gundín era hasta ahora subdirector de Opinión y Economía de *La Razón*, además de columnista. Anteriormente fue subdirector de ABC. Su designación fue a propuesta del presidente, José Antonio Sánchez.

La dupla de los José Antonio es conocida en RTVE. Sánchez, actual presidente, fue director general del ente público entre el 19 de julio de 2002 y el 26 de abril de 2004. Por su parte, Gundín asumió la dirección de Relaciones Institucionales entre 2003 y 2004. Ambos mandatos coinciden con la recta final del Gobierno de Aznar, marcada por la huelga general, el desastre del Prestige, la guerra de Irak o el accidente del Yak-42 en Turquía. En octubre de 2003 se produjo la polémica lectura por parte de Alfredo Urdaci en el Telediario de la condena de la Audiencia por el tratamiento informativo de la huelga del 20-J, tras una demanda de CCOO.

A ellos se suma José Ramón Díez, director de TVE, un profesional de la casa que ha desempeñado distintos puestos de responsabilidad. Ha sido director adjunto de



José Antonio Sánchez. EFE



José Ramón Díez. RTVE



José Antonio Álvarez Gundín. RTVE

Programas, en 1997; director de Explotación, en 1998; y director de TVE en 1999, cargo en el que permaneció hasta mayo de 2000.

Desde el Gobierno han apostado por la experiencia y viejos conocidos para comandar RTVE en un año especialmente delicado, con la vista puesta en las elecciones municipales y las generales que se celebrarán en 2015. En la corporación, entre los trabajadores, han causado especial preocupación la llegada de Sánchez y Gundín. El primero de ellos, en su comparecencia en la Comisión Consultiva de Nombramientos del Congreso, reconoció que en el pasado, cuando ejercía como periodista, realizó trabajos y colaboraciones para el

PP. Gundín, por su parte, carece de experiencia en el marco televisivo.

Distinta ha sido la sensación respecto a Díez, cuyo regreso ha provocado menos rechazo y controversia. Su puesto como director de TVE, al que accedió antes del verano, fue ratificado ayer por el consejo de administración de la corporación. También se ratificó a Alfonso Nasarre como director de RNE.

Sánchez propuso el relevo de Somoano por Gundín ayer, en su primer consejo de administración. La votación se saldó con siete votos a favor (PP y CiU) y dos en contra (PSOE e IU). En cumplimiento del Estatuto de Información de RTVE, el nombramiento fue trasladado pre-

Gundín fue elegido por siete votos a favor (PP y CiU) y dos en contra (PSOE e IU)

viamente a los Consejos de Informativos de TVE y de Medios Interactivos. En uso de sus competencias, recogidas en el artículo 52 de ese Estatuto, el Consejo de Informativos de TVE convocará un referéndum entre los profesionales para elaborar en el plazo máximo de una semana el informe, preceptivo y no vinculante, sobre ese nombramiento.

En la consulta similar que hizo el Consejo de Informativos en 2012, ante la llegada del director de Informativos ahora saliente, Julio Somoano, se registró una participación del 29,23%, con una abstención del 70,6 %. De los 472 votos registrados, 38 votos fueron a favor, 335 en contra y 99 votos en blanco.

Tras su salida de la dirección de Informativos, sobre la mesa está la

posibilidad de que Somoano siga al frente de *El debate de La I*, tarea en la que se estrenó recientemente. «Gracias a todos. Han sido dos años y medio inolvidables», señaló Somoano en su cuenta de Twitter. RTVE emitió un comunicado en el que le agradecía «los servicios prestados en una etapa en que TVE ha mantenido el liderazgo informativo y apostado por la información territorial y por avances tecnológicos como la televisión multipantalla».

Aunque estaban ya convocados antes del nombramiento de Gundín, mañana todos los sindicatos de RTVE han convocado paros parciales entre las 12.00 y las 14.00 horas y las 18.00 y las 20.00 horas en todos los centros. Uno de los objetivos, según explican desde los sindicatos, es pedir que el Gobierno aumente la asignación que concede a la corporación, que está fijada en 292,73 millones.

En otro orden de cosas, Sánchez se comprometió a reconsiderar la decisión del cierre de las emisiones por onda corta de Radio Exterior de España, «siempre que el desmantelamiento de las instalaciones sea reversible». Este cierre ha provocado, como informó ayer este diario, numerosas quejas en el sector pesquero. El problema es que el desmantelamiento parece irreversible.



Cabrerizo: "Medios y tecnología tienen que entenderse"

EL FUTURO DE LA PRENSA/ El director general de Unidad Editorial defiende el papel de los editores de prensa en el mundo digital.

M.P. Madrid

Javier Cabrerizo, director general de Unidad Editorial (editor de EXPANSIÓN, *El Mundo* y *Marca*, entre otros medios), aseguró ayer que los medios de comunicación y las empresas de tecnología están obligados a entenderse "más y mejor". "Tecnología y medios son socios y, como tales, tienen que entenderse y respetarse", aseguró Cabrerizo durante su participación en Big Tent, una jornada organizada por Google sobre el futuro de los medios digitales.

El director general de Unidad Editorial reconoció que "queda camino por delante" en este "largo proceso" de encuentro entre tecnología y medios. "No tenemos las respuestas a todos los interrogantes que se plantean ahora, nos queda mucho por descubrir", apuntó.

Javier Cabrerizo contestó a las cuestiones planteadas durante el evento sobre la popularmente conocida como *Tasa Google*, que recoge la nueva Ley de Propiedad Intelectual y que obligará a los agregadores de noticias a pagar a los

editores por enlazar su contenido.

Cabrerizo reconoció que la actividad de los agregadores "es relevante" para los medios. "Los apreciamos, pero hay una frontera difusa entre dirigir el tráfico vía un agregador y presentar más contenido en el *link* que dirige ese tráfico", aseguró.

"Ambos defienden posiciones que tienen sentido. Los medios trabajamos para crear un contenido que es apreciado y tiene sentido que llegue al mayor número de gente po-

sible", apuntó Cabrerizo.

El director general de Unidad Editorial defendió la necesidad de los medios de comunicación de invertir en tecnologías de análisis de datos.

Periodismo personalizado

"El *big data* es esencial porque nos permite entender qué sucede con nuestros contenidos cuando el lector interactúa con ellos", apuntó. Cabrerizo aseguró que el *big data* es una de las líneas estratégicas en las que está invirtiendo Unidad Editorial, junto con la forma-



Javier Cabrerizo, director general de Unidad Editorial, durante su intervención de ayer en Madrid.

ción en tecnología a los empleados, la experiencia de usuario y el marketing.

Para Cabrerizo, la clave del futuro está "en la combinación del arte de contar la historia con la ciencia del análisis de datos". En este sentido, aseguró que su objetivo es que Unidad Editorial sea "un grupo muy potente desde el punto de vista de los medios y también de los datos" para poder construir "un modelo rentable y sostenible".

El director general de Unidad Editorial aseguró que algunos de los medios del grupo ya tienen el 50% del tráfico a través de dispositivos móviles. "Tenemos que tirar del mercado e invertir en formatos nuevos". En esta línea, hizo un llamamiento al merca-

FT.com: "Hay que conocer al lector para poder ofrecerle contenidos personalizados"

do publicitario para que "siga al tráfico allá donde se encuentre e invierta en móvil, algo que no está ocurriendo".

Futuro de los medios

El director general de Unidad Editorial intervino en una mesa redonda en la que se debatió sobre cómo los grupos editores de prensa pueden ser competitivos en el entorno digital. En ella, Robert Shrimmsley, director de FT.com (*Financial Times*), aseguró que la publicidad "no puede soste-

ner el negocio a gran escala" y reconoció que, en el caso del medio financiero británico, es un "lujo" poder cobrar por el contenido. "Está claro que tenemos que ofrecer algo único, porque, si no, la gente no paga por leerlo".

Shrimmsley incidió en la necesidad de que los medios tradicionales "protejan" el valor que supone tener una marca "de confianza". Además, aseguró que es fundamental "ser el propietario de la relación con los lectores. Tenemos que conocerles para poder ofrecerles contenidos personalizados. Por eso somos fanáticos de los datos", aseguró. "La solución en ningún caso es despedir a los periodistas, porque esto supone empequeñecernos", dijo.

El futuro está en el móvil

Durante el evento sobre el futuro de los medios digitales organizado ayer por Google en Madrid, se puso de manifiesto el avance del consumo de información a través de dispositivos móviles. En el caso de Unidad Editorial, su director general, Javier Cabrerizo, desveló que algunos de los medios del grupo editor de EXPANSIÓN reciben ya el 50% de su tráfico desde dispositivos móviles. Por su parte, Frédéric Filloux, director del Área Digital de *Les Échos*, aseguró que, en el caso de su grupo, los móviles suponen ya el 35% del tráfico, frente al 17% de hace un año y, según sus previsiones, el porcentaje alcanzará el 50% a finales de 2015.



LA RADIO TIENE FUTURO

Ángel VALLE



Jesús G. Feria

Según el estudio presentado por IAB Spain y nPeople la radio online se concibe como un medio de entretenimiento

El 82,7% de los internautas declara escuchar radio on-line, conectándose a la versión on-line de las emisoras de radio convencional, según se desprende del Primer Estudio de radio on-line realizado por IAB Spain, la asociación que representa al sector de la publicidad, el marketing y la comunicación digital en España, y por la empresa nPeople.

