



RECULL DE PREMSA

14/11/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

41



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/14	L'ULL DE MONTSERRAT TURA / REGIO 7	6	1
14/11/14	FOTOGRAFIES PER A LA HISTÒRIA / EL PUNT AVUI (GIRONA)	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/14	RETRATS DE LA BARCELONA NEUtral / ARA (BARCELONA)	9	3
14/11/14	TIEMPOS PARA LOS MÁS EFICACES, POR FÉLIX VICENTE / CINCO DIAS	12	1
14/11/14	EL FOTÓGRAFO DE LAS SOMBRAS, Antoni Arissa / EL PAIS (EDICION CATALUÑA)	13	1
14/11/14	EL PERIODISTA QUE VA UNIR CIA I COCA / REGIO 7	14	1
14/11/14	GOLPE AL DIARIO DE ADELSON / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	15	1
14/11/14	EL PLAN FALLIDO DE INDUSTRIA / LA RAZON	16	1
14/11/14	RESINTONITZACIÓ EN L'AIRE / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	17	1
14/11/14	EL RELLEU DEL BRAÇ EXECUTOR D'ALBIOL A TELE B, IMMINENT / EL PUNT AVUI	18	1
14/11/14	FABRA VOL OBRIR UNA NOVA RTVV / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	19	1
14/11/14	RAMON SEGÚ CHINCHILLA, 70 AÑOS EN TARRAGONA / DIARI DE TARRAGONA	20	1
14/11/14	FABRA 'RESUCITARÍA' LA TELEVISIÓN VALENCIANA SI FUERA SOSTENIBLE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	21	1
14/11/14	UNIDAD EDITORIAL ALCANZA UN EBITDA OPERATIVO DE 5,2 MILLONES DE EUROS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	22	1
14/11/14	FABRA, DISPOSAT A OBRIR UNA NOVA RADIOTELEVISIÓ AL PAÍS VALENCIÀ / ARA	23	1
14/11/14	VOCENTO OBTIENE SU PRIMER RESULTADO DE EXPLOTACIÓN POSITIVO DESDE 2008 / ABC (EDICION NACIONAL)	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/14	PERIODISME / EL PUNT AVUI	25	1
14/11/14	PERIODISME / EL PUNT AVUI (GIRONA)	26	1
14/11/14	90 AÑOS MIRANDO AL FUTURO / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	27	1
14/11/14	UNIDAD EDITORIAL PIERDE 36 MILLONES HASTA SEPTIEMBRE / EL ECONOMISTA	28	1
14/11/14	LOS GIGANTES AMAZON Y HACHETTE SELLAN LA PAZ / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	29	1
14/11/14	LA PREMSA COMARCAL REIVINDICA ELS MITJANS DE QUILOMETRE ZERO / EL PUNT AVUI	30	1
14/11/14	LA CNMC PONDRÁ CONDICIONES A LA FUSIÓN DE CANAL+ Y TELEFÓNICA / ABC (EDICION NACIONAL)	31	1
14/11/14	FABRA VOL OBRIR UN NOU CANAL A VALÈNCIA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	32	1
14/11/14	HACHETTE I AMAZON ARRIBEN A UN ACORD PEL PREU DEL LLIBRE ELECTRÒNIC / ARA	33	1
14/11/14	LA CNMC CONDICIONARÁ LA COMPRA DE CANAL + / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	34	1
14/11/14	VOCENTO REDUCE SUS PÉRDIDAS UN 40% HASTA SEPTIEMBRE / EXPANSION	35	1
14/11/14	ELS INSTAL·LADORS RECORDEN QUE CAL SINTONITZAR LA TDT / EL PUNT AVUI	36	1
14/11/14	AMAZON I HACHETTE RESOLEN EL SEU CONFLICTE / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	37	1
14/11/14	AMAZON I HACHETTE ARRIBEN A UN ACORD / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	38	1
14/11/14	LA CNMC INICIA LA SEGUNDA FASE DEL ANÁLISIS DE LA COMPRA DE CANAL+ / CINCO DIAS	39	1
14/11/14	ANTENA 3 POSA EN MARXA UN WEB INFANTIL / EL PUNT AVUI	40	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



Lull de Montserrat Tura

► L'exconsellera va repassar la seva vida i trajectòria en una conversa íntima a la sala d'actes del Casino

Crònica

GEMMA CAMPS | MANRESA

Montserrat Tura fa anys que va perdre la visibilitat d'un ull. El dret, a la banda on li cau el cabell. Li va causar la pallissa que va rebre en una mobilització per reclamar llibertat, amnistia i estatut d'autonomia. «Els grisos van rebre l'ordre d'estomacar en lloc de detenir». També en va sortir amb costelles trencades i una lesió al sacre. Quan va anar a l'hospital, la Mútua Agropeaquària on estava va posar a l'informe que «al ir a dar de comer a las gallinas resbaló y se cayó». Com que el metge es va adonar que els blaus els havien originat sabates i porres i no una gallina, hi va escriure: «doncs, com piquen aquestes gallines!».

Llicenciada en Medicina i Cirurgia –des del 2012 exerceix a l'hospital de Palamós–; alcaldessa a Mollet, el seu poble, en quatre mandats, i exconsellera d'Interior i de Justícia pel PSC, la Tura més íntima va repassar alguns episodis de la seva vida en una entrevista da-



El periodista Jordi Molet i l'exconsellera Montserrat Tura a Manresa

vant d'una quarantena de persones celebrada abans-d'ahir al vespre a la sala d'actes del Casino dins el cicle Pessics de vida que organitza la demarcació a la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes.

Entrevistada pel periodista Jordi Molet, Tura va parlar del seu passat en una família republicana en què la mare «utilitzava el llenguatge dels llençols» per avisar-los que no s'acostessin a casa perquè hi havia la policia fent preguntes; i dels invents que havien de fer perquè no els espoliessin la collita de blat, com amagar-la per altres cases. «Va durar anys».

Va explicar què la va portar a ser alcaldessa (el comentari del marit d'una pacient dient que Mollet

era una «merda de poble») i a respondre que sí al president Pasqual Maragall quan li va oferir la conselleria d'Interior. Un sí que va condicionar a parlar, primer, amb la seva filla, aleshores adolescent amb rastres i un xic antisistema.

Va fer reflexions molt interessants sobre la seguretat i la justícia i va acabar referint-se, és clar, al procés i al PSC. Del primer en va dir que el que està succeint és el resultat del que va passar amb l'estatut. El govern espanyol hi va *escopir* al damunt i ara li torna l'escopinada. Del PSC, que el fet que s'hagi apartat del catalanisme ha estat una decepció. A la sortida, qui va voler va poder comprar el llibre de Tura publicat recentment.

MARTA PICH



JOAN SABATER

EXPOSICIÓ

Fotografies per a la història

L'alcalde de Figueres, Marta Felip, i l'expresident a la demarcació del Col·legi de Periodistes Narcís Genís van inaugurar ahir a Figueres l'exposició *La crònica dels canvis. El periodisme a les comarques gironines (1976-2014)*. La mostra reuneix unes 140 fotografies que deixen constància dels fets que han marcat èpo-

ca a la demarcació entre el final de la dictadura franquista i l'actualitat. L'exposició ha estat organitzada pel Col·legi de Periodistes, amb el suport de la Diputació, i comissariada per l'historiador Enric Pujol. Després de Girona i la Jonquera, la mostra es podrà veure a la Casa Empordà fins al 5 de desembre. ■ REDACCIÓ



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

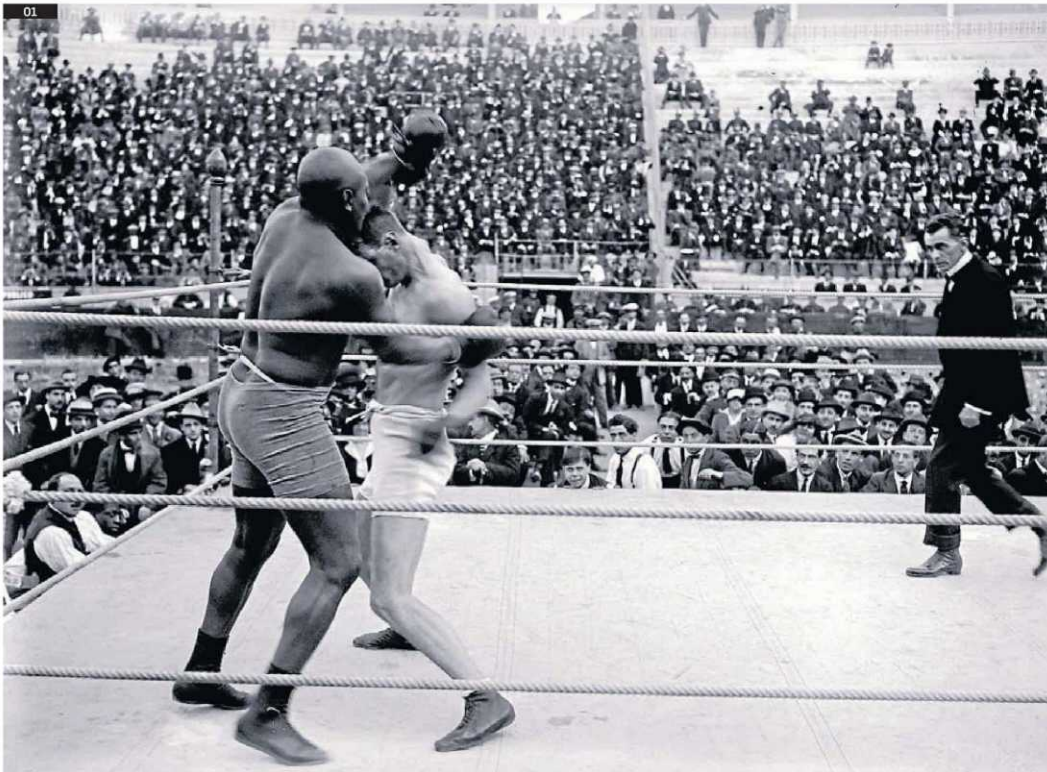
SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



HISTÒRIA CIUTADANA



Retrats de la Barcelona neu

La Primera Guerra Mundial va permetre que la ciutat s'aprofités de la no intervenció espanyola per gaudir d'un creixement sense precedents

XAVIER THEROS
BARCELONA

Fa cent anys Barcelona era una localitat que somiava a competir amb les principals capitals europees, havia apostat fort per la industrialització i vint-i-cinc anys abans havia organitzat una Exposició Universal. Tanmateix, va assolir el desenvolupament que buscava gràcies a un conflicte de dimensions èpiques, davant del qual va tenir la sort de poder-se mantenir neutral. En els cinc anys que es va allargar la Primera Guerra Mundial, la ciutat va experimentar grans transformacions que defineixen part de la seva història recent. Això és el que ens explica l'esplèndida exposició *Barcelona, zona neutral (1914-1918)*, que fins al 15 de febrer del 2015 es pot veure a la Fundació Miró.