Otro de los datos del estudio es que, diariamente, un 33,6% de los internautas escucha radio on-line, incluido un 9,4% que lo hace varias veces al día. Ante la preferencia de los internautas por escuchar las emisoras de radio convencional vía web, los PC se convierten en el canal con mayor número de seguidores, aunque las aplicaciones diseñadas para dispositivos móviles ganan adeptos y son ya utilizadas por el 41,9% de los oyentes.

En lo que respecta a los hábitos de consumo de los oyentes, la tarde es el momento del día con mayor consumo en todos los formatos, aunque, en el caso del soporte digital, el «prime time» se extiende y es mucho más amplio, menos atado al hogar o al coche, ya que está asociado a otras tareas como navegar por internet o consultar las redes sociales.

El perfil de este oyente de radio on-line encaja con el de una

persona de entre 25 y 54 años. De hecho, gracias al soporte on-line el «target» de la audiencia radiofónica se rejuvenece. Así, son los oyentes más jóvenes los que tienen un mayor acercamiento a las plataformas puramente on-line o formatos automatizados a demanda, tipo Spotify. La ambientación con mensajes publicitarios en establecimientos comerciales resulta más afín a los «targets» más adultos.

El estudio de IAB Spain y nPeople, presentado la pasada semana, desvela también que la radio on-line se concibe fundamentalmente como un medio de entretenimiento y entre sus ventajas principales está la comodidad de poder escucharla en cualquier lugar y a cualquier hora.

En lo que se refiere a la cantidad de publicidad que se emite, principal fuente de ingresos tanto para las cadenas convencionales como para plataformas tipo Spotify, aunque ésta también tiene suscripciones, para el 25% de los entrevistados la cantidad de anuncios es razonable e, incluso, alrededor del 16% opina que es interesante o

útil para las decisiones de compra. En el otro extremo, un 42% de los encuestados opina que la publicidad impide consultar contenido o interrumpe. En cualquier caso, la radio on-line es el medio en el que se percibe de forma más razonable la cantidad de publicidad que hay.

El objetivo del documento es la puesta en valor de la radio on-line como medio de comunicación y como plataforma publicitaria eficaz. En el estudio se han analizado el público objetivo, los hábitos de consumo, la percepción de los oyentes y la complementariedad con otros medios, además de cómo percibe el usuario la publicidad recibida.

Según Antonio Traugott, director general de IAB Spain, «un medio histórico y tradicional como la radio está adaptándose a la perfección al entorno on-line. La penetración entre los internautas es muy alta y las acciones de negocio publicitario son muy amplias. La radio en internet es presente y sobre todo futuro».

Por su parte, Javier Gayoso, director de Spotify España, aseguró que «la radio on-line no es el futuro, porque ya está de absoluta actualidad. Pensamos que a través del estudio se posibilita que tanto las marcas como los usuarios tengan una clara imagen del ecosistema radiofónico actual».

«El perfil del oyente de radio on-line encaja con el de una persona de entre 25 y 54 años»



La Sindicatura de Cuentas ve irregularidades en una compra de TV3

El organismo exige a la cadena que racionalice el gasto y potencie las ventas

La Razón

BARCELONA- La Sindicatura de Cuentas ha detectado irregularidad del director de TVC, Eugeni Sallent, en la compra de un programa a la cadena radiofónica que había dirigido -Rac1-, aunque «no aprecia situaciones de incompatibilidad en las posiciones ocupadas», como señala en el informe de fiscalización de los ejercicios 2010, 2011 y 2012.

La Sindicatura señala que el 9 de julio de 2012 el director de TVC suscribió un contrato de adquisición de guiones para una segunda temporada de una producción dramática con la empresa donde había sido directivo antes de su nombramiento en abril del mismo año.

Según la institución, ello «infringe el artículo 28.2 de la Ley 30/1992 de régimen jurídico de las administraciones públicas y del procedimiento administrativo común, que regula las causas de abstención de las cargos públicos». Dentro del plazo establecido, el 2 de mayo de 2012 el consejo de administración de Rac1 revocó sus poderes, pero la elevación a públicos de los acuerdos y su inscripción en el Registro Mercantil no tuvo lugar hasta el 22 de julio de 2013 y 7 de agosto de 2013: «La falta de inscripción de la revocación de los poderes en el Registro Mercantil supuso mantener la revocación en el ámbito interno de la sociedad y generar



Un plató de TV3 en la plaza Cataluña durante la Diada de 2012

una apariencia que la facultad de representación de Sallent respecto a la sociedad subsistía».

El informe también señala que más del 89 por ciento del importe neto de la cifra de negocio de TVC es facturada por cuatro productoras, entre las que se encuentran el Terrat y Minoria Absoluta.

El análisis fiscal determina que las cuentas anuales de los ejercicios 2010, 2011 y 2012 expresan en

LAS CIFRAS El 89% del importe neto de la cifra de negocio lo facturan cuatro productoras

todos los aspectos significativos la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera.

También le propone seguir con las medidas de racionalización del gasto iniciadas en los últimos ejercicios, y considera «muy necesario» que la dirección de la CCMA

y los representantes de los trabajadores continúen las negociaciones para firmar cuanto antes un nuevo convenio. Ve necesario potenciar la venta de programas de producción propia, ya que la recuperación de parte del coste de los programas a través de su venta debe permitir aumentar la producción y financiar nuevos proyectos sin aumentar aportaciones públicas. En el periodo analizado, destaca la caída un 23,66 por ciento de los ingresos netos por publicidad.



Relleu al capdavant dels informatius de RTVE

El nou president de l'ens destitueix Julio Somoano i nomena Álvarez Gundín, que era cap d'opinió de 'La Razón'

S. ENGUIX / A. RODRÍGUEZ DE PAZ

El nou president de RTVE, José Antonio Sánchez, va confirmar ahir que la gestió de l'ens públic prendrà un nou rumb. Perquè en la reunió del consell d'administració va comunicar la proposta de destitució de Julio Somoano com a director d'informatius de TVE i que el fins ara cap d'opinió de *La Razón*, José Antonio Álvarez Gundín, el substituís. El nomenament de Gundín va rebre el suport dels consellers de PP i CiU (set en total), mentre que va tenir el vot en contra dels dos consellers de PSOE i IU.

El nomenament d'Álvarez Gundín ha estat el primer acordat pel consell d'administració després de la designació de José Antonio Sánchez com a president de la corporació el 23 d'octubre passat. Gundín, que a més de subdirector d'opinió de *La Razón* és llicenciat en Periodisme per la Universitat Complutense de Madrid i diplomad en Sociologia per la Universitat Pontifícia de Salamanca, torna a RTVE, de nou de la mà de Sánchez, on entre el 2003 i el 2004 ja havia exercit la direcció de Relacions Institucionals. Abans de treballar a *La Razón* va ser subdirector del diari *ABC*, i participa regularment en diverses tertúlies.

Somoano abandona la gestió dels informatius de TVE sense



Gundín va rebre el suport de PP i CiU al consell d'administració

Teledeporte, en l'aire

■ El consell d'administració de RTVE no va abordar ahir el futur del canal Teledeporte. El mes de juliol passat, el "pla d'eficiència" de l'ens incloïa el tancament d'aquest canal. Però, des que es va anunciar la mesura, hi ha hagut moltes veus que s'han mostrat en contra, des del Consell Superior d'Esports i les federacions esportives fins als usuaris i els professionals de l'ens. Aquesta pressió sembla que ha resultat efectiva, encara que està condicionada, segons

fonts de l'ens, a la injecció de 130 milions d'euros que al seu dia va exigir l'expresident de RTVE, Leopoldo González Echenique. Ahir, al consell d'administració, José Antonio Sánchez va mostrar la seva confiança que finalment Hisenda autoritzi aquesta partida, la qual cosa podria permetre la salvació de Teledeporte. Echenique va assegurar al seu dia als parlamentaris que el tancament del canal suposaria un estalvi de fins a 11 milions d'euros.

haver aconseguit convèncer ningú: no agradava al Govern però tampoc als professionals de l'ens. Va prendre el relleu de Fran Llorente com a director d'informatius el 29 de juny del 2012, coincidint també amb el primer consell d'administració amb Leopoldo González Echenique com a president de RTVE. Fins aleshores ocupava el càrrec de director i presentador del *Telenotícies 1* de TeleMadrid.

Però en aquest temps, i malgrat que va arribar a l'ens amb un cert pedigrí, no ha aconseguit prestigiar la seva gestió. Va haver de disculpar-se per relegar la primera multitudinària manifestació de l'Onze de Setembre a Barcelona a la cua del telenotícies d'un diumenge i fa tot just uns dies, quan es va confirmar que Echenique abandonava la presidència, no va haver de sufocar una rebel·lió en informatius perquè els redactors es van oposar que la qüestió se saldés en l'informatiu amb una breu referència. El balanç no és precisament positiu: en termes d'audiència, han perdut el lideratge en informatius i s'ha enfrontat a bona part de la plantilla.

A més, a la reunió del consell també s'ha abordat la possibilitat de rebre una injecció econòmica de 130 milions d'euros d'Hisenda. Aquesta era una demanda d'Echenique que no va ser escoltada i que va provocar la seva dimissió.