A tot el continent les metralladores, els gasos verinosos i els aeroplans van escombrar el vell segle XIX i van donar pas al terrible segle XX. En aquella nova guerra industrial, les fàbriques catalanes

esdevenien una reserva estratègica de material per a tots dos bàndols. Va ser una època de negocis tèrbols, de joc a dues bandes, de fortunes i de misèries que van canviar per sempre la fesomia de la ciutat. La societat estava dividida entre aliadòfils i germanòfils, esguerra i dreta, respectivament. Mentre que conservadors, monàrquics i pagesos anaven amb el kàiser alemany, les classes mitjanes i el proletariat preferien la França republicana. Però aviat van co-

mençar a arribar els encàrrecs comercials, primer dels francesos, després dels alemanys, i al final de la resta de nacions. Durant els primers anys de la guerra, les empreses catalanes van abastir els exèrcits de botes, uniformes, menjar o armament. Moltes fàbriques van deixar la seva producció habitual i es van reciclar en productores de fusells, pistoles o bombes de mà. Altres feien mitjons, carmanyoles o mantes. Fins i tot l'emblemàtica marca d'automòbils Hispano-



Beneficis
Moltes fàbriques van passar a fer fusells i armes per a tots dos bàndols

Misèria
Als barris obrers els productes bàsics van pujar i hi havia més pobresa



Suïza va fabricar motors d'aviació per als aliats. Tot això era a causa de la neutralitat dictada pel govern d'Eduardo Dato l'agost del 1914.

En aquest costat dels Pirineus, els horrors dels combats quedaven matisats pel sentimentalisme. Aquella va ser la primera guerra mediàtica que va generar el seu propi univers visual, basat en la figura carismàtica del *poilu* francès o del *landser* alemany, que protagonitzaven ingènues postals en què s'acomiadaven de la xicoteta abans de marxar al front. A l'exposició es pot veure el cartell de Théophile-Alexandre Steinlen per al *Journée du Poilu*, i també una mostra de la impudícia amb la qual va ser retratada la mort. N'hi ha prou observant les dramàtiques imatges de penjats al front oriental, venudes en sèries de postals com les que mostraven els cadàvers en descomposició, les calaveres encara amb el casc posat o les víctimes caigudes en terra de ningú. Fins i tot es va fer servir aquest format per mostrar cossos mutilats. En aquells anys no hi havia cap problema a carregar les tintes i ensenyar els aspectes més



UNA BARCELONA DIVERSA

01. Fotografia de Josep Brangulí del combat de boxa entre Jack Johnson i Arthur Cravan a la plaça de toros Monumental el 1916. ARXIU NACIONAL CATALUNYA
02. Fotografia de Josep Maria Sagarra de la manifestació a favor de l'amnistia dels presos detinguts a la vaga general del 1917. ANC
03. Imatge de Brangulí del quiosc de begudes de la rambla de Canaletes entre el 1910 i el 1919. ANC
04. Carrer bombardejat a Fismes (Marne) el 1918. COL·LECCIÓ BOIC / MUSEU HISTÓRIC DE PARÍS

atral durant la Gran Guerra

apocalíptics de la vida diària dels soldats.

No obstant, malgrat que la guerra va resultar molt productiva per a l'empresariat català, això no es va traduir en millores per a les classes populars. La ciutat va participar en l'ambiciosa política d'obres hidràuliques, ferrocarrils i xarxes telefòniques que patrocinava la Mancomunitat de Catalunya. Però a les barriades obreres el preu dels productes bàsics havia pujat i la misèria era més gran. La gran vaga revolucionària del 1917 va ser inevitable, i es va saldar amb greus enfrontaments entre vaguistes i policies. Els fotoperiodistes del moment, com Josep Brangulí i Frederic Ballell, van retratar el món dels burgesos i també el dels obrers. Les instantànies de les fàbriques, del modest taller d'una sastressa o d'un barber afeitant el seu client al mig del carrer al Somorrostro compartien pàgina amb els retrats dels grans capitans de la indústria. La violència que començava a gestar-se entre aquestes dues realitats és perceptible a la portada en blanc de la revista *Iberia*, on figura l'avis: "Este número ha sido sometido a la censura militar".

En una ciutat plena d'espies els consolsats de tots els bàndols compraven els mitjans de comunicació, a fi d'introduir la seva propaganda en els àmbits més diversos (sembla que la revista *Iberia* era finançada

pels serveis secrets francesos). La guerra apareix com un retruny llunyà i abstracte, que fa somiar els més joves. Els temes bèl·lics ocupen des dels llibres d'aventures fins a les col·leccions de cromos. A l'exposició s'hi poden veure les vinyetes humorístiques de Josep Costa, *Picardol*; Jaume Passarell, o Feliu Elias, *Apa*, farcides de filosòfics esquelets.

També coincideix amb l'esclat dels noticiaris com a sistema d'informar les classes populars. En una petita pantalla es poden veure diverses filmacions de l'època, com les del primer Dia de la Bandereta celebrat a Barcelona. Es veuen actes d'adhesió a la causa aliada i treballadors carregant taronges al port (a França corria el rumor que els espies alemanys enverinaven aquesta fruita punxant-la amb xeringues). O una manifestació per obtenir el port franc, que a partir del 1916 començaria a funcionar sota el nom de Zona Franca. Així mateix, la mostra inclou fotografies dels voluntaris catalans que van lluitar a la Legió Francesa, i apunts de la visita que van fer personalitats catalanes com el doctor Solé i Pla, el pintor Ramon Casas o l'escultor Josep Clarà als camps de batalla de Verdun i Reims, convidats per l'alt comandament francès. Fins

A la dreta, il·lustració de *Picardol* del 1917 sobre la neutralitat durant la guerra. A sota, vinyeta d'*Apa* sobre la moda de l'època. ET



La ciutat vista pels dibuixants

L'exposició *Barcelona, zona neutral*, a la Fundació Miró, incorpora també moltes il·lustracions dels dibuixants catalans de l'època, com *Apa*, *Passarell* i *Picardol*. Qui vulgui aprofundir-hi, ara en té l'oportunitat amb el llibre *Barcelona vista pels seus dibuixants. 1888-1929*, que han publicat conjuntament l'Editorial Àmbit i l'Ajuntament de Barcelona. Amb textos i selecció d'imatges a càrrec del crític

José Maria Cadena, el llibre permet conèixer la història de la ciutat entre les dues grans exposicions, el seu moment de màxim creixement, que marquen a més el pas del segle XIX al XX. Les il·lustracions estan escollides entre les que van publicar els tres setmanaris humorístics catalans més importants: *La Campana de Gràcia* (1870-1934), *L'Esquella de la Torratxa* (1872-1939) i *iCu-Cut!* (1902-1912). D'aquesta manera, el llibre està ordenat en tres grans blocs temàtics que aborden el creixement de la Barcelona moderna, les vinyetes polítiques (segurament les més interessants per la convulsió de la vida pública durant aquells anys) i la cultura i l'oci (l'apartat més humorístic sobre els canvis socials). Una manera amena i diferent de conèixer la història de la ciutat.



CONTINUA A LA PÀGINA SEGUENT



HISTÒRIA CIUTADANA

VE DE LA PÀGINA ANTERIOR

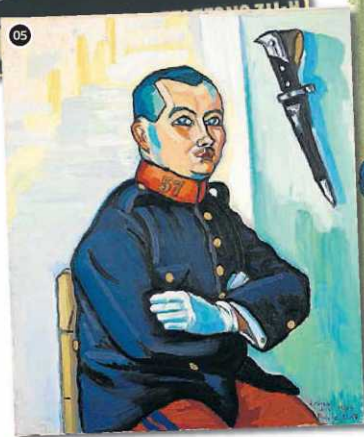
i tot es poden veure els esbossos de l'escultura als voluntaris que Clarà va modelar per al Parc de la Ciutadella.

Aquella no va ser només una renovació industrial o social, també va tenir la seva dimensió artística. En aquell moment París era el centre cultural del món, però era massa a prop de les explosions. Aprofitant la proximitat, Barcelona va acollir l'Exposició d'Art Francès el 1917, que va portar peces de Pissarro, Rodin, Sisley i Denis. El futurisme va ser, juntament amb el cubisme i el fauvisme, una de les influències que van importar els artistes catalans quan van haver de tornar de la França en guerra. Seria el cas de Joaquim Sunyer (que passa per ser el principal introductor de Paul Cézanne a Catalunya), Josep de Togores, Manel Humbert, Manolo Hugué, Celso Lagar o el cubista Pau Gargallo (a qui havien rebutjat a l'exèrcit francès per problemes de salut). Cal destacar la vinguda de l'uruguaià Rafael Barradas, que a Barcelona va participar en l'aparició del vibracionisme acompanyat de Joaquim Torres-Garcia i de Joan Salvat-Papasseit, amb els quals va fundar petites publicacions presents a la mostra, com *Un Enemic del Poble* o *Arc-voltaic*.

La guerra va significar la renovació de l'art català, i la projecció internacional de la ciutat gràcies a un munt d'artistes que van trobar a les Galeries Dalmau un refugi segur, a recer de les atrocitats bèl·liques. Així, aviat desembarcava la pintora Olga Sacharoff amb el seu marit, Otto Saint Clair Lloyd, nebot d'Oscar Wilde i germà del poeta dadaïsta Arthur Cravan (que a Barcelona va protagonitzar un estrambòtic combat de boxa a la Monumental amb el campió mundial Jack Johnson). Per les mateixes dates van venir Serge Charchoune i la seva dona, Hélène Grunhoff; el poeta dadaïsta Francis Picabia, i el pintor Albert Gleizes, acabat de licenciar de l'exèrcit francès. Així com la pintora Marie Laurencin, el cubista Frank Burty o el matrimoni Delaunay. En aquella època, Joan Miró feia el servei militar a Barcelona. Se'l veu en una fotografia vestit d'uniforme, i retratat de la mateixa manera en un quadre pintat pel seu amic Enric Cristòfol Ricart, amb qui compartia estudi. Un altre artista que va tornar a la capital catalana va ser Pablo Pi-



01. Postal de Raquel Meller.
02. Portada del número 1 de la revista 391, que va editar Picabia a Barcelona. 03. Cartell del vermut Cisa el 1915. 04. Cartell dels Ballets Russos al Teatre del Liceu el 1917. 05. Institut del Teatre. 06. Retrat de Joan Miró fet per Enric C. Ricart. FUNDACIÓ MIRÓ



casso, que venia per la seva futura esposa Olga Koklova, ballarina dels Ballets Russos de Serguei Diaghilev, que actuaven al Teatre del Liceu. Aquelles visites van situar Barcelona al mapa de l'art contemporani, i al mateix temps van donar l'oportunitat perquè el públic català conegués els artistes més trencadors del moment. Segons la tesi dels comissaris de l'exposició, els professors de la UAB Fèlix Fanés i Joan Minguet, aquesta efervescència va forçar l'aparició de la polaritat entre la cultura oficial i la cultura d'avantguarda a casa nostra.

De manera sincrònica, també es va introduir la cultura de masses, que va trobar el seu espai natural en dos ubicacions que tot just s'estaven formant: el Paral·lel i el Districte Cinquè (batejat pocs anys més tard com a Barri Xino). Dues barriades farcides de cabarets, teatres, bordells i cafès bohemis, lloc d'esbarjo per als treballadors i camp de batalla ideològica per als partits i sindicats que convivien a la ciutat. Les noves formes d'oci que fascinaven els barcelonins eren els esports (sobretot la boxa i el ciclisme), els desafiaments aeris o automobilístics, i els balls moderns com el jazz o el tango. Hi havia distraccions innocents, com el parc d'atraccions que es va aixecar al Tibidabo. I nous flagells com la cocaïna i la pornografia, que van fer fortuna entre un públic àvid de sensacions.