D'altra banda, els consellers van donar llum verda a la proposta de la productora Diagonal TV per a una primera temporada d'una sèrie històrica sobre l'emperador Carles V. Diagonal TV és també la productora darrere de la sèrie *Isabel*, que s'emet a La 1.●



Jorge Rivera; Tomás Burgos, secretario de Estado de Seguridad Social; Joan Marca (Aquilón); Carmen Vela, secretaria de Estado de Innovación; Ferran Adrià; Montserrat Gallego (Novartis); José Luis Ramón (Cosentino); Pedro Argüelles, secretario de Estado de Defensa, y Manuel Mirat, consejero delegado de PRISA Noticias. / C. R.

El diario 'Cinco Días' entrega sus premios a la innovación empresarial

Novartis, Cosentino y Aquilón, firmas galardonadas en la octava edición

EL PAÍS, Madrid

El diario *Cinco Días* entregó anoche sus Premios a la Innovación Empresarial, que en esta octava edición han recaído en Novartis, Cosentino y Aquilón. Los galardones se crearon en 2008 con motivo de la celebración de su trigési-

mo aniversario. En el acto, conducido por la periodista Marta González Novo, estuvo presente la secretaria de Estado de Estado de Investigación, Desarrollo e Innovación, Carmen Vela, quien pidió "una mayor implicación empresarial con la I+D+i".

La noche contó con el chef Fe-

rran Adrià, que impartió una conferencia en la que explicó su visión de la innovación desde la gastronomía. "Las empresas que quieren hacer un departamento de I+D se equivocan, porque la innovación debe impregnar toda la empresa", analizó.

El galardón para el proyecto

empresarial más innovador correspondió a la compañía Cosentino por el material Dekton by Cosentino. Este producto es una superficie ultracompacta desarrollada por la firma, lanzada comercialmente en 2013, que supuso una inversión total de 128 millones de euros. Según explica la em-

presa, este material, que sirve para decoración y arquitectura, es resistente al rayado y a las abrasiones y cuenta con una casi nula absorción de agua y resistencia máxima a las manchas.

El premio a la acción empresarial más innovadora ligada a la universidad recayó en la compañía Aquilón, por el esfuerzo de desarrollar productos y patentes desde los centros educativos para aplicar en la salud animal. Esta empresa de Castilla y León investiga en antibióticos y vacunas en el campo veterinario.

La compañía farmacéutica Novartis fue distinguida con el premio al mejor proyecto de responsabilidad social corporativa por su iniciativa contra la malaria. El jurado valoró que desde 2001 la empresa ha facilitado más de 600 millones de tratamientos para adultos y niños, sin fines de lucro, en más de 60 países donde esta patología es endémica, además de crear sistemas de distribución para que llegue a las zonas más remotas.

El jurado de esta edición ha estado formado por Inés Juste Bellosillo, presidenta de la Asociación de la Empresa Familiar y presidenta de Grupo Juste, que ha ejercido como presidenta del jurado; José Carlos Díez, economista; Efrén Miranda, consejero delegado del Club del Emprendimiento; Javier Moreno, director editorial del grupo PRISA; Jorge Rivera, director de *Cinco Días*, y Pedro Zuzua Gil, director de comunicación de PRISA Noticias.



El embajador de EE UU
 presidió el encuentro

Atresmedia inaugura el primer foro de Crea Cultura

El embajador de EE UU, James Costos, inauguró ayer el primer foro de Crea Cultura auspiciado por el Grupo Atresmedia en colaboración con Bertelsmann para defender, salvaguardar y reconocer el verdadero valor de la Propiedad Intelectual y abordar su papel en la era de las televisiones. También pretende concienciar a la población de las consecuencias de vulnerar este bien cultural. Abajo, de izq. a dcha, el consejero delegado de Atresmedia, Silvio González; el periodista Vicente Vallés; la vicepresidenta de Relaciones Gubernamentales de Bertelsmann, Irene Braam; el profesor y periodista experto en Economía Digital Jeff Jarvis; James Costos y Fernando Carro, consejero delegado de Bertelsmann España. **TVY COMUNICACIÓN - Pag. 60**

Cristina Bejarano





CONTROVÈRSIA AL DEPARTAMENT D'ASSESSORAMENT LINGÜÍSTIC

Blasfèmies d'anada i tornada

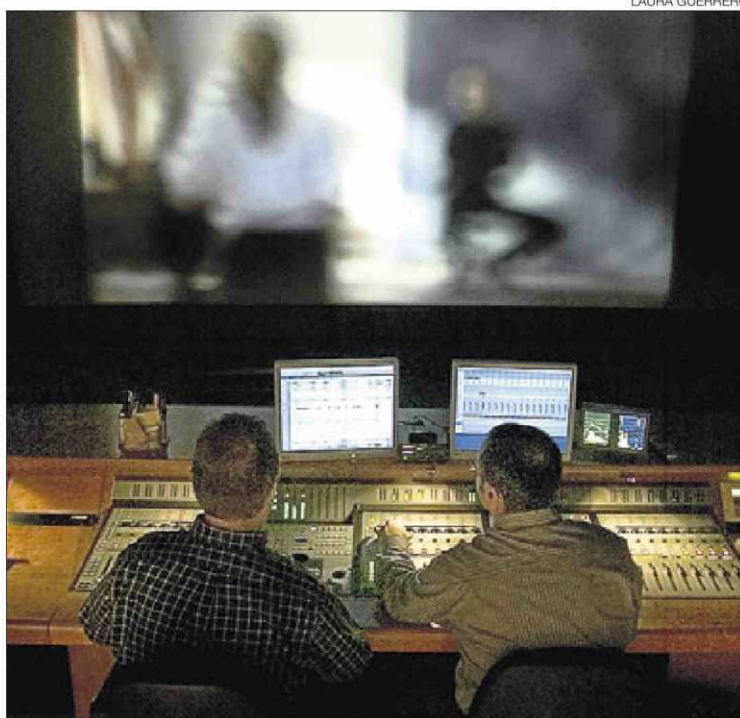
La pressió de lingüistes i traductors obliga TV-3 a retirar una instrucció que prohibia les expressions blasfemes en els doblatges **≡ La controvertida norma** va néixer divendres i va morir ahir

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

«Des d'ara mateix, queden excloses del doblatge, sense cap mena d'excepció, les expressions blasfemes («hòstia», etcètera). Si en aquests moments teniu en curs la gravació d'algun text en què n'hi surten, elimineu-les i poseu-hi un equivalent. Gràcies». Aquesta és la part principal del correu electrònic que, divendres passat a la tarda, va enviar a lingüistes, traductors i estudis de doblatge catalans Josep Cornudella, responsable del Departament d'Assessorament Lingüístic de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). I ahir a la tarda, Cornudella va tornar a enviar, i de forma més breu, e-mail als mateixos destinataris: «La instrucció sobre l'ús de blasfèmies divulgada el 24 d'octubre s'anul·la a tots els efectes. La responsabilitat de l'emissió d'aquell missatge, divendres passat, i de l'anul·lació d'avui és meua».

Aquesta sorprenent frenada en sec i marxa enrere –en tot just dos dies hàbils– sobre una decisió de la CCMA demostra dues coses: les connotacions de censura d'una instrucció massa ambigua i, sobretot, la força que tenen a TV-3 el conjunt de lingüistes i traductors que treballen en els doblatges i les adaptacions.

«El rebuig general que ha provocat aquesta instrucció en el col·lectiu de lingüistes, divergències que fins i tot s'han donat en el ma-



LAURA GUERRERO

►► Doblatge ► Centre de control d'un estudi de doblatge a Barcelona.

teix Departament d'Assessorament Lingüístic, és el que m'ha portat a decidir que no es podia mantenir aquesta norma, i per tant a retirar-la», explica Cornudella, que també reconeix que el col·lectiu de lingüistes que col·laboren amb TV-3 té molta força. «Sí, és un fet –concedeix el directiu de la Corporació–. Segurament empresarialment és una anomalia, però són un grup de professionals amb els quals treballem i

col·laborem per la normalització del català, molt estretament i des de ja fa molts anys. Això fa que hi hagi uns vincles molt forts, i si la majoria rebutja una instrucció com aquesta, doncs... La veritat és que sabia que hi hauria una reacció negativa, però no que fos d'aquesta magnitud».

Cornudella també accepta que la instrucció que prohibia les blasfèmies es plantejava en termes ambigus i poc argumentada, i deixava al

lliure albir del traductor que s'entén per blasfèmia. Però manté que era una bona idea. «Aquesta instrucció no era una decisió precipitada –puntualitza–. Ja feia uns mesos que estava refent una anàlisi dels doblatges al català i vaig poder comprovar que, en alguns casos, hi havia un excés de l'ús de paraules malsonants i blasfèmies que en la versió original ni tan sols

«En ocasions, s'usen paraulotes o blasfèmies que no apareixen en la versió original»

apareixien, però que en el doblatge podien donar més força a l'escena o seqüència».

Aquesta manipulació de l'original la corrobora Jordi Mir, lingüista que col·labora amb TV-3 des dels seus inicis. «Ara hi ha moltes més paraules malsonants i blasfèmies –afirma–. Fins i tot més que en l'original, perquè el traductor en posa de collita pròpia, perquè li va bé».

Cornudella manté que la instrucció que ha estat retirada era una bona idea, encara que també admet amb pragmatisme que «és bo recular». Però no s'atreveix a predir si aquesta polèmica servirà perquè els traductors reflexionin davant la blasfèmia: «Ja ho veurem». I ho sentirem. ≡



Jarvis: "Los medios deberían tratar a la gente como individuos y no como masa"

Fermín Elizari, Madrid

Jeff Jarvis es el gran gurú del periodismo digital. A través de su blog *Buzzmachine* y de numerosas conferencias, este periodista, escritor (*Y Google, ¿cómo lo haría?*) y profesor es el gran azote de los grandes medios de comunicación tradicionales, a los que acusa de tratar a la audiencia como a una "masa" cuando hay que "tratarla como un individuo".

"El modelo de prensa es antiguo porque tiene como centro a los medios de comunicación de masas", afirmó ayer en el evento Google Big Tent, donde también abordó la polémica sobre la *Tasa Google*, que se aprueba hoy en el Congreso: "Es muy peligroso penalizar el enlace".

Si la mayoría de ingresos de

los grandes medios todavía vienen del papel, ¿cómo diría a un director de periódico que se centre en su negocio digital? "Ya sabe adónde se dirige todo esto", responde Jarvis a EXPANSIÓN. "Si tu estrategia se basa en sobrevivir, pierdes. Tienes que hacer que tu negocio digital sea una empresa totalmente beneficiosa antes de que llegue el día que el papel ya no lo sea. Si esperas a que llegue ese día sin estar

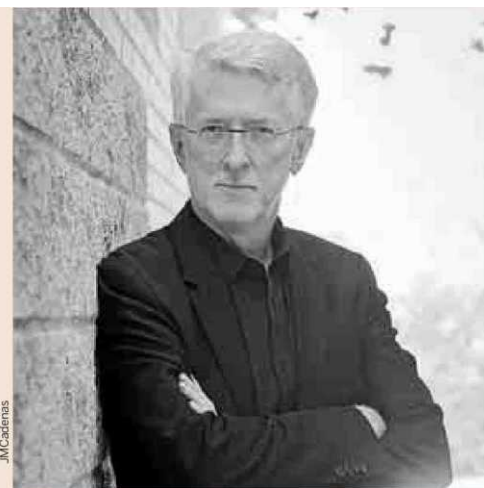
preparado, estás muerto".

Y, para escenificar su argumento, pone como ejemplo dos gráficos: "El primero cae en picado y es el de las fortunas del negocio del papel. El segundo es el meteórico ascenso de las fortunas del mundo digital".

El sector del periodismo digital se divide en estos momentos entre dos fórmulas: publicidad y pago por contenidos. Una opción ésta última

que no convence a Jarvis. "Como periódico financiero, como el *Financial Times* español, es correcto. Porque tu audiencia puede hacer dinero con tu producto. Pero para gran parte de los medios no creo que vaya a funcionar, porque a un solo clic tienen un contenido casi igual de bueno y que es gratuito".

Uno de los planteamientos del periodista estadounidense que más choca con el periodismo tradicional es el de presentar a la información como una *commodity*: "A veces pensamos que trabajamos en la industria del entretenimiento, pero no es así: una serie o un libro son un producto único. La información se comparte y la paradoja es que el periodismo más valioso



Jeff Jarvis participó ayer en Madrid en una conferencia.

Así piensa el gurú del periodismo digital

👤 Pensamos que trabajamos en el sector del entretenimiento, pero la información es una 'commodity'

👤 El 55% de las páginas que se ven en Internet son abandonadas en 15 segundos"

está repleto de información".

Jarvis insta a mejorar la publicidad en Internet. "El 55% de las páginas que se ven en Internet son abandonadas en 15 segundos", afirma. ¿Y a qué medio pondría como ejem-

plo? "A *Advance Publications*. También tienen un periódico de papel, pero su responsable está a 20 kilómetros del resto de la redacción. Se limita a empaquetar la información de la web en el papel".



CANVI EN LA TELEVISIÓ ESTATAL

TVE destitueix Julio Somoano

► **Álvarez Gundín deixa 'La Razón' per rellevar el polèmic cap d'Informatius**

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Després de poc més de dos anys al capdavant dels Servicios Informativos de TVE, en què ha batut tots els rècords de denúncies de manipulació per part dels periodistes de la tele estatal, ahir Julio Somoano va ser destituït del seu càrrec.

Aquesta ha estat una de les primeres decisions que ha pres el recentment elegit president de RTVE, José Antonio Sánchez, que així ha volgut rebaixar la tensa situació que

es vivia en l'àrea més important de la tele estatal. Però la solució tampoc sembla ser del gust de tothom, ja que com a substitut de Somoano, el president de la corporació ha designat José Antonio Álvarez Gundín, fins ara cap d'Opinió del rotatiu conservador *La Razón*.

D'aquesta manera, el portaveu de Compromís Equo al Congrés, Joan Baldoví, va considerar lògica la destitució. «El que no és lògic és la seva substitució pel responsable d'opinió de *La Razón*, perquè fa la sensa-



►► Julio Somoano.



►► José Antonio Álvarez Gundín.

ció que els Informativos de TVE van de mal en pitjor, que el PP vol fer tot el possible per desprestigiar al màxim la tele pública estatal perquè perdi tota l'audiència i credibilitat i així poder-la tancar, com ja ha fet el PP amb la radiotelevisió pública valenciana».

Per la seva part, el Consell d'In-

formativos de TVE ha anunciat que convocarà un referèndum entre els professionals de la casa per elaborar «en el termini màxim d'una setmana l'informe, preceptiu i no vinculant, sobre aquest nomenament», tal com recull l'article 52 d'aquest Estatut dels Informativos.

En la consulta sobre Somoano,

aquest va obtenir 38 vots a favor, 335 en contra i 99 en blanc. Somoano es va acomiadar ahir a través de Twitter: «Gràcies a tothom. Han estat dos anys i mig inoblidables». En el seu perfil ja no figura la seva pertinença a TVE i es defineix com a «periodista sempre».

Segons ha explicat RTVE, s'ha agraït a Somoano «els serveis prestats en una etapa en què TVE ha mantingut el lideratge informatiu i apostat per la informació territorial i per avenços tecnològics com la TV multipantalla».

RETORN A RTVE // Llicenciat en Periodisme per la Complutense de Madrid i diplomad en Sociologia per la Universitat Pontificia de Salamanca, Gundín torna a RTVE després que entre els anys 2003 i 2004 dirigís Relacions Institucionals. Gundín ha estat col·laborador de *Los desayunos de TVE*, *El debate de La 1*, *La noche en 24 Horas*, i de *24 horas* (RNE) i *Hora 25* (SER). Abans de dirigir l'opinió de *La Razón*, va ser subdirector del diari *Abc* i director del seu Màster de Periodisme. ■



PEPE GARCÍA-CARPINTERO

Apasionado del periodismo, se formó en 'Marca' y Radio Marca, donde llegó a encargarse de la información del Atlético de Madrid.

Un hombre de colores en la radio

PACO GARCÍA CARIDAD

«Descansa en paz, hermano mío», puso el entrenador Gregorio Manzano, desde China, en su cuenta de Twitter para expresar su dolor por la muerte de Pepe García-Carpintero. Álvaro Arbeloa también aprovechó los 140 caracteres para reflejar su *shock* y dejar claro que perdemos a un gran periodista y una grandísima persona. Horas antes de salir a informar de lo que pasara en el partido entre el Getafe y el Atlético de Madrid, recibió la visita de Dios para llevárselo. Así como suena, porque en medio del dolor de la madre a la que arrebatan de cuajo al pequeño de sus tres hijos, Consuelo tiró de fortaleza: «Dios me lo dio, y Él me lo quita. Será que lo necesita más».

Carpin era un tipo cargado de vida interior y por eso en el periodismo fue haciendo amigos. Llegó a la factoría de *Marca* poco después del nacimiento de la radio y enseguida se arrojó a la piscina para nadar en su vocación: el periodismo. Y eso empezó a hacer desde Vallecas como *El espía*, una sección creada para un reportero como él. Un día cuentan que llegó con un notición. Se trataba del traspaso del emblema de un club. Tras deliberar, algún superior decidió llamar a uno de los afectados, que negó la noticia. Y no se publicó, lo que, al día siguiente, se hizo realidad. Sea como fuere, la paternidad de la información abortada

será de Pepe. Por siempre. Esa bomba coincidió con su brillante periplo por el periódico haciendo información del Rayo, micrófono inalámbrico para la radio y más tarde ocupándose del Atlético. Había que currárselo y Pepe lo hacía con pragmatismo, el que le llevó a aceptar, sin condiciones, la delegación de *Marca* en Zaragoza. Pronto se hizo con la información y con amigos. Uno de los estandartes del Real Zaragoza, Cuartero, subrayó que después de irse de la ciudad «cada día del Pilar, me llamaba para felicitarme».

Regresó a Madrid y *Carpin* recaló en *Público*, desde donde contó los éxitos de la España de Luis Aragonés. El palo de la crisis que acabó con el diario no dejó a *Carpin* fuera del circuito. Volvió a casa, a Radio Marca, y tuvo que aceptar de todo: desde sacar cortes a hacer micrófono en el estudio. Este año, hacía información del Atlético, uno de sus clubes, como el Rayo, el Zaragoza, todos los de Manzano

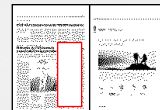
y el Madrid. «Era muy blanco», dice Manu, su hermano mayor. Aun así, le permitieron ser un *infiltrado* en la Peña Tomahaek, del Bar Nacho, cerca del Manzanares.