Ricard Opisso signava les seves il·lustracions picants com a Bigre, i triomfaven estrelles lleugeres de roba com Tórtora València o Raquel Meller. La sala que recorda aquest canvi de costums està presidida pel fantàstic quadre *La sibil·la*, d'Hermen Anglada Camarasa, una dona fatal, hipnòtica i poderosa, pintada d'un verd absent que ens recorda la turmentosa relació del pintor amb la morfina.

Una de les virtuts de l'exposició és la barreja que fa d'obres d'art i objectes d'ús comercial, com els programes de cinema. S'exposen les portades del *TBO* i les postals del Museu de la Guerra que es va obrir al Tibidabo, unes instal·lacions inaugurades el 1916 per mostrar armes i diorames panoràmics d'aquell conflicte que van fer les delícies de la quitxalla; la primera conflagració mundial convertida en una atracció més de la fira.

A cent anys d'aquella Barcelona neutral, les velles imatges ens retornen la vitalitat d'un lloc que bullia de novetats i de tensions socials, mentre el món al seu voltant es des-sagnava als camps de batalla.



EL FOCO

**FÉLIX VICENTE**
PRESIDENTE DE McCANN WORLDGROUP
SOUTHERN EUROPE

El autor analiza el panorama de las agencias de publicidad y comunicación y de los anunciantes en España tras la crisis, y los retos y estímulos existentes para superarla y salir fortalecidos de ella

Tiempos para los más eficaces

La crisis nos ha hecho más fuertes, no cabe duda. Y también más eficaces. En el caso de nuestra agencia, contamos además con el refuerzo de los Premios a la Eficacia, organizados por la Asociación Española de Anunciantes, que han reconocido a McCann por tercer año consecutivo como agencia más eficaz del mercado español. También es un orgullo haber ganado en 2012 y 2013 el Gran Premio a la Eficacia junto a nuestro cliente Campofrío. O ser la agencia líder en España por volumen de inversión gestionada durante los últimos 18 años, según la base de datos Infoadex

Todo eso está bien y es un enorme estímulo. Sin embargo, en esta profesión nos examinan todos (consumidores y clientes), todos los días, y no tenemos mucho tiempo para celebraciones. Este sector lleva siete años arando en el desierto, con continuas caídas de la inversión publicitaria, y todas las agencias hemos tenido que reajustar nuestras estructuras sin renunciar al talento y ofreciendo soluciones creativas que vendan.

Ese es nuestro objetivo, que las marcas vendan y que al final ganemos todos. Parece que la recuperación empieza a ser una realidad. Ya podemos hablar de un aumento sostenido y constante en el tiempo de las inversiones en medios de comunicación. Y parece que ha llegado para quedarse. Los medios digitales y la televisión, sobre todo, vuelven a

Las marcas, en general, cuentan hoy con unos presupuestos publicitarios estables o en crecimiento

crecer con fuerza en su conjunto. Una buena noticia.

Pero somos conscientes de que aún queda camino por recorrer, aun sabiendo que a corto plazo no volverán los crecimientos espectaculares del pasado. Los datos nos confirman que en general las marcas cuentan hoy con unos presupuestos publicitarios estables o en crecimiento. Todo apunta a que 2015 será un año para el optimismo, porque todos los indicadores apuntan a una notable mejora generalizada de la economía y del consumo.

En medio de este panorama, tenemos muy claro que las agencias de

publicidad están pasando a ser grupos de comunicación. Parece evidente que la relación entre marcas y clientes seguirá teniendo un papel clave en el futuro. Ambos nos necesitamos. Entre otras cosas, porque cada día debemos afrontar el reto de conquistar a un consumidor que tiene el poder desde hace tiempo.

La imparable revolución tecnológica global ha servido para que todos reaccionemos con mayor rapidez. Como siempre, la clave reside en adaptarse a las nuevas demandas de las marcas y de los consumidores. Estos últimos se han transformado, gracias a internet y las redes sociales, en creadores de contenidos. Es decir, que se ha convertido en un consumidor más preparado, más proactivo y también más exigente.

Los dispositivos móviles son ya el principal punto de contacto entre las marcas y sus potenciales consumidores. Pasamos 16 o 17 horas al día junto a smartphones y tabletas. También hay una clara tendencia al consumo de contenidos audiovisuales en la red. Nadie duda ya de que tanto las tabletas como los teléfonos inteligentes están llamados a ser un pilar fundamental en todas las estrategias de comunicación.

El momento histórico que está viviendo la comunicación es todo un reto para los que trabajamos en las agencias creativas, cuya misión es encontrar las ideas que ayuden a vender. Porque todo el mundo puede

Las tabletas y los 'smartphones' están llamados a ser un pilar fundamental en las estrategias de comunicación"

tener ideas, buenas ocurrencias, pero lo más complicado de esta actividad es acertar con el camino creativo que enamore a los clientes con las marcas. Y, por tanto, que las compre y le sea fiel. Para conquistar el bolsillo de la gente hay que pasar antes por lograr conquistar su corazón.

No somos ajenos a una gran realidad. El mayor peligro al que nos enfrentamos hoy es a la infidelidad de los consumidores. Saben el poder que ostentan y la capacidad que tienen para encumbrar o hundir a una marca, incluso si está consolidada. Bastaría repasar la hemeroteca para comprobar los sonoros fracasos y los grandes éxitos, a los que puede llevarle la elección de un determinado estilo de comunicación.

Precisamente por eso, hoy es más necesario que nunca el protagonismo de nuestras agencias. Porque analizamos las tendencias, conocemos a los consumidores, buscamos las mejores estrategias de comunicación para cada marca y seleccionamos los medios más adecuados.

Las agencias creativas de nuestro país han sido históricamente reconocidas en los grandes festivales de creatividad. Aunque hemos cosechado muchos premios en el Festival Internacional de Cannes o en El Sol, también es cierto que cada vez hay más países emergentes que vienen

pisando fuerte y eso nos obliga a luchar cada vez más.

Creo, sin dudarlo, que seguimos teniendo un enorme talento en esta castigada y no suficientemente valorada profesión, pero necesitamos recuperar el ánimo, el optimismo, las

Cada vez hay más países emergentes que vienen pisando fuerte y eso nos obliga a luchar cada vez más

ganas por demostrar que podemos estar nuevamente entre los mejores.

Los tiempos cambian y las agencias -sin perder nuestro foco- también hemos cambiado para ofrecer las mejores soluciones a los anunciantes. La salida de la crisis será obviamente un gran estímulo para todos.

Desde nuestra agencia estamos convencidos de que la crisis nos ha hecho más duros, más creativos y, por tanto, más eficaces. Y si a esto le sumas la ilusión del primer día y el estímulo de innumerables reconocimientos, el resultado no puede ser más esperanzador.



El fotógrafo de las sombras

El CCCB expone las imágenes del barcelonés Antoni Arissa realizadas entre 1922 y 1936 y lo reivindica como uno de los mayores representantes de las vanguardias

JOSÉ ÁNGEL MONTAÑÉS
Barcelona

"Nos hacía fotos sin que nos diéramos cuenta, pero no recuerdo cuándo me las hizo, porque entre las imágenes y ahora han pasado 80 años". A Maria dels Angels se le ilumina la cara cuando habla de tres imágenes realizadas en 1932 por su padre Antoni Arissa (Barcelona, 1900-1980) en las que una preciosa niña semidesnuda juega, distraída, con un vaso o un reloj. Ella y su hermana Maria Antònia, sus hijas y dos de sus nietas no quisieron perderse ayer la inauguración de la exposición *Arissa. La sombra y el fotógrafo 1922-1936*, primera retrospectiva de su "desconocido" padre, que tras verse en Madrid ha recalado en el CCCB hasta el próximo mes de abril. La muestra supone la culminación de un largo proceso de rescate del personaje y de sus imágenes, en el sentido literal de la palabra.

Impresor y tipógrafo de profesión, Arissa es un gran fotógrafo nacido en el barrio de Sant Andreu de Palomar que dejó para siempre su cámara coincidiendo con el comienzo de la Guerra Civil, un momento en el que sus aspiraciones artísticas chocaban frontalmente

Se conservan unos 3.200 negativos y solo una treintena de copias originales

Tras la Guerra Civil decidió dejar la cámara y centrarse en su imprenta

con la situación económica y social del momento. Renunció de tal manera a la fotografía que a su muerte, en 1980 su familia ignoraba el trabajo que había realizado entre 1922 y 1936, por lo que no repararon en el material, que acabó a la venta en los Encants. Por suerte, una parte de las fotos, tras ser adquiridas por un fotógrafo, acabaron formando parte de los fondos del MNAC tras adquirirlo en 2011 con lo que completó el depósito que las hermanas Arissa habían realizado al museo en 1998. En total, 32 copias de época del autor, la práctica totalidad de sus imágenes que se conservan. Otra parte de los 3.200 negativos que se conservan están en poder del Instituto de Estudios Fotográficos de Cataluña y la Universidad de Navarra.

Todo este material es el que han revisado los comisarios de la exposición, los historiadores Rafael Levenfeld y Valentí Vallhonrat, responsables de otra exposición memorable como fue la de Brangulí en 2011, que,



El perseguido (1928) y El beso (1930), dos de las imágenes de Arissa que se pueden ver en la exposición del CCCB. / MNAC / FAMILIA ARISSA

como esta, ha impulsado y financiado Fundación Telefónica. Para ellos no hay duda de que a partir de estas 161 fotografías en blanco y negro (135 copias de nuevo tiraje y 26 fotografías vintage) Arissa es "el eslabón perdido de la historia del arte de vanguardia española".

Dividida en tres ámbitos. "Ha sido un trabajo complejo, ya que sus estilos se superponen; no deja de hacer un tipo de fotografías de forma radical", explica Vallhonrat. Desde la corriente pictorialista, entre los años 1922 y 1928, en la que se pueden ver escenas rurales del entorno próximo a Sant Andreu —vinculadas a sus salidas en excursiones—, en las que

aparecen puestas en escenas que recrean situaciones pintorescas y casi oníricas: payeses a la hora del ángelus, ancianas solitarias en plenas labores del campo o "niños abandonados y perdidos nos retratan una infancia cercana a los cuentos de los Grimm o Andersen", explica Vallhonrat.

Arissa, que prácticamente desapareció después de la Guerra Civil, se dedicó a la fotografía artística y no al fotoperiodismo, como era común en aquella época, y con 22 años fundó la Agrupación Fotográfica de Saint-Victor en el barrio de Sant Andreu de Barcelona, un año antes de la aparición de la Agrupación Fotográfica de Cataluña.