Dice Pedro J. que para ser buen periodista hay que ser buena persona. Pepe García-Carpintero era lo uno y lo otro. Por eso, todo lo veía a colores, los colores de una vida con los que saludaba a los oyentes y a los amigos cada vez que se despedía. Era un guiño a la gente de los Cursillos de Cristiandad porque ese era su himno.

Pepe García-Carpintero, periodista, nació en Alcázar de San Juan (Ciudad Real), en 1976, y falleció en Madrid el 26 de octubre de 2014.



MARCA



Mediaset dispara su beneficio bruto un 68%, hasta los 96,8 millones

La cadena aprovecha el alza de la publicidad e ingresa un 12,7% más hasta septiembre

Á. S. MADRID.

Mediaset saca partido de la mejora de la publicidad. Los últimos datos de Infoadex arrojan un alza de la inversión publicitaria del 10 por ciento en los nueve primeros meses del año, lo que ha dejado su huella en las cuentas de la cadena de Fuencarral. El grupo que dirige Paolo Vasile, que se ha comido el 44,4 por ciento de la tarta publicitaria, ha cerrado hasta septiembre con unos ingresos netos de 658,2 millones de euros, un 12,7 por ciento más que en el mismo periodo del año pasado.

La mejora de la facturación, unida al control de costes llevado a cabo en los últimos años, se ha traducido en una mejora del beneficio bruto de explotación (*ebitda*) del 68 por ciento hasta los 96,8 millones de euros. En esta línea, el beneficio neto de explotación ha subido un 85,4 por ciento hasta los 84,2 millones de euros.

En cuanto al beneficio neto, no se han visto subidas tan elevadas por la depreciación de su partici-

pación en Canal +, que vendió a Telefónica en verano. Según los datos publicado por la cadena, la venta del 22 por ciento de Canal+ ha tenido un impacto negativo de 58,6 millones de euros, como depreciación de activos financieros.

Así, el beneficio neto ha sido de 25,2 millones de euros, un 14 por ciento más que entre enero y septiembre de 2013. Sin el impacto de Canal+, la cadena de Fuencarral habría ganado 67,2 millones frente a los 22,1 millones de euros de hace un año.

En cuanto a la partida de gastos, que ha bajado un 20 por ciento con respecto a 2010, ha subido levemente por el incremento de los derechos de televisión. No hay que olvidar que Mediaset ha emitido en el último año el Mundial de Fútbol y el Mundial de Baloncesto. También tiene los derechos de Moto GP.

Así, con respecto al mismo periodo del año pasado, el consumo de derechos de televisión ha crecido un 32,6 por ciento hasta los 144,5 millones de euros. Por su parte, los costes operativos caen un 1 por ciento. En el año, y pese a tener dos canales menos desde mayo, ha cerrado septiembre con una audiencia del 31,1 por ciento frente al 29,5 por ciento de septiembre de 2012.

Resultados Mediaset

Enero- septiembre 2014, en millones de euros

	2013	2014	VAR. (%)
Ingresos netos	583,9	658,2	↑ 12,72
Costes operativos	526,4	561,4	↑ 6,64
Ebitda	57,6	96,8	↑ 68,05
Ebit	45,4	84,2	↑ 85,46
Beneficio neto	22,1	25,2	↑ 14,02
Posición financiera neta	85,5	205,7	↑ 140,58
Audiencia (septiembre en %)	29,5	31,1	—

Fuente: Mediaset.

elEconomista



La ética del idioma en «Futuro en Español»

► Enríquez y Fernández de Soto apuestan por la transparencia informativa

LUISMI CÁMARA
LOGROÑO

La cuarta edición de Futuro en Español se cerró con una apuesta sin restricciones por la búsqueda de la verdad y por el compromiso con el ciudadano, con el lector. Con nadie más.

Así de contundentes se mostraron tanto el director de CAF Europa, Guillermo Fernández de Soto, como el consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, en los discursos que pusieron punto y final a dos días en los que se ha hablado en una lengua común, en un idioma que es puente de unión entre los 550 millones de hispanohablantes repartidos a ambas orillas del Atlántico.

Fernández de Soto destacó por encima de todo el mensaje sobre ética periodística que dejó en las jornadas, «con ese lenguaje magistral», Javier Darío Restrepo. «En los momentos difíciles, el compromiso debe ser siempre con la verdad», insistió Fernández de Soto, que puso como ejemplo de defensor de este valor a su socio en Futuro en Español. Antes de la intervención de Enríquez, el periodista Félix Madero –que ejerció de presentador y de moderador de las mesas redondas durante todo el evento– puso también en valor la apues-

ta de Vocento por «mantener un foro tan importante y estratégico» como éste y destacó la apuesta de su consejero delegado por el proyecto.

Luis Enríquez se mostró «muy contento» porque «es la cuarta edición de Futuro en Español, que consolida y amplifica un éxito», y señaló el esfuerzo llevado a cabo por los artífices del evento. Con orgullo, desveló que con el Banco de Desarrollo de América Latina había sucedido «algo que pasa pocas veces en la vida, el encuentro con un socio comprometido» y con el que se sentía absolutamente identificado.

La ética del periodismo

Prosiguió aseverando que el grupo de comunicación que lidera lleva ya unos meses preguntándose por «la ética y el periodismo» y por si se estaba transmitiendo esos valores a los lectores. Por eso, destacó la importancia de que este punto fundamental fuera uno de los ejes de estas jornadas.

Emilio del Río, consejero de Presidencia y Justicia del Gobierno regional fue el encargado de cerrar el evento, y felicitó a los organizadores por «unas jornadas que hacen ver el papel protagonista que La Rioja y Logroño tienen en la lengua». «En el diálogo entre España y Latinoamérica nos une un idioma y es un elemento de ligazón económico. Somos lenguaje y lo vemos todo a través de él. Es cultura, tradición, una forma de observar el mundo», alentó Del Río



RTVE necesita un nuevo plan realista y duradero, acordado en el Congreso

EL GOBIERNO ha perdido otra oportunidad para intentar resolver de una vez el futuro de RTVE. Al nombrar sin consenso con la oposición, o al menos con el PSOE, al nuevo presidente de la Corporación –y, éste, al director de los Servicios Informativos–, vuelve a colocar a la televisión pública en el disparadero de la lucha política. No es aventurado pensar que las principales decisiones que tome José Antonio Sánchez van a ser criticadas por el resto de los partidos únicamente por haber sido nombrado por el PP. Críticas que no tardarán en llegar porque Sánchez y el nuevo director de Informativos, José Antonio Álvarez Gundín –hasta ahora subdirector de *La Razón*–, ya estuvieron en RTVE en la etapa final de José María Aznar, cuando la televisión pública fue acusada de situarse sin miramientos al servicio del Gobierno.

RTVE se encuentra en la mayor encrucijada de su historia: sin modelo de financiación definido y con pérdidas y deuda crecientes. El anterior presidente, Leopoldo González Echenique, tiró la toalla porque no se atrevió a acometer la fuerte reestructuración de plantilla que necesitaba la Corporación por no enfrentarse a los sindicatos. Sánchez sí tiene experiencia en ERE, aunque sin demasiado acierto porque los tribunales tumbaron el que aplicó en Telemadrid y ahora la ca-

dena autonómica marcha sin rumbo y con audiencias que se acercan más a los canales de TDT que a una televisión generalista.

Pero a los problemas presupuestarios, RTVE une una preocupante caída de audiencia, tanto en la programación general como en los informativos. En los últimos meses, La 1 se ha situado por debajo del 10% de cuota y tiene más riesgo de ser sobrepasada por La Sexta que capacidad para alcanzar a Antena 3. Los *telediarios* han sido superados por los espacios informativos de Telecinco y una prueba de la decadencia de RTVE la vimos en la transmisión de los actos de Proclamación de Felipe VI, cuya producción fue encargada, por primera vez en la historia, a Telefónica y no a la Corporación. En esta marejada toma el timón del barco Álvarez Gundín, un veterano y reconocido periodista, pero sin experiencia en la información televisiva, que llega de un diario próximo al Gobierno y en un año electoral.

¿Podrá el nuevo equipo enderezar esta precaria situación? Tiempo habrá para comprobarlo. Pero España necesita una televisión pública saneada, influyente y plural. Hace falta un nuevo acuerdo parlamentario sobre su modelo y, a partir de él, elaborar un plan de desarrollo creíble y duradero. No van por ahí los últimos pasos del PP.



L'Abc' va rebutjar la informació sobre Trias perquè "no era fiable"

N.O.
BARCELONA

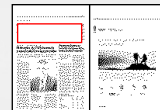
El rebombori que els últims dies envolta l'alcalde de Barcelona, Xavier Trias, per la informació que afirma que té uns suposats comptes a Suïssa, va viure ahir un nou capítol. El periodista de l'Abc Javier Chicote admetia en una entrevista a RAC1 que el seu rotatiu va decidir no publicar la informació sobre els suposats comptes bancaris perquè "no era fiable". Va assegurar que fa més de dues setmanes va rebre la mateixa informació, d'una font policial, sobre el suposat fons de 12,9 milions d'euros i el seu trasllat a Andorra. Amb tot, Chicote va considerar que la informació no estava prou con-

trastada i va decidir no publicar-la després que dues fonts policials més l'alertessin que no era consistent.