El segundo ámbito discurre hasta comienzos de los años 30, en los que manteniendo temáticas literarias, narrativas y simbolistas se incorporan las soluciones visuales de la modernidad. Y el tercero y último, entre 1930 y 1935 podemos ver un Arissa totalmente incorporado a las vanguardias fotográficas en el que los detalles y la luz y su ausencia, las sombras, tomaron todo el protagonismo. "Su intención artística y de investigación lo llevó a fotografiar ambientes cotidianos lo convierten en un *rara avis* que lo diferencia de la fotografía documental de este momento", según Vallhonrat. Ahí están las imágenes de su escritorio, los tipos formando palabras, los compases o las diagonales imposibles de chimeneas o mástiles de barcos.

"Al comienzo, los niños que fotografía parecen protagonistas bucólicos, luego retrata a sus hijas fuera de cualquier contexto, envueltas en claroscuros y, poco a poco, prescinde de los rostros y de las personas, y se vuelve más abstracto", explica Vallhonrat. Los comisarios no dudan en calificar al fotógrafo como uno de los máximos exponentes de la Nueva Visión, movimiento surgido en Alemania a mediados de los años veinte que buscaba los encuadres sorprendentes y contraste en las formas y la luz.

Tras la guerra su actividad cesa de forma brusca. "Las razones son solo especulativas, pero tienen que ver con la penuria del material y conceptual. A diferencia de lo que ocurre con la literatura, desaparecieron las revistas

en las que él publicaba sus imágenes como *El progreso fotográfico*, *Flama* y *Art de la Llum*. Arissa se refugió en el trabajo de su imprenta familiar de la calle Casp", ha explicado uno de los dos comisarios. "Se trata de una lectura de la obra de Arissa, otros comisarios lo podrían presentar de otra forma, pero lo importante es que se exponga y se recupere", remachan.

El CCCB también presenta *Shadowland*, una instalación audiovisual en 3D del artista japonés Kazuhiro Goshima en la que también las sombras y la luz son las protagonistas a través de los faros de los coches por la noche en una gran ciudad.



Matar al mensajero

El periodista que va unir CIA i coca

► La història del reporter Gary Webb que va guanyar el Pulitzer però va ser trobat mort el 2004

LA PEL·LÍCULA

Matar al mensajero

► **EUA, 2014. Biopic, drama.** 112 min.
Direcció: Michael Cuesta. **Guió:** Peter Landesman; basat en els llibres de Nick Schou i Gary Webb. **Intèrprets:** Jeremy Renner (Gary Webb), Mary Elizabeth Winstead, Paz Vega, Michael Sheen, Robert Patrick, Tim Blake Nelson, Ray Liotta, Barry Pepper, Rosemarie DeWitt, Oliver Platt, Andy Garcia, Michael K. Williams. ► **Les pantalles:** Manresa.

ESTEVE SOLER | MANRESA

■ El periodisme torna a ser el protagonista d'una pel·lícula a *Matar al mensajero*. En aquesta ocasió ens centrem en la història real de Gary Webb (1955-2004), reporter del diari californià San José Mercury News, que va guanyar el premi Pulitzer però va perdre la vida a causa d'una investigació que connectava el tràfic de cocaïna, la CIA i l'increment de la drogaddicció entre els barris marginals als Estats Units.

Ens situem durant la dècada dels 90, quan la xicoteta d'un traficant de droga explica a Webb que els serveis d'espionatge nord-americans permetien les activitats dels contrabandistes de Nicaragua al país amb l'objectiu que aquests poguessin finançar les milícies locals. Webb començarà a rebre pressions perquè aturi les seves investigacions, i no només per part del mateix estat, sinó d'altres periodistes gelosos dels seus descobriments. Tindrà, això sí, el suport incondicional de la seva dona, malgrat la precarietat econòmica en la qual es trobaven.

Més enllà del que passi a la pel·lícula, Webb va morir amb dos trets al cap l'any 2004 als 49 anys i la policia va sentenciar que s'havia tractat d'un suïcidi, tot i que mai es va trobar cap prova en favor d'a-



Jeremy Renner (*En tierra hostil*) és Gary Webb en el film, que dirigeix Michael Cuesta

questa teoria. Des de llavors, els seus articles s'han reeditat en diverses ocasions.

Al capdavant del film trobem un fantàstic repartiment que se suma a l'estrella Jeremy Renner (*En tierra hostil*), que va substituir Tom Cruise i Brad Pitt, actors inicialment previstos per al paper. El film suma, doncs, Rosemarie DeWitt (*La boda de Rachel*), Ray Liotta (*Uno de los nuestros*), Tim Blake Nelson (*O Brother*), Michael Sheen, l'inoblidable president d'*El ala oeste de la casa blanca*, Mary Elizabeth Winstead (*Scott Pilgrim vs the world*), Andy Garcia (*El padrino 3*) i l'espanyola Paz Vega (*The spirit*), entre altres.

El públic no ha acompanyat una proposta que la crítica, en canvi, ha lloat com un thriller carregat de raons

La recaptació de *Matar al mensajero* als Estats Units ha resultat dramàticament baixa, potser perquè allà els films compromesos no acostumen a funcionar en l'àmbit econòmic, però el cert és que la reacció de la crítica és inversament proporcional. Els entesos afirmen que el film aconsegueix contagiar la seva ira a l'espectador amb aquest thriller increïble carregat de raons, tot i que en alguna ocasió

permeti que certs tòpics es colin en la trama. El director de la pel·lícula és Michael Cuesta, format a sèries tan prestigioses com *A dos metros bajo tierra*, *Dexter* i *Homeland*, qui va rellevar Spike Lee en la realització del film després que el director de *Haz lo que debes* rebutgés encapçalar el projecte. De fet, *Matar al mensajero* feia deu anys que donava voltes als estudis de Hollywood fins que van decidir donar llum verd al rodatge. Els responsables de la pel·lícula consideren que els Estats Units encara paguen pels crims denunciats per Gary Webb i que aquests es poden percebre avui en dia en els carrers del país.

L'ACTOR

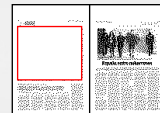
JEREMY RENNER

Modesto (Califòrnia, EUA), 1971

■ Jeremy Renner és l'actor secundari preferit de les franquícies del Hollywood actual. En pocs mesos el tindrem al nou lliurament de *Misión Imposible*, sota el comandament de Tom Cruise, i més tard al costat de Matt Damon en l'enèsima aventura de l'agent Bourne i repetint com a Ojo de Halcón a *Avengers: Age of Ultron*. El vam descobrir a *En tierra hostil*, la cinta de Kathryn Bigelow, amb la qual va rebre una nominació a l'Oscar, i l'hem seguit recentment en produccions artísticament tan interessants com *El sueño de Ellis*, de James Gray, *La gran estafa americana*, de David O. Russell, i *The town. Ciudad de ladrones*, per la qual va tornar a ser nominat a l'Oscar. Va debutar en el cine l'any 1995 amb el film *Desmadre sobre ruedas*.

EL GÈNERE

■ Els periodistes han omplert molts fotogrames de la història del cinema a la recerca de la sempre complexa veritat. Entre les pel·lícules més cèlebres cal destacar la crítica *Al filo de la noticia*, de James L. Brooks, la divertidíssima *Lluna nova*, de Howard Hawks, i el seu film gairebé bessó *Primera plana*, de Billy Wilder; *Chantaje en Broadway*, que enfrontava Burt Lancaster i Tony Curtis a un dilema moral; *Tots els homes del president*, d'Alan J. Pakula, sobre el Watergate, destapat pels periodistes de The Washington post; *Els crims del silenci*, de Roland Joffe, on The New York Times va visualitzar el genocidi de Cambodja; *Zodiac*, de David Fincher, sobre la recerca de l'assassí en sèrie homònim, i, entre moltes altres, la producció *Bona nit i bona sort*, de George Clooney, sobre la vergonyosa caça de bruixes.



Un repartidor entrega a una ciudadana un ejemplar del diario gratuito 'Israel Hayom'. ISRAEL HAYOM

ISRAEL ES LA PUBLICACIÓN QUE MÁS APOYA A NETANYAHU

GOLPE AL DIARIO DE ADELSON

El Parlamento israelí aprueba en primera lectura un proyecto de ley contra la difusión gratuita del diario del magnate de EEUU

SAL EMERGUI TEL AVIV
ESPECIAL PARA EL MUNDO

«¡Qué vergüenza!», murmura desde su escaño Benjamín Netanyahu, ante uno de los golpes parlamentarios más dolorosos en su tercera etapa

como primer ministro de Israel. Su ira no se debe al éxito de una moción de censura sino a la aprobación en primera lectura de un proyecto de ley contra el diario que más le apoya: el popular y gratuito *Israel Hayom* (*Israel Hoy*), que pertenece al multimillonario norteamericano Sheldon Adelson. La plataforma más influyente para hacer frente al *hostil* rotativo *Yediot Aharonot*, ex número 1 de la prensa en hebreo.

En el último capítulo de una agria batalla periodística, política y económica, 43 diputados (entre ellos socios de Netanyahu como el ministro

de Exteriores, Avigdor Lieberman) votaron a favor de la *Ley de defensa de la prensa escrita*, conocida como *Ley Israel Hayom*, pretende prohibir su difusión gratuita. 23 parlamentarios se opusieron a lo que llaman «ataque a la libertad de expresión».

36 diputados se inventaron una excusa o se invitaron a un acto lejoso del Parlamento para esquivar el aprieto de elegir entre los dos diarios más poderosos de Israel. No es de extrañar que *Israel Hayom* atizara ayer con dureza a los legisladores favorables a un proyecto que aún debe superar un largo camino

para que sea realidad.

«Es una idea muy peligrosa. Si la propuesta se aprueba, vendrán de Corea del Norte para aprender cómo se cierra un diario. A mí no me gusta nada *Haaretz* (de izquierdas), pero lucharé para que salga cada día», declaró el ministro Yuval Steinitz. El promotor del proyecto, el laborista Eitan Cabel, apuntó a Netanyahu y sobre todo a su aliado Adelson, acusándole de destruir la competencia al bajar los precios de publicidad. «No queremos cerrar el diario sino que haya competencia leal para que la prensa escrita pueda sostenerse.

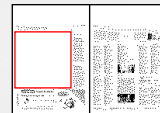
No podemos aceptar un modelo de diario basado en la fortuna del casino de un magnate extranjero al servicio de un político», señaló.

Según Cabel, el nacimiento de *Israel Hayom* en el 2007 provocó la muerte del histórico *Maariv*, diario que en los últimos meses ha resucitado tras ser comprado por el grupo empresarial del *Jerusalem Post*.

A pocos metros del Templo de Tel Aviv, el Nokia Arena donde juega el Maccabi, se encuentra la sede de *Israel Hayom*. En una entrevista con EL MUNDO, el jefe de Información, Ariel Schmidberg, se rebela: «Es un proyecto que el Tribunal Supremo lo anularía por ilegal. El Parlamento actúa contra un millón y medio de ciudadanos (de un total de ocho) que cada día leen nuestro diario. No es un asunto ideológico, sino económico, porque nuestro éxito perjudica a *Yediot Aharonot*», explica destacando que el modelo sin pago está presente en todo el mundo.

«En ningún país se cierran diarios por ley. Como única democracia en la zona, Israel debería estar orgullosa de tener tantos diarios y lectores», sentencia Schmidberg. Y recuerda que centenares de familiares dependen del rotativo. En un último llamamiento antes de la votación, el periodista Gonen Ginat escribía: «El 80% de los israelíes se opone a que nos cierren la boca. Es el momento de la verdad, los diputados deben decidir qué quieren ser, justos o los que ceden al rodillo de Noni Moses (propietario de *Yediot*), que pretende volver a ser monopolio».