El cas de Trias va esclatar després que *El Mundo* revelés dilluns l'existència d'un suposat informe de la UDEF que atribuïa a l'alcalde de Barcelona 13 milions d'euros en comptes al banc UBS de Suïssa fins al 2013, un fons que, segons el diari, s'hauria transferit a bancs andorrans el mateix any. Trias, que ha negat reiteradament les informacions, s'ha querellat contra el rotatiu per injúries i calúmnies. I pensa ampliar la denúncia després que el rotatiu publicés dimarts el suposat número de compte ocult a Suïssa. Els advocats de Trias han demanat als bancs suïssos i andorrans que confirmen que no hi té cap dipòsit. —



Trias sosté que mai ha tingut comptes a l'estranger. FRANCESC MELCION



RTVE 'echa' a Somoano tras perder 758.000 espectadores

Nombra a José Antonio Álvarez Gundín director de los Informativos

Á.S. MADRID.

Primeros cambios en RTVE tras la llegada de José Antonio Sánchez a la presidencia de la Corporación. El Consejo de Administración de la televisión estatal acordó ayer, con

siete votos a favor y dos en contra, destituir a Julio Somoano como director de los Servicios Informativos de TVE y nombrar a José Antonio Álvarez Gundín en su lugar.

El movimiento, que supone la vuelta del hasta ahora director de Opinión de *La Razón* a RTVE, pone punto y final a una polémica etapa, en la que los informativos de *La 1* han dejado de ser "un referente" para la audiencia, tal y como denuncian desde dentro de la Corporación.

Y es que, desde que Somoano tomara posesión en junio de 2012, los telediarios de *La 1* han perdido unos 758.000 espectadores pasando a ser la tercera opción, por detrás de Telecinco y Antena 3.

Según los datos publicados por Barlovento en mayo de 2012, Somoano heredó de Fran Llorente unos informativos líderes de audiencia, con 2,46 millones de espectadores y un 17 por ciento de cuota de pantalla. Dos años y medio

después, la audiencia media de las ediciones de medio día y noche de lunes a domingo es de apenas 1,7 millones de espectadores y una cuota de pantalla del 12,5 por ciento, muy lejos de Telecinco, líder con 1,86 millones de espectadores y un *share* del 14,4 por ciento.

Además, la época de Somoano ha estado cuajada de críticas desde los partidos políticos y el consejo de informativos, que le acusaban de "censura y manipulación".

El descenso de la audiencia no ha sentado bien en las filas del PP ni del Gobierno que buscan recuperar la influencia de los informativos de cara a las elecciones. Así, la primera decisión de Sánchez ha sido poner al frente de los Informativos a un hombre de su confianza. La segunda tarea será adelgazar RTVE.

Álvarez Gundín, hasta ayer subdirector en *La Razón*, fue director de Relaciones Institucionales en RTVE entre 2003 y 2004.



Jeff Jarvis considera «peril·losa» la Llei de Propietat Intel·lectual

► L'expert en comunicació afirma a Madrid que la reforma convertirà Espanya en un país hostil per la xarxa

MADRID | EFE

■ El professor universitari nord-americà i gurú del nou periodisme Jeff Jarvis va sostenir ahir que la reforma espanyola de la Llei de Propietat Intel·lectual acabarà amb els avantatges de l'enllaç a internet, el que considera perillós i innecessari, i convertirà a Espanya en un territori hostil per a la xarxa.

El projecte de reforma de la Llei de Propietat Intel·lectual, que previsiblement s'aprovarà avui de

forma definitiva al Congrés dels Diputats, preveu que els editors reben una compensació econòmica irrenunciable per part d'agregadors i cercadors d'internet quan es facin servir fragments dels seus continguts.

«Demà potser es mata a la xarxa amb la taxa, em sembla perillós i bastant innecessari», va asseverar Jarvis en el fòrum «Big Tent», organitzat per Google per debatre sobre el futur del periodisme i els mitjans digitals. Jarvis va subratllar que és «immadur» protegir els mitjans de comunicació a través de reglamentació i va sostindre que detecta a Europa proteccionisme «per controlar la xarxa».

El periodista, col·laborador del

prestigiós diari britànic *The Guardian*, va explicar que en gravar l'enllaç separa el periodista del seu públic i impedeix que existeixi el periodisme de qualitat, on compartir continguts és essencial i significa «eficàcia i economia» per als mitjans de comunicació.

L'expert va considerar que és difícil pronosticar l'impacte real que aquesta mesura tindrà en el periodisme espanyol, però està convençut que incidirà negativament en les audiències dels mitjans. Jarvis va afirmar que a Europa existeix un «tecnopànic», el que, segons la seva opinió, «desembocarà en una mala regulació» i repercutirà negativament en la innovació i la inversió.

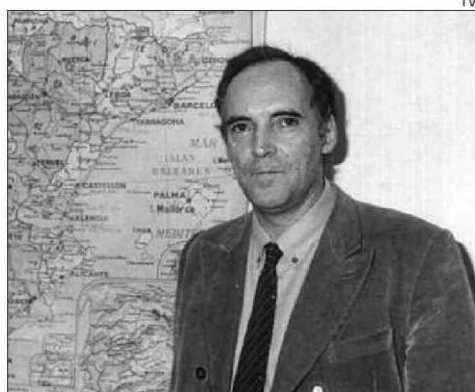


«El documental» del 33 s'aproxima al periodisme de Ramon Barnils

DdG | GIRONA

■ El programa *El documental* (23.40 h, 33) estrenarà aquesta nit *Barnils tal com raja*, un treball d'Albert Lloreta i Laia Soldevila que explica la vida i l'aproximació al periodisme de Ramon Barnils, mort ara fa tretze anys. El documental fa un retrat de l'època que va de la dècada dels seixanta fins a final del segle XX: la lluita antifranquista i el paper del moviment llibertari, així com el qüestionament de la transició política i la seva aposta per la independència catalana.

El film recull aparicions del mateix Ramon Barnils a TV3 i entrevistes a Catalunya Ràdio i la revista *El Temps*, i ho entrelliga amb les intervencions de gent propera a ell, com Pepe Ribas, Vicent Partal, Sergi Pàmies, Joan Puigcercós i els fills de Barnils, i també amb material fotogràfic inèdit cedit per la família. Ramon Barnils va escriure i col·laborar en mitjans com *Tele/eXpres*, *El Noticiero Universal*, *La Van-*



Ramon Barnils en una imatge d'arxiu

guardia, *El be negre amb potes rosses*, *Ajo blanco*, *Solidaridad Obrera*, Agència Efe i *El Temps*, entre molts d'altres. A més, va participar a Catalunya Ràdio en programes com *El llo-ro*, *el moro*, *el mico* i *el senyor de Puerto Rico*.



Google duda sobre cuál es el futuro de la prensa digital

G. G. - Madrid

Jeff Jarvis también participó ayer en el foro «Big Tent» organizado por Google en Madrid para hablar de «Nuevos tiempos, nuevos modelos», e intentar aportar una visión de cómo deben comportarse los grandes grupos editores ante el mundo digital. «Existen abundantes modelos y propuestas pero nadie tiene claros aquellos que hay que seguir; en estas conferencias intentaremos arrojar luz», destacó Francisco Ruíz Antón, director de Relaciones Institucionales de Google España y Portugal. Jarvis, periodista, profesor y bloguero, planteó en la conferencia inaugural que «la web es un momento Gutenberg y no sabemos lo que pasará con ella dentro de 150 años». También calificó de «prematureo» imaginar los modelos de negocio futuros del periodismo, en los que el profesional tiene la misión de «informar para que la gente pueda organizar sus conocimientos». En la primera mesa redonda sobre cómo los medios pueden seguir siendo competitivos en un entorno digital, Robert Shrimmsley, managing editor de ft.com («Financial Times»), explicó que en la búsqueda del modelo «hemos cometido muchos errores, pero vamos por buen camino y hay que seguir buscando otra manera de alimentarse de la publicidad porque ese dinero ha desaparecido». Abogó por un concepto básico que es «ser el propietario de la relación con los lectores», y a ellos dirigirles el contenido y la publicidad. Por su parte, el director del Área Digital de Les Echos, Frédéric Filloux, hizo hincapié en la importancia del soporte, y destacó que «el móvil se lo va a llevar todo y eso es problemático porque no acepta bien la publicidad». En las mesas de debate también participaron Javier Cabrerizo, director general de Unidad Editorial, y representantes de medios nacidos en digital: Rob Wijnberg, («De Correspondent»), Ignacio Cardero («El Confidencial»), Ignacio Escolar («eldiario.es») y Montserrat Domínguez («El Huffington Post»).



TVE destituye a Somoano como jefe de los informativos

ROSARIO G. GÓMEZ, Madrid

El presidente de RTVE, José Antonio Sánchez, destituyó ayer a Julio Somoano como jefe de los servicios informativos, uno de los cargos críticos de la televisión pública. Le sustituirá José Antonio Álvarez Gundín, subdirector de opinión de *La Razón*, diario pilotado por Francisco Marhuenda. El relevo se produce una semana después de que el Congreso aprobara, solo con los votos del PP, la elección de Sánchez. Coincide también con la presentación de un escrito firmado por 1.500 profesionales de la cadena en el que denuncian "manipulación" y "falta de pluralismo".