El dinero es fundamental en la lucha sin cuartel entre los dos gigantes de la prensa escrita. La tarta de publicidad de los medios es muy apetitosa en un país donde seguir la actualidad es una droga. La pugna llegó a tal extremo que *Israel Hayom* publicó en portada el teléfono de Cabel. En pocos minutos, su oficina quedó colapsada. La respuesta del laborista fue desviar las llamadas a la sede del primer ministro.



El plan fallido de Industria

Los instaladores aseguran que 300.000 edificios no verán la televisión el 1 de enero, que no hay suficientes equipos para la adaptación y que las subvenciones no cubrirán los gastos

G. Granda - Madrid

El Ministerio de Industria sigue sin aceptar oficialmente lo que los operadores y los instaladores tenían claro incluso antes de que se proclamara el Real Decreto del Plan Técnico Nacional de la TDT el pasado 19 de septiembre y que ya adelantó LA RAZÓN: al menos 300.000 edificios no podrán adecuarse antes del 31 de diciembre de este año. La Federación Nacional Coordinadora de Telecomunicaciones (Fecotel) aseguró en una rueda de prensa celebrada ayer en Sevilla que el 35% de los edificios de toda España que deben acometer la reantenización no podrán hacerlo antes del plazo debido a varios motivos, entre los que destacan la falta de material y la premura con la que se ha acometido el dividendo digital por parte de Industria.

Piden ampliar los plazos

«No hay suficiente aprovisionamiento de material; los fabricantes no tienen las condiciones adecuadas para fabricar todos los equipos necesarios y servirlos antes de final de año», explicó el portavoz de Fecotel José Manuel Muñiz. El margen de tiempo entre que se ordena el pedido de los componentes y los fabricantes lo sirven a los instaladores es al menos «de tres meses». Es decir, «si lo pudiéramos ahora como está ocurriendo, no tendríamos los repuestos hasta febrero o marzo del próximo año». Además, en ningún momento pudieron hacer previsiones «por-



Jesús G. Fera

Los consumidores ya deberían haber realizado la resintonización de canales aunque la reantenización se alargue hasta marzo de 2015

que no había confirmación oficial del comienzo del proceso». Según las empresas instaladoras se ha pedido el 75% de las piezas, por lo que el restante 25% no estará disponible. «Esto supone -afirma Muñiz- que al menos quedarán 100.000 edificios para cuyas adecuaciones los instaladores no tendremos piezas para sustituir y muchas de ellas se quedarán sin ver la televisión a partir del 1 de enero». A esta cifra hay que sumar más acometidas, como las cabecezas programables y otras que por falta de tiempo no serán atendidas, con lo que la cifra se eleva hasta el 35% del total (300.000 edificios).

Fecotel también advirtió de que consideran «muy poco tiempo» el que han tenido para abordar el

problema. «A la fecha en la que estamos la gente aún no sabe qué es el Dividendo Digital y qué significa, está confusa». La cadena sigue parada porque la falta de información es patente y los instaladores no pueden continuar trabajando si no hay demanda. Estiman que ahora mismo sólo se han adecuado en España un 10% del total que requiere el mandato europeo. Los instaladores piden al Gobierno que cree una comisión análoga a la que se ideó para la anterior transición a la TDT. «Con ella muchos de estos problemas no existirían», matizó Muñiz, que recalcó la necesidad de que el Ejecutivo «tome medidas de ampliación de plazos para atender al 100% de las instalaciones».

Volver a pagar

Paralelamente, la asociación también quiso advertir de que está recibiendo muchísimas quejas y reclamaciones acerca de empresas que realizan la instalación sin estar homologadas ni inscritas en el registro oficial del Ministerio. «Están proliferando las "piratas" aprovechando la coyuntura y en la mayoría de los casos están haciendo chapuzas que luego los verdaderos instaladores debemos solventar», advierte José Manuel Muñiz. Los consumidores que sean engañados -con la colocación de filtros y antenas no válidas que dejan sin ver la televisión de forma inmediata- no podrán disponer de las subvenciones y se pierde la garantía e incluso dinero porque «tendrán que volver a adecuar su instalación pagando de nuevo».

Las comunidades abonarán un 30%

Fecotel manifestó «asombro» ante el Real Decreto sobre las subvenciones al Dividendo Digital: «Por lo tarde que llega y porque las cifras aportadas al final llevarán incluido el IVA». Los instaladores concluyen que «ahora sí tenemos la certeza absoluta de que las ayudas no cubrirán los costes totales de las reparaciones». Según sus cálculos, las comunidades deberán abonar entre un 25 y un 30% del coste total de la reparación.



CANVI DE FREQUÈNCIES DE LA TDT

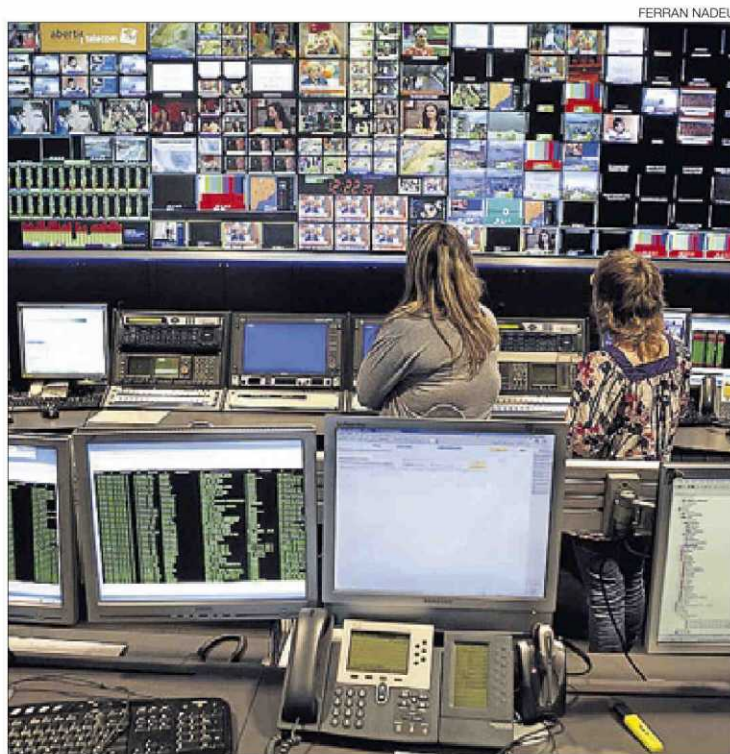
Resintonització en l'aire

► Els instal·ladors veuen impossible tenir-ho tot adaptat el 31 de desembre

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

A Catalunya hi ha uns 182.000 edificis que han d'adaptar les seves antenes col·lectives per poder sintonitzar les noves freqüències en què emetran els canals de tele a partir del 1 de gener. D'aquest total, dimecres passat ja estaven a punt 35.109 edificis (19%), i per tant en queden 146.000 (81%). «Davant d'aquestes xifres, i amb només 32 dies hàbils fins al 31 de desembre, és del tot impossible que tots els teleespectadors de Catalunya tinguin les seves antenes comunitàries preparades per veure tota l'oferta televisiva». Així de clar va ser ahir Román Lantarón, president de Feceminte (Federació Catalana d'Empresaris Instal·ladors de Telecomunicacions), en la seva intervenció en la jornada sobre el dividend digital, que va organitzar el Col·legi d'Enginyers Tècnics i Pèrits de Telecomunicació de Catalunya (Coettc).

La situació no és millor en el conjunt d'Espanya. Segons un informe de Fecotel que va aportar Lantarón, el nombre d'edificis amb les antenes comunitàries adaptades no arriba al 10%. I, en total, es parla del voltant d'un milió d'edificis, que sumen 12,9 milions de vivendes i prop de 26 milions d'usuaris. «Calculem que el 31 de desembre encara hi haurà un 35% dels edificis que no estaran adaptats i, per tant, no podran sintonitzar tots els canals», va acabar dient el president de Feceminte que, davant un panorama tan poc favorable, només té una possible solució: «Una pròrroga i que s'allarguin els terminis de resintonització. Nos-



► Imatge del centre de control audiovisual de la Torre de Collserola.

altres calculem que podria estar tot antenitzat cap al març del 2015». El però està en el fet que aquesta possible solució, per ara, no la preveu el Govern.

«Fem el que podem, però és impossible, inviable, complir els terminis... És un caos», va dir Lantarón, per a qui aquesta situació l'han provocat els continus retards de la planificació de la resintonització. Tots els professionals del sector que van participar ahir en la jornada de la Coettc van coincidir a assenyalar que és un gran error intentar posar en marxa un canvi tècnic d'aquesta magnitud en tot just tres mesos, quan el pla inicial del canvi de freqüències de la TDT (per donar cabuda a la tecnologia 4G de la telefonia mòbil) la tenia el Govern sobre la taula ides del 2011! I també tots els professionals van coincidir en la mateixa resposta a la pregunta del milió: ¿què passarà el 31 de desembre?: «Ja ho veurem».

UN ALTRE DIVIDEND DIGITAL // Per si la situació ara no fos prou dramàtica, Pere Vila, director de Tecnologia, Innovació i Sistemes de RTVE, va posar encara més pressió als professionals al confirmar que, a Europa, ja s'està forjant un segon dividend digital, que portaria a una altra gran resintonització de canals. «Finlàndia, França, Alemanya i Suècia ja estan estudiant deixar d'emetre televisió per la freqüència de 700 megahertz el 2017, cosa que implica una altra resintonització, un canvi que podria ser obligatori cap al 2021. Sabent-ho ara, seria fantàstic planificar-ho bé i amb temps», va apuntar. Però, és clar, hi ha països i països. ■

EL POLS DE TVC PER MANTENIR ELS SEUS CANALS TV-3 HD estudia saltar al 'Mux' privat

► La resintonització de canals va comportar una molt mala notícia per a Televisió de Catalunya: amb el pla tècnic del Govern central, la tele autonòmica perdria un multiplexat de canals (Mux), cosa que implicava la desaparició de la seva alta definició: TV-3 HD. La reacció del Govern va ser negar-se rotundament a perdre presència.

► Però davant la impossibilitat de canviar el pla de l'Executiu, s'ha optat per buscar una solució tècnica. I aquesta passa per traslladar l'emissió de TV-3 HD al Mux privat del Grupo Godó (8TV), i en el qual sí que tindria cabuda. L'únic problema és arribar a una solució legal que accepti el Govern central, amb el qual ara no hi ha bona sintonia.



El relleu del braç executor d'Albiol a Tele B, imminent

■ L'oposició de Badalona discuteix uns quants noms per substituir Alberto Fernández Saltiveri, el censor de 'L'estaca' ■ La setmana que ve s'iniciaran els tràmits formals per impulsar el canvi

Sara Muñoz
BADALONA

L'oposició de Badalona (el PSC, CiU i ICV-EUiA) ja té tres o quatre noms sobre la taula, d'entre els quals hauria de sortir, en cosa d'hores, el nou conseller delegat de Badalona Comunicació. Cap d'aquests partits ha revelat pistes sobre els candidats, però asseguren que l'acord polític fructificarà "en breu i sense polèmica", atès que tothom persegueix un perfil professional, amb experiència en els mitjans de comunicació i en l'àmbit de la gestió.

Triar un nou conseller delegat és el pas previ abans d'aniquilar el poder de decisió i el control que l'alcalde, Xavier Garcia Albiol, té sobre els mitjans públics, executat a través del seu comissari polític i actual conseller delegat, Alberto Fernández Saltiveri. Aquest càrrec del PP s'ha convertit en el braç executor de Garcia Albiol a Tele B, a Ràdio Ciutat de Badalona i a la revista municipal. Però el 25 d'octu-



Una càmera de Tele B enregistra una junta general de Badalona Comunicació ■ J.G.

bre passat va cometre un error que, per a l'oposició, va ser la gota que va fer vessar el got. Els fets van tenir lloc quan va censurar un fragment de *L'estaca* durant el lliurament de premis del Filmets. La Xarxa Audiovisual Local (XAL) ha emès un informe en què, tal com va avançar

aquest diari, deixa clar que la censura de la cançó de Lluís Llach respon a qüestions polítiques.

La setmana que ve, a tot estirar, i un cop s'hagi pactat un nom, els partits de l'oposició lliuraran el document que forçarà Garcia Albiol a convocar la junta general de Badalona

Comunicació. L'alcalde està obligat a convocar-la dins els quinze dies hàbils posteriors a la petició. És en aquest òrgan on el conjunt de regidors de la corporació local –l'oposició hi té majoria– farà cessar dos representants del PP en el consell d'administració de Badalona Comuni-

La Xarxa critica l'organització del Filmets

L'expedient instruït per la Xarxa Audiovisual Local no només deixa clar que *L'estaca* es va censurar per motius polítics –el document, però, no fa servir mai la paraula *censura*–, sinó que també critica durament l'organització de la cerimònia, posant l'accent en "la deficient planificació de les tasques tècniques de la retransmissió i del guionatge". L'informe, que ja està en mans del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), deixa clar que el pes de l'organització va recaure en Fernández Saltiveri.

cació –entre ells, Fernández Saltiveri– i nomenarà els nous integrants –ja hi haurà el futur conseller delegat–. En les hores següents es convocarà el consell d'administració de Badalona Comunicació i es nomenarà el nou responsable dels mitjans públics de la ciutat. ■



MITJANS

Fabra vol obrir una nova RTVV

Un any després de tancar Canal 9, el president valencià afirma que crearà un nou organisme “si hi ha estabilitat pressupostària”

SALVADOR ENGUIX

El president de la Comunitat Valenciana, Alberto Fabra, va anunciar ahir que està disposat a obrir una nova RTVV. Ho va dir un any després de tancar Canal 9 i dos dies després que el president de la Diputació de València, el popular Alfonso Rus, fes públiques les condicions per llançar la seva pròpia televisió. L'anunci de Fabra, en el ple de les Corts Valencianes, va sorprendre tothom, fins i tot els seus propis diputats. El president, no obstant això, va condicionar la creació d'aquest nou ens que “hi hagi estabilitat pressupostària”, que “sigui sostenible” i que “no tregui recursos de la despesa social”. Fins i tot va dir que pensava permetre la tramitació de la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) perquè es reobri RTVV. “Deixarem que es pugui dialogar i negociar sobre la ILP en aquestes Corts”, va afirmar.

L'oposició, en conèixer la proposta, la va qualificar d’“ocurrència de Fabra”. “S’han gastat més diners a tancar Canal 9 que a mantenir-la, i ara vol obrir-ne una de nova, és pur cinisme”, segons Ignacio



KAI FORSTRETLING / EFE

Alberto Fabra va anunciar ahir que vol una altra RTVV

Blanco, d'Esquerra Unida. El secretari general del PSPV-PSOE, Ximo Puig, va exigir la “dimissió de Fabra, per la seva irresponsabilitat; s’ha gastat 200 milions a tancar RTVV i ara parla d’una de nova”. “És pur electoralisme”, segons Compromís.

El 29 de novembre del 2013 Alberto Fabra va ordenar l’apagada de RTVV i va forçar la dissolució de l’empresa pública,

deixant al carrer 1.600 treballadors i els valencians sense l’únic mitjà públic de ràdio i televisió en valencià. El president va justificar el tancament de Canal 9, que arrossegava un deute de 1.300 milions d’euros, per la “impossibilitat de mantenir-lo”. Però el cert és que des d’aleshores molts barons del PP valencià han lamentat no disposar d’un mitjà de comunicació públic amb què poder

difondre l’acció de les institucions. I més ara que falten pocs mesos perquè s’iniciï un període electoral en què el PP es juga la seva hegemonia política a la Comunitat Valenciana. Paral·lelament, el Consell s’ha gastat ja gairebé 200 milions d’euros a liquidar un ens que, segons el mateix Executiu, podria haver-se mantingut amb 70 milions d’euros l’any.

Ara Fabra anuncia que “la voluntat del grup popular és

L’oposició titlla el pla d’“ocurrència” i recorda que clausurar l’ens va costar 200 milions

col·laborar perquè pugui continuar un projecte de televisió valenciana i en valencià, però sempre que es donin les circumstàncies econòmiques que ho possibilitin”.

Per l’oposició, el fet que el president provincial Alfonso Rus anunciés fa tres dies la creació d’una televisió (directament controlada per ell) amb un pressupost de 3,2 milions d’euros “ha estat l’espoleta de l’anunci de Fabra”, segons el PSPV-PSOE. I es valora la manobra del president com a “electoralista”. El cert és que els tres grups de l’oposició en el Parlament valencià han anunciat també que si governen la Generalitat valenciana després de les eleccions del maig del 2015 obriran una nova RTVV.●



Ramon Segú Chinchilla, 70 años en Tarragona

■ La sala de exposiciones L'Arxiu, en la Tabacalera, quedó pequeña ante la multitud que asistió a la inauguración de la exposición *Ramon Segú Chinchilla: Els anys 70 a Tarragona*, que presidió el alcalde Ballesteros junto a miembros del Consistorio y numerosas personalidades. Se

destacó la labor del fotoperiodista en aquellos años de acontecimientos ciudadanos, la visita de Salvador Dalí, las visitas reales y el seguimiento de conciertos de Julio Iglesias. Más de un millón de fotografías de la familia Chinchilla desde 1913 se encuentran en el archivo.



Fabra 'resucitaría' la televisión valenciana si fuera sostenible

Las condiciones económicas impiden que se lleve a cabo antes de las elecciones

HÉCTOR SANJUAN VALENCIA

Lo que amenazaba con convertirse en otra sesión de control al presidente de la Generalitat Valenciana sin grandes titulares ni anuncios relevantes, cambió por completo cuando Alberto Fabra, segundos antes de bajarse de la tribuna, dejó caer que estaría «dispuesto a hablar de una nueva radiotelevisión valenciana» siempre que esta inversión no supusiera una subida de impuestos, peligro alguno para los servicios públicos y se acometiera en una situación económica favorable de equilibrio presupuestario. Un escenario que, pese al discurso triunfalista de su primera intervención, no se prevé conseguir de forma inmediata.

Pero no fue un anuncio improvisado. A la salida del hemiciclo, preguntado por los periodistas, Fabra dio más detalles de su propuesta. El jefe del Consell indicó que había dado orden a su grupo parlamentario para tramitar la Iniciativa Legislativa Popular (ILP) promovida por personas del sector audiovisual y ex trabajadores de Canal 9 que reclama la creación de una nueva televisión pública autonómica.

La intención que ayer expresó el presidente de la Generalitat es que la ILP pueda tramitarse incluso esta legislatura. No obstante, las condiciones que Fabra exige para que la nueva televisión pueda salir adelante imposibilitan que su puesta en marcha sea antes de las elecciones. En su intervención, Fabra reiteró que, antes de iniciar el proyecto, se debe alcanzar la estabilidad presupuestaria y acabar con el déficit, cosa que ni sucede ni sucederá salvo un cambio inmediato –que tampoco se prevé– del modelo de

financiación. Además, Fabra también dejó claro que la apuesta no es reabrir Canal 9 –cerrada ahora hace ahora un año–, sino hacer una nueva televisión, empezando desde cero, e incluso con una nueva plan-

tilla de muchos menos trabajadores; pero eso sí, usando los equipos y las instalaciones del viejo Canal 9. Un escenario jurídico que no está exento de dudas y que la oposición no acaba de ver factible.



Alberto Fabra, ayer, a su llegada al hemiciclo en Valencia. EFE

NUEVA IMPUTACIÓN PARA RAFAEL BLASCO

Sanidad. El juzgado de Instrucción número 6 de Valencia imputó ayer al ex conseller en distintos gobiernos de la Generalitat por los contratos durante su etapa en Sanidad. Blasco ya tiene una condena de ocho años de cárcel por desviar fondos de Cooperación.

Cohecho y falsedad documental. Al ex político valenciano le imputan ahora presuntos delitos de cohecho y falsedad documental en relación con los contratos del sistema de gestión de la prescripción médica que se aplica los centros de salud de toda la Comunidad Valenciana (Abucasis).



EMPRESA RESULTADO ANTES DE GASTOS NO RECURRENTE

UNIDAD EDITORIAL ALCANZA UN EBITDA OPERATIVO DE 5,2 MILLONES DE EUROS

La inversión publicitaria bruta en el grupo creció un 3,8% en los nueve primeros meses del año

E. M. MADRID

Unidad Editorial alcanzó un Ebitda operativo antes de gastos no recurrentes de 5,2 millones de euros durante los primeros nueve meses de 2014, según los datos aprobados por el consejo de administración. Esta cifra supone una mejora de 12,8 millones con respecto al mismo periodo del año anterior, cuando se registró un dato negativo de 7,6 millones. Esta mejora sustancial confirma el cambio de tendencia a positivo registrado con relación al año pasado.

En un contexto económico financiero en el que se confirman las

primeras señales de recuperación, los medios de Unidad Editorial en todos sus soportes vieron incrementada la inversión total publicitaria bruta en un 3,8%, frente al retroceso del 0,5% (excluida la televisión) del conjunto del mercado.

En concreto, los ingresos publicitarios brutos derivados de internet experimentaron una subida del 9,5%, seis puntos por encima de la media del sector, mientras que en prensa el aumento alcanzó el 0,7%, en contraste con la caída del 3,5% sufrida por este segmento.

El esfuerzo desarrollado en el

ámbito digital –enmarcado en el plan estratégico del grupo– se ha visto avalado de nuevo por los datos. Los ingresos de publicidad brutos derivados de esta área representan ya el 29,6% de los ingresos publicitarios totales.

Unidad Editorial encara los últimos meses del año con resultados publicitarios superiores a los del mercado, lo que le permite afrontar con optimismo el cumplimiento de las previsiones de cierre del ejercicio.

El grupo avanza, de esta manera, hacia el objetivo de mejorar su rentabilidad, con unas acciones de

eficiencia estructurales que alcanzan los 17,4 millones de euros.

Durante los primeros nueve meses de 2014, las principales cabecezas del grupo han afianzado su posición en el sector de la prensa en España. EL MUNDO cuenta con una difusión total de 184.000 ejemplares promedio, incluidas 31.000 copias de Orbyt, siendo entre los grandes diarios de información general el que mantiene una línea más regular en este terreno.