El PSOE confía en que la salida de Somoano "no suponga otra vuelta de tuerca al uso partidista de RTVE por el PP". Los socialistas reclaman medidas para recuperar "la credibilidad" de los telediarios y otras formaciones consideran que la elección de Álvarez Gundín no es precisamente un signo de la regeneración. Compromís Equo augura que los informativos van a ir "de mal en peor", e Izquierda Plural recuerda que tildar a los partidos progresistas de "izquierdona asilvestrada", como ha hecho Gundín en sus columnas, no es la mejor tarjeta de visita.

Gundín (Ponferrada, 1956) obtuvo el respaldo de los consejeros del PP y de CiU. PSOE e IU votaron en contra. "Apostamos por profesionales de la casa, pero en los dos últimos años los puestos clave han sido entregados a personas de fuera", dijo el vocal socialista, Miguel Ángel Sacaluga.



LA GENERALITAT EXIGÍA SU EMISIÓN GRATUITAMENTE

La Cope y la Ser se niegan a emitir publicidad del 9-N

À. G. BARCELONA

Dentro de su campaña para publicitar la consulta del 9-N, la Generalitat de Cataluña ha exigido a emisoras de radio privadas que emitan de manera gratuita «spots» informativos sobre la misma, una demanda a la que al menos la Cadena Cope y la Ser se han negado.

La pretensión de la Generalitat se basa en uno de los artículos de la ley del Audiovisual catalana, que establece que radios y televisiones están obligadas a emitir de mane-

ra gratuita los «comunidades y declaraciones» que el Gobierno del Estado y de la Generalitat consideren oportuno por motivos de «interés público». La demanda ha sido transmitida a las emisoras mediante un correo electrónico. Como respuesta, la Ser informó ayer en un comunicado que «tras efectuar las pertinentes consultas a sus servicios jurídicos», no se atenderá esa orden de emisión «al considerar que carece de la cobertura legal necesaria para imponer su obligatoriedad».



DISPUTA POLÍTICA

Homs afirma que TV-3 no perdrà el seu canal en HD

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El conseller de Presidència, Francesc Hom, va garantir ahir al Parlament que, malgrat la reducció de freqüències d'emissió decretada pel Govern, el canal en alta definició (HD) de TV-3 no desapareixerà, com en principi es temia. Hom va respondre així a una pregunta del diputat Sergi Sabrià (ERC), i va remarcar que pot afirmar «categòricament» la continuïtat del canal en HD, i que ho farà «per la via més econòmica i tècnica-ment més viable».

El conseller no va explicar com serà aquesta opció tècnica («Ben aviat anunciarem la solució amb precisió»), però sí que va tornar a denunciar que la planificació de freqüències del Govern és «una confiscació política i un atac a la televisió pública de Catalunya», perquè aquesta «tingui menys capacitat de canals per arribar a les famílies del país».

COP AL GOVERN // Per la seva part, Sabrià va considerar que la reducció de freqüències per a Televisió de Catalunya «no és un tema tècnic». «Això és mentida i és ofensiu –va afirmar el diputat–. Es tracta d'un nou cop al Govern català i als ciutadans, que fa feliç el lobby de la telefonia i redueix l'oferta televisiva del català».

Sabrià va celebrar la decisió de la Generalitat de mantenir TV-3 HD, però va recordar que, quan el 2003 es va adjudicar un múltiplex al Grupo Godó, va ser a canvi que hi hagués un canal de cultura i un altre d'infantil, que no s'han arribat a crear. ≡



CORPORACIÓ FISCALITZACIÓ

Sindicatura demana a TV3 vendre més programes i no esperar diners públics

[BARCELONA] La Sindicatura de Comptes de Catalunya, en el seu informe relatiu a Televisió de Catalunya SA dels exercicis 2010, 2011 i 2012, recomana que es potenciï la venda de programes de producció pròpia. "La recuperació de part del cost dels programes a través de la seua venda ha de permetre augmentar la producció i finançar nous projectes sense que s'hagin d'augmentar les aportacions públiques", diu.

Així mateix, recomana adequar el model de televisió pública tenint en compte el seu cost i les possibles fonts de finançament, aprofundir en la racionalització de la despesa i firmar com més aviat millor un nou conveni col·lectiu.

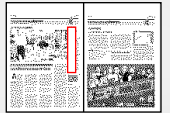
Per la seua part, el conseller Homs va assegurar ahir que el canal HD de TV3 no desapareixerà malgrat perdre un múltiplex. Una solució seria integrar-lo al que gestiona el Grup Godó.



Les amenaces de l'Estat a TV3, a debat a l'Ateneu Barcelonès

L'Ateneu Barcelonès va acollir ahir un debat sobre la situació de l'espai comunicatiu català davant els repetits atacs de l'Estat, ja sigui en forma de supressió d'un multiplex o d'un canvi de criteri en la deducció de l'IVA que perjudica especialment la CCMA. El cap de Mèdia de l'ARA,

Àlex Gutiérrez, va moderar el debat, al qual van participar el professor de periodisme de la UAB i exconseller de Cultura Joan Manuel Tresserras; el director de la productora Minoria Absoluta, Francesc Escribano (foto), i el responsable de coproduccions de Diagonal TV, Albert Sagalés.



La filtració sobre Trias no era fiable, segons 'Abc'

Redacció
BARCELONA

Abans que *El Mundo* ho convertís en tema de portada i dediqués pàgines i editorials als suposats comptes a Suïssa i Andorra de Xavier Trias, la informació va arribar al diari *Abc*. Un periodista d'investigació d'aquest diari, Javier Chicote, va explicar dimarts a Radio Intereconomía Barcelona que l'informe que els havien filtrat no era fidedigne. Li va arribar fa dues setmanes però diverses fonts policials i d'Interior, excepte una, van advertir-lo que no era fiable i el van aconsellar que no es refiés de la veracitat dels informes fabricats. Això el va portar a rebutjar-ne finalment la publicació.

En el mateix sentit, diumenge el director d'un mitjà digital de Madrid, *El Confidencial*, escrivia un article en què advertia que la policia fabrica informes sense control judicial que són destinats a influir en l'opinió pública. ■



La "perillosa" reforma de la propietat intel·lectual

El professor universitari nord-americà i guru del nou periodisme Jeff Jarvis va defensar ahir que la reforma espanyola de la llei de propietat intel·lectual acabarà amb els avantatges de l'enllaç a internet i convertirà Espanya en un territori hostil per a la xarxa. La reforma legal, que s'ha d'aprovar avui, preveu que els editors rebin una compensació econòmica d'agregadors i cercadors d'internet quan es facin servir fragments dels seus

continguts. "Demà [per avui] potser es mata la xarxa amb la taxa, em sembla perillós i bastant innecessari", va assegurar al fòrum Big Tent, organitzat per Google. Jarvis va insistir que és "immadur" protegir els mitjans de comunicació a través de la reglamentació. L'expert considera que és difícil pronosticar l'impacte d'aquesta mesura, però està convençut que incidirà negativament en les audiències dels mitjans. ■



Homs diu que TV3 mantindrà el seu canal d'alta definició

► El conseller de la Presidència, Francesc Homs, va anunciar ahir que TV3 mantindrà el seu canal d'alta definició malgrat la reducció d'un múltiplex decretada pel Govern, i que es farà per la "via més econòmica i tècnicament més viable". La reducció de canals a tot Espanya servirà per deixar espai en l'espectre radioelèctric a la telefonia de dades 4G. Homs va qualificar de "confiscació política" i "un atac" la supressió d'una de les tres freqüències autonòmiques. / Redacció



Entrevista Líderes

Montserrat DOMÍNGUEZ

Periodista apasionada, es una de las voces más influyentes de los medios de comunicación en España y la única mujer que dirige y lidera un diario nacional *on line*, *El Huffington Post*.

POR INMA GARRIDO | FOTOGRAFÍA: LUIS RUBIO

Ha ejercido el oficio en todos sus formatos, con maestría y con rigor profesional. Montserrat Domínguez, periodista y editora de *El Huffington Post*, sigue ofreciendo a diario a los lectores información veraz que ayuda a conocer la realidad y a interpretarla. Y lo consigue aplicando todos los avances que el mundo digital está aportando al periodismo: más participación, más pluralidad, más flexibilidad.

¿Cuáles son las cualidades de una líder?

Visión, pasión, capacidad para trabajar en equipo, responsabilidad, audacia. Es difícil medir los ingredientes para que el cóctel salga perfecto, porque depende del lugar y del momento; pero creo que en esas cinco cualidades se resume bien lo que diferencia a una buena líder de alguien que, sencillamente, ocupa un cargo directivo. Dirigir no es lo mismo que liderar.

¿Existe un liderazgo femenino distinto al masculino?

Sinceramente, no lo creo. Depende más de las personas que del sexo, aunque a las mujeres se nos atribuye una mayor capacidad de escuchar y de armonizar distintas opiniones y sensibilidades, lo que resulta imprescindible cuando se está al frente de un equipo. En cualquier caso, los modelos de liderazgo son tan masculinos que no es fácil vislumbrar una impronta propia de las mujeres ejerciendo el liderazgo... si es que existe.

La crisis ha traído un retroceso en el acceso de las mujeres a puestos de responsabilidad. ¿Cómo se podría invertir esta tendencia?