Desde enero a septiembre, EL MUNDO estabilizó su difusión retrocediendo solo un 0,7%, en con-

traste con la caída del 8,8% de ABC y el 9,2% de El País, según la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD). Estos indicadores acreditan el segundo puesto de EL MUNDO. Por su parte, ELMUNDO.es consolida su liderazgo absoluto en internet, con 7,3 millones de usuarios únicos, de acuerdo a las cifras ofrecidas por el medidor oficial comScore.

Marca mantiene su primera posición en el ámbito de la prensa deportiva, con una difusión de 187.000 ejemplares promedio (9.000 réplicas de Orbyt). Su edición digital, *marca.com*, es la dominadora absoluta entre las webs de información deportiva, con 5,2 millones de usuarios únicos.

Por su parte, *Expansión* alcanza los 41.000 ejemplares difundidos, incluidas 12.000 copias de Orbyt, lo que representa un 2,9% más que el año anterior en el contexto de un mercado que sigue en recesión. *expansion.com* logra los 2,4 millones de usuarios únicos.



Alberto Fabra, president de la Generalitat Valenciana. EFE

Fabra, disposat a obrir una nova radiotelevisió al País Valencià

ARA
BARCELONA

El president de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, s'ha mostrat "disposat" a "parlar d'una nova RTVV" si les circumstàncies canvien i "l'economia ho permet". Fabra s'ha pronunciat d'aquesta manera en la sessió de control celebrada ahir a les Corts Valencianes quan fa gairebé un any que es va tancar Canal 9. El president valencià ha dit que hauria de ser "una televisió solvent i, sobretot, ajustada a les necessitats dels ciutadans, sense que suposi més costos o més impostos, i es garanteixin i prioritzin els serveis als ciutadans". Així mateix, ha posat com a condició que hi hagi "estabilitat pressupostària" i es compleixin els objectius de dèficit.

Posteriorment, a preguntes dels mitjans en els passadissos de les Corts, ha explicat

que aquesta proposta l'ha traslladada al ple amb motiu del debat de la iniciativa legislativa popular (ILP) per una radiotelevisió en valencià.

En aquest sentit, ha afirmat que la voluntat del PP "serà col·laborar perquè pugui seguir un projecte de televisió valenciana, però sempre que es donin les circumstàncies econòmiques i sigui sostenible, que no suposi cap pujada d'impostos i que no es llevin recursos als serveis fonamentals". En relació amb aquestes circumstàncies, ha concretat que hi ha d'haver una situació d'"estabilitat pressupostària", ja que si no es compleix el dèficit permès "difícilment es podran abordar nous projectes". "Actualment, aquesta circumstància no existeix", ha afegit. Així mateix, ha apuntat que el procés d'extinció de RTVV continuarà i ha garantit, mentrestant, la protecció dels equips. ■



Ebit de 2,6 millones

Vocento obtiene su primer resultado de explotación positivo desde 2008

ABC MADRID

En un entorno todavía complejo para los medios de comunicación, Vocento vuelve a cumplir con sus objetivos de mantener el liderazgo de sus marcas, mejorar su cuota de mercado publicitaria tanto «offline» como «online», elevar el peso del negocio digital y generar caja manteniendo una posición financiera diferencial en el sector. Todo ello con crecimientos en las principales magnitudes operativas de su cuenta de resultados, lo que ha permitido al grupo cerrar los nueve primeros meses del ejercicio con su primer resultado de explotación (Ebit) positivo desde 2008, en concreto de 2,6 millones de euros, frente a las pérdidas de 3,6 millones que registró en el mismo periodo del año pasado.

Los ingresos totales del grupo alcanzaron al cierre del tercer trimestre de 2014 los 361,5 millones, un 6,4% menos. Ahora bien, la facturación por venta de publicidad se mantiene plana en esos nueve meses e incluso se observa una mejora en la tendencia. En concreto, solo entre julio y septiembre esos ingresos crecieron un 4,6%, gracias sobre todo a la publicidad digital (+16,6%), aunque también a la edición impresa (+0,2%).

Más publicidad

Entre enero y septiembre se ha vuelto a acentuar el cambio de perfil en la procedencia de los ingresos, ganando más peso el entorno digital (ingresos de publicidad digital y nuevos negocios basados en «e-commerce», Oferplan y Kiosko y Más). Así, estos ya suponen el 25% del total, 2,6 puntos porcentuales más que doce meses antes.

El resultado bruto de explotación (Ebitda) comparable asciende a 26 millones, un 37% más. Esta evolución positiva se debe a esa recuperación publicitaria y a las medidas de ajuste en el negocio de contenidos y al control de gastos. Así, todas las áreas de negocio mejoran su Ebitda. La de periódicos, por ejemplo, mejoró un 9,6%, a 24,9 millones; ABC lo hizo en 2,2 millones, frente a las pérdidas de 3,1 de un año antes. El segmento audiovisual generó 1,2 millones más, hasta un total de 7,8 (+18,4%), y la de clasificados reduce sus pérdidas en 1,2 millones o un 68,9%, a 0,5 millones.

Vocento, cuya deuda financiera neta se redujo en ese periodo en 2,4 millones de euros, hasta los 146,9, cierra los tres primeros trimestres del año con unas pérdidas netas de 9,1 millones, reduciéndolas respecto a septiembre de 2013 un 40,5%.



Periodisme

Vaig conèixer la periodista Mònica Bernabé a Mataró, a l'edició maresmenca d'El Punt. Tots dos ens havíem d'encarregar de la informació local de la ciutat. Ella tenia una mordacitat encantadora i quan tractava amb els poders locals ho feia amb la distància crítica i la prevenció irònica que els periodistes hauríem de tenir sempre cap als poders de tota mena, petits, grans o mitjans. I tenia alhora un nervi inquiet cap al món associatiu que la va fer connectar de seguida amb els sectors més dinàmics de la societat civil mataronina. La seva passió, però, ja era l'Afganistan. Hi havia anat un any i n'havia tornat amb un reportatge espectacular sobre la situació de la dona al país en mans dels talibans. No es va quedar aquí. Va fundar una associació pels drets de les dones a l'Afganistan (Asdha), i hi va viatjar contínuament fins que s'hi va quedar a viure per mantenir una intensa activitat en suport de les dones d'aquell país.

Ara, amb el fotògraf Gervasio Sánchez ha publicat el llibre *Dones Afganistan* i algunes de les fotografies que il·lustren el treball s'exposen aquests dies al Palau Robert de Barcelona. Les dones retratades apareixen al costat d'un text breu, fred i contundent com un cop de puny a l'estómac, que explica la història de cadascuna: casada amb 13 anys amb l'home que va pagar diners per ella, empresonada per haver tingut relacions fora del matrimoni, violada, vexada, empobrida, mutilada físicament o bé en el seus somnis i projectes vitals. Pocs vesteixen el burca. La majoria mostren al descobert rostres d'una tristesa serena i endurida. En algunes escenes, el contrast de la vitalitat dels colors i teixits de la cultura afganesa amb els tenebrosos episodis que han passat les protagonistes produeix un efecte d'irrealitat. El problema no és el burca, sinó un masclisme cultural que considera les dones mercaderies que es poden comprar, vendre, usar, colpejar i llençar i que, amb intensitats i formes diverses, no és exclusiu de cap cultura.

No totes són històries tristes. Una de les darreres imatges és la de Shamsia Hassani, una jove de nervi inquiet que es dedica a pintar grafitis per les parets de Kabul. Amb l'esprai a la mà i el hijab al cap, la Shamsia mira a la càmera desafiant poders i prejudicis de tota mena. L'exposició ens ha portat la Shamsia fins a davant dels nostres ulls amb la força de les veritats fredes i contundents. La Bernabé no ha deixat mai de fer periodisme.



Periodisme

Vaig conèixer la periodista Mònica Bernabé a Mataró, a l'edició maresmenca d'El Punt. Tots dos ens havíem d'encarregar de la informació local de la ciutat. Ella tenia una mordacitat encantadora i quan tractava amb els poders locals ho feia amb la distància crítica i la prevenció irònica que els periodistes hauríem de tenir sempre cap als poders de tota mena, petits, grans o mitjans. I tenia alhora un nervi inquiet cap al món associatiu que la va fer connectar de seguida amb els sectors més dinàmics de la societat civil mataronina. La seva passió, però, ja era l'Afganistan. Hi havia anat un any i n'havia tornat amb un reportatge espectacular sobre la situació de la dona al país en mans dels talibans. No es va quedar aquí. Va fundar una associació pels drets de les dones a l'Afganistan (Asdha), i hi va viatjar contínuament fins que s'hi va quedar a viure per mantenir una intensa activitat en suport de les dones d'aquell país.

Ara, amb el fotògraf Gervasio Sánchez ha publicat el llibre *Dones Afganistan* i algunes de les fotografies que il·lustren el treball s'exposen aquests dies al Palau Robert de Barcelona. Les dones retratades apareixen al costat d'un text breu, fred i contundent com un cop de puny a l'estómac, que explica la història de cadascuna: casada amb 13 anys amb l'home que va pagar diners per ella, empresonada per haver tingut relacions fora del matrimoni, violada, vexada, empobrida, mutilada físicament o bé en el seus somnis i projectes vitals. Pocs vesteixen el burca. La majoria mostren al descobert rostres d'una tristesa serena i endurida. En algunes escenes, el contrast de la vitalitat dels colors i teixits de la cultura afganesa amb els tenebrosos episodis que han passat les protagonistes produeix un efecte d'irrealitat. El problema no és el burca, sinó un masclisme cultural que considera les dones mercaderies que es poden comprar, vendre, usar, colpejar i llençar i que, amb intensitats i formes diverses, no és exclusiu de cap cultura.

No totes són històries tristes. Una de les darreres imatges és la de Shamsia Hassani, una jove de nervi inquiet que es dedica a pintar grafitis per les parets de Kabul. Amb l'esprai a la mà i el hijab al cap, la Shamsia mira a la càmera desafiant poders i prejudicis de tota mena. L'exposició ens ha portat la Shamsia fins a davant dels nostres ulls amb la força de les veritats fredes i contundents. La Bernabé no ha deixat mai de fer periodisme.



ANIVERSARIO DE RADIO BARCELONA

90 años mirando al futuro

LUIS DEL OLMO

No se puede decir que sea una anciana. Todo lo contrario. Continúa estrenando juventud. Nuestra radio se nutre de los cambios: ha vivido un periodo republicano, una Guerra Civil, un dirigismo estatal, una feroz censura y su recorrido ha sido competente y competitivo. Ha trabajado duro para captar oyentes y hacerlos partícipes de su gran aventura.

Con 90 años a sus espaldas, nuestra querida radio encara un futuro de innovaciones motivadas por las nuevas tecnologías. Muchos insistirán en que el medio es el mensaje, pero habrá que apostar por que el mensaje sea el medio, no sea que mañana tengamos una radio tecnológicamente impecable, pero a la vez tremendamente aburrida. La clave sigue estando en los profesionales de la comunicación, en su instinto de buscar los asuntos

que realmente interesan. En definitiva, en su amor al medio.

La radio española se ha salvado de la contaminación porque una generación de profesionales ha amado su independencia por enci-

Habrà radio en la medida en que se adapte como un guante a la realidad, dependa exclusivamente del oyente

ma de todas las cosas y se ha hundido en la miseria cuando ha puesto sus recursos al servicio de ambiciones políticas y se ha convertido en la voz de su amo. La radio española cumple 90 años mirando al futuro con ilusión

y sin miedo. La radio que viene tendrá que ahondar en su propia esencia. Habrá radio en la medida en que se adapte como un guante a la realidad, dependa exclusivamente del oyente y sea mensajera de sus inquietudes.

La radio seguirá joven mientras continúe siendo un punto de encuentro donde nacen las palabras, se acunan las ideas y se desarrolla la convivencia. En definitiva, un medio profundamente humano, creativo y creíble. Una auténtica factoría del diálogo, porque nadie puede destruir —ni envejecen— las palabras en libertad.

Han pasado 90 años desde que en el Hotel Colón de Barcelona se anunciara el nacimiento de la radio en España. Era el bautismo de la cadena SER. Felicidades, compañeros.

Luis del Olmo es periodista radiofónico y creador del programa *Protagonistas*.



Unidad Editorial pierde 36 millones hasta septiembre

Los ingresos caen un 5,9% por el descenso de la venta de ejemplares

Á. S. MADRID.

Unidad Editorial no logra salir de números rojos. La dueña de *El Mundo* ha registrado unas pérdidas operativas netas (*ebit*) de 36 millones de euros entre enero y septiembre

de 2014, lo que supone una mejora de apenas 3,9 millones con respecto al año pasado, pese a todos los planes de ajuste y la fuerte apuesta por Internet.

El resultado bruto de explotación (*ebitda*) ha sido negativo en 21,5 millones de euros (22,5 millones de pérdidas en 2013) y los ingresos han caído un 5,9 por ciento, arrastrado por el descenso de la venta de ejemplares. Según las cuentas publicadas ayer por RCS, la matriz italia-

na del grupo, los ingresos editoriales han caído un 12,3 por ciento hasta los 119,6 millones de euros por el descenso de la difusión. Así, los menores ingresos obtenidos por la venta de ejemplares de *Expansión*, *El Mundo* o *As* han eclipsado la mejora de la publicidad. En los nueve primeros meses del año la facturación publicitaria ha subido un 2,1 por ciento hasta los 105,4 millones de euros. En este sentido, RCS destaca que entre julio y septiembre el

alza ha sido del 18 por ciento. La mejora de la inversión publicitaria, que coincide con la marcha de Pedro J. Ramírez de la dirección de *El Mundo*, ha permitido que los ingresos digitales aporten el 13,8 por ciento de la facturación. Así, los ingresos publicitarios brutos derivados de Internet experimentaron una subida del 9,5 por ciento, "seis puntos por encima de la media del sector, mientras que en prensa el aumento alcanzó el 0,7 por ciento,

en contraste con la caída del 3,5 por ciento sufrida por este segmento", informa Unedisa. En este punto, el grupo ha querido recalcar "el cambio de ciclo" iniciado con el nombramiento de Casimiro García-Abadillo y ha presentado un *ebitda* antes de gastos no recurrentes positivo de 5,2 millones.

Por su parte, RCS ha perdido 93,1 millones de euros, un 46 por ciento menos mientras sus ingresos caen un 4,4 por ciento.



Los gigantes Amazon y Hachette sellan la paz

GUILLERMO ALTARES, Madrid

El gigante de Internet Amazon y la filial estadounidense del grupo francés Hachette, el cuarto grupo editorial en EE UU, anunciaron este jueves que enterraban el hacha de guerra y que cerraban un conflicto que había marcado el mercado del libro en los últimos meses, según informaron las dos compañías en un comunicado conjunto. Las partes no han querido dar detalles del acuerdo y los portavoces de las dos compañías han declinado hacer comentarios remitiendo a la escueta nota de prensa.

"Hachette Book Group y Amazon anunciaron hoy que las dos compañías han llegado a un nuevo acuerdo de varios años para las ventas de libros físicos y electrónicos", reza el documento. El conflicto, abierto desde junio, giraba en torno a los libros electrónicos y, para muchos profesionales del sector editorial, ha sido una guerra crucial para el futuro del libro.

Aunque todo el conflicto se desarrolló en medio de un enorme secretismo, las consecuencias prácticas fueron considerables ya que durante todo este periódico Amazon penalizó a todos los autores de Hachette, bien dificultando el envío de los libros o subiendo sus precios. Escritores tan importantes como Paul Auster, Stephen King, Tobias Wolff o la última ganadora del premio Pulitzer, Donna Tartt, salieron en defensa de Hachette en un manifiesto.

En un correo electrónico a la agencia France Presse, el promotor de aquella carta contra Amazon, el escritor de best-sellers Douglas Preston, señaló: "Espero que Amazon no vuelva a tratar de ganar ventajas comerciales sancionando a los autores y a los libros".

Michael Pietsch, el presidente de la filial estadounidense de Hachette, afirma en el comunicado: "Es una gran noticia para los escritores. El nuevo acuerdo va a beneficiar a los autores de Hachette durante los próximos años. Proporciona a Hachette una enorme capacidad de marketing con uno de sus socios comerciales más importantes". Amazon controla en torno al 60% del mercado del libro en EE UU y, según datos de la revista Publishing Perspectives, Hachette vende el 60% de sus *e-books* en EE UU.

David Nagger, vicepresidente de Kindle dijo por su parte, siempre el mismo comunicado: "Estamos encantados de anunciar este nuevo acuerdo que incluye incentivos para Hachette para vender con precios más competitivos. Se trata de una gran victoria tanto para los autores como para los lectores".



La premsa comarcal reivindica els mitjans de quilòmetre zero

■ En una jornada avui al centre del Born es presenta un estudi del sector

Redacció
BARCELONA

L'Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC) celebra avui el Dia de la Premsa Comarcal, de 9.30 a les 15 h a la sala Moragues del Centre Cultural El Born de Barcelona. La jornada reunirà dotze ponents, que analitzaran un sector que genera més de 700 llocs de treball a Catalunya i que reuneix més de 130 capçaleres de paper i digitals. De les ponències destaca la que abordarà la importància de la proximitat en la comunicació.

El Dia de la Premsa Comarcal pretén ser "una nova eina de difusió, de coneixement i de reconeixement per als mitjans de quilòmetre zero", segons va explicar Carles Ayats,



Carles Prats és el president de l'ACPC ■ ARXIU

president de l'ACPC. En el marc de la jornada, el sociòleg i consultor Enric Yarza presentarà una radiografia de la premsa comarcal, un estudi que detalla, entre altres aspectes, el pes del sector en el mapa comunicatiu de Catalunya, quina és la seva oferta comercial, sigui separada o conjunta, el seu model de negoci i les seves tendències de futur. ■



Expediente a Movistar por el alquiler de red

La CNMC pondrá condiciones a la fusión de Canal+ y Telefónica

MONCHO VELOSO MADRID

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) no ha aprobado la compra de Canal+ por Telefónica en su primer análisis y tomará una decisión en una segunda fase que durará unos cuatro meses. Este paso, casi rutinario en una operación de esta envergadura, supone que el supervisor impondrá condiciones de negocio a Telefónica para evitar que adquiera una concentración excesiva en el mercado de la televisión de pago.

«Es preciso estudiar en profundidad la operación, a la vista de los po-

sibles obstáculos para el mantenimiento de la competencia en mercados como la televisión de pago, los contenidos audiovisuales y las comunicaciones electrónicas», concluyó el organismo, que podría exigir a la «teleco» que dé acceso a sus contenidos de televisión a otros operadores para que puedan replicar esa oferta.

Competencia ha expedientado además a Telefónica por cometer, de 2010 a 2013, una posible infracción muy grave en las condiciones de alquiler a otras «telecos» de líneas que conectan su red con clientes empresariales.



POLÈMICA

Fabra vol obrir un nou canal a València

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El president de la Generalitat valenciana, Alberto Fabra, va assegurar ahir que «estaria disposat a parlar d'una nova radiotelevisió valenciana», un anunci que tant els grups de l'oposició com el sector audiovisual han qualificat d'«electoralista».

Malgrat això, Fabra ha afirmat que el procés d'extinció de RTVV «segueix endavant», perquè s'ha de complir l'expedient de regulació d'extinció de les ocupacions que es va posar en marxa, i per això es tractaria de crear «una nova radiotelevisió, partint de zero», sempre que es compleixin els supòsits que s'ha marcat.

DIMISSION // El secretari general del PSPV, Ximo Puig, ha demanat la dimissió irrevocable de Fabra, a qui ha considerat un «irresponsable» per tancar RTVV «com si fos seva» fa un any i parlar avui d'una possible reobertura «per un capritx» i «una guerra partidària» amb el president de la Diputació de València, Alfonso Rus. Segons Puig, Fabra «vol competir» contra Rus per haver anunciat aquest últim la creació d'una tele dependent de la institució provincial.

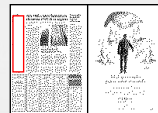
Des d'EU, el portaveu adjunt i candidat a la presidència de la Generalitat, Ignacio Blanco, ha assegurat que la proposta de Fabra d'estudiar la posada en marxa d'una nova RTVV «és com si Franco digués que està disposat a portar una democràcia». ≡



Hachette i Amazon arriben a un acord pel preu del llibre electrònic

Amazon i Hachette han fet les paus. Després de protagonitzar una guerra oberta pel preu del llibre electrònic, finalment el gegant del comerç *online* i el gegant editorial francès han anunciat un acord que entrarà en vigor el 2015. Tot i que no n'han revelat els detalls, es complirien les con-

dicionen que imposaven tots dos: Amazon volia *e-books* més barats (prop dels 9,99 dòlars, 8 euros) i Hachette exigia que fos l'editor qui marqués el preu i no el majorista. El dubte, però, és quin marge han pactat per a cada part (inclòs l'autor) i com afectarà el pacte al sector editorial global.



La CNMC condicionará la compra de Canal +

EL PAÍS, Madrid

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha acordado el inicio de la segunda fase en el análisis de la compra del 56% de Canal + por Telefónica al considerar que dicha operación de concentración podría "obstaculizar significativamente" la competencia efectiva en distintos mercados relacionados con la televisión de pago, contenidos audiovisuales y servicios de comunicaciones electrónicas.

En esta segunda fase requerirá información a distintos operadores en los mercados afectados, a fin de completar la información de la que dispone, y tanto Telefónica como terceros interesados podrán alegar para la defensa de sus intereses.

El consejo de la CNMC analizará ahora en profundidad la información disponible y las alegaciones para dictar una resolución que podrá autorizar, acordar compromisos, subordinar condiciones o prohibir la operación.

En caso de aprobarse, Telefónica tendría el control total de la plataforma de televisión ya que poseía con anterioridad el 22% y compró otro 22% a Mediaset España. Vodafone ha pedido personarse en el expediente al estimar que la concentración puede provocar un "abuso de posición dominante" al concentrar el 81,7% de cuota por ingresos y más del 65% por clientes de la televisión de pago.



Vocento reduce sus pérdidas un 40% hasta septiembre

Expansión. Madrid