Hay retrocesos para las mujeres en muchos ámbitos, no solo en los puestos de responsabilidad. Pero aporito una pizca de optimismo: hay avances tan sutiles como difíciles de revertir, y yo percibo que, incluso en los ambientes empresariales más reticentes a facilitar el ascenso de las mujeres, cada vez resulta menos defendible social, moral y estéticamente que los cuadros sean mayoritariamente masculinos.

¿Qué distingue a *El Huffington Post* de otros diarios *on line*?

Abarcamos la realidad con un enfoque diferente. Tiene la vocación de ofrecer la información más relevante desde un ángulo distinto, más irónico, con un lenguaje más pegado al de la calle. No

COMUNICADORA

Estudió un máster en comunicación en la Universidad de Columbia (Nueva York) gracias a una beca Fulbright. Ha trabajado en Telecinco, Antena 3, Canal+ y sigue colaborando con la Cadena Ser.



"QUIENES NO TENGAN MIEDO A EXPLORAR, LOS QUE NO SE CONFORMEN CON SEGUIR EL CAMINO TRADICIONAL EN EL QUE HEAMOS CRECIDO, TENDRÁN MÁS POSIBILIDADES DE LIDERAR EN EL FUTURO"

tenemos miedo de ofrecer tanto la información pura y dura, la actualidad política y económica, como contenidos puros de internet, más entretenidos, para compartirlos con los lectores. Nosotros tenemos cada vez más tráfico que entra desde las redes sociales.

Ha trabajado en televisión, radio prensa escrita y *on line*. ¿Qué tipo de periodismo es más apasionante?

Lo divertido del mundo *on line* es, precisamente, explorar todas esas narrativas que antes eran solo de un género y que, dependiendo de donde trabajaras, solo se aplicaban a ese género. Ahora esas reglas han saltado por los aires: experimentamos con video, infografía, imágenes, texto... Además, tenemos un contacto directo con los lectores. Nosotros les escuchamos, dialogamos con ellos. Lo bueno de la información *on line* es que también es interactiva. Los ciudadanos no quieren solo consumir información. Quieren interactuar con ella.

¿Internet es el futuro de este oficio en crisis?

Lo que está en crisis no es la profesión, es la industria. El periodismo es más necesario que nunca. Vivimos una época de oro en la que se crean nuevos medios de comunicación. Antes era imposible que un pequeño grupo de profesionales pusiera en marcha un diario porque se necesitaba una gran inversión. Hoy asistimos a pequeñas

experiencias muy innovadoras que aportan información de calidad al público. Eso demuestra que la información vive un momento pujante.

¿Los nuevos líderes en comunicación nacerán de estas pequeñas comunidades?

Sin ninguna duda. Lo que estamos viendo ahora es que el talento, pero no solo en periodismo sino también en la música, en la edición de libros, en los videoartistas, busca vías diferentes a las habituales para darse a conocer. Quienes no tengan miedo a explorar, quienes no se conformen con seguir el camino tradicional marcado por el mundo en el que hemos crecido, tendrán más posibilidades de liderar en el futuro.

Existe una faceta suya muy desconocida, la solidaridad.

Colaboro con Intermón Oxfam. Formo parte del patronato de Alianza por la solidaridad, donde tratamos proyectos vinculados fundamentalmente a la mujer. Ahora trabajamos en una campaña que ayuda a las mujeres africanas a comprar las tierras que trabajan. Se da una circunstancia absolutamente escandalosa. Cuando las mujeres ya han trabajado las tierras, los hombres o los gobernadores las venden a empresas multinacionales o a particulares. Ellas se quedan sin trabajo y sin la posibilidad de dar educación a sus hijos o de tener una mejor sanidad. Queremos que se visualice este problema.



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.
30/10/14	Oberts un curs sobre el funcionament dels Gabinetes de Comunicació / ManresaInfo.cat	47	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
30/10/14	El país dels micros ocults / Economia Digital	49	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Oberts un curs sobre el funionament dels Gabinetes de Comunicació

Jueves, 30 de octubre de 2014

Es tracta del curs "Gabinets de Comunicació 2.0: eines i gestió", que ja s'ha dut a terme a Col·legis de Periodistes de diverses demarcacions, com ho són la de Barcelona o la de Tarragona. Ara, és el torn de la Catalunya Central, que l'oferirà durant els dos darrers dimecres de novembre (el 19 i el 26), de les quatre fins les nou del vespre. El taller proporcionarà eines i coneixements per desenvolupar les tasques pròpies d'un gabinet de comunicació, tant en l'àmbit tradicional de relació amb els mitjans, com a través de la comunicació 2.0, que permet entrar en relació directa amb tota mena de públics sense intermediaris. Les dues sessions estaran explicades per personalitats amb un gran bagatge dins d'aquest món. Així doncs, es comptarà amb la presència de Marta Rosés i Nereida Carrillo. La primera és una periodista que ha estat, durant 20 anys, Cap de Premsa i Comunicació de la "Cambra de Comerç de Barcelona" i també ha treballat a diverses publicacions d'àmbit espanyol. Actualment és assessora de comunicació i premsa del Col·legi de Psicòlegs de Catalunya. La carrera de Nereida Carrillo també és extensa, i és que aquesta Doctora en Comunicació i Periodisme, treballa com a consultora web i és professora a la Universitat Rovira i Virgili, a la UAB i a la UOC, a la vegada que tasca com a redactora de diversos programes de ràdio i televisió. El curs, que està obert a tothom, està enfocat especialment a tots aquells periodistes que volen oferir els seus serveis de comunicació a empreses i associacions o que volen conèixer de prop les formes i eines de treball d'un gabinet de premsa. També està recomanat per a estudiants que volen explorar les dinàmiques de treball dels gabinets, i pels responsables i treballadors d'organitzacions interessats a gestionar la comunicació de la seva activitat. El lloc on es durà a terme el curs serà a la seu de la Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes. Per a més informació i inscripcions, consultar el web <http://www.periodistes.org/ca/curs/curs-106.html>



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

El país dels micros ocults

Jueves, 30 de octubre de 2014

Aquest dijous, Economia Digital informa de la més que possible reobertura del cas Camarga , segons el qual Convergència espiava Unió, el Partit Popular i diversos periodistes amb fons del ministeri d'Exteriors de la Generalitat; és a dir, el Barça. Cinc-cents informes!!! O sigui, van punxar tota Barcelona (i part de Madrid). Aquesta nova oportunitat es produeix gràcies a la inestimable col·laboració de les asseguradores. Alicia Sánchez Camacho i els responsables de l'agència Método 3 van pactar oblidar el lleig assumpte mitjançant una indemnització de 80.000 euros, que ara ningú no vol cobrir. I el fiscal es frega les mans. L'espionatge és, com la sardana, una tradició catalana. S'ha tafanejat en tants assumptes i tanta gent a Catalunya que, lògicament, era impossible que el cas quedés resolt per obra i gràcia d'un simple acord . Eclosionaria, a pocs mesos d'unes eleccions anticipades al Parlament, una altra infecció agònica a les files catalanes de Mariano Rajoy i entre els coreligionaris d'Artur Mas . Avui també donem una mala notícia per als socialistes catalans: José Zaragoza , antany totpoderós capdavanter a l'ombra, tindria molt a ocultar i, per tant, a explicar. De la desesperació política a la mort hi ha pocs passos. Exactament els mateixos que resten per recórrer Sánchez Camacho. Cal preguntar-se només si el Partit Popular podrà sobreviure a Alicia, la del país dels micros ocults . La deriva que prenen els diferents casos de corrupció a tota Espanya té un efecte inèdit, sorprenent. La credibilitat dels jutges i els periodistes guanya amb cada presumpte corrupte que clareja als titulars . Així que el problema que un fiscal reobri un cas és que l'opinió pública tendirà a creure'l en detriment del polític. S'ha acabat la presumpció d'innocència . El cas Camarga reflecteix la Catalunya real. Si partim del fet que tirar del fil de la corrupció de Convergència s'acaba al PSC passant pel PP, i viceversa, el maneig de la informació és essencial per al xantatge. Es tracta de la més baixa de les estratègies: aconseguir proves i usar-les com a escut el dia que l'oposició vulgui cridar amb veu esquinçada que tal partit també és corrupte. La descoberta generalitzada que pot provocar el fiscal reobrint l'assumpte Camarga resoldrà la poca campanya electoral que ni Mas ni Rajoy han fet encara a Junqueras . Prova que la independència de Catalunya no té cap sentit és el molt que la uneix amb Madrid. Si a Barcelona ballen sardanes amb micros ocults, a Madrid coreografien xotis al ritme d'escoltes il·legals . Frega l'artístic que l'Audiència Nacional mani detenir, en plena deriva separatista, al número tres d'Esperanza Aguirre , el mateix que va espiar el número dos del govern de la Comunitat, l'actual president Ignacio González . Definitivament, mereixem el càstig diví de patir durant quatre anys un govern d'Esquerra a la Generalitat que convisqui amb Podem a la Moncloa. Ens ho hem guanyat per imbècils, per votar durant tantes eleccions a uns i a altres, tapant-nos les oïdes o embolicant-nos en la senyera amb cada escàndol sense exigir dirigents honestos. No hem castigat la corrupció i, ara, escarmentarem amb els oportunistes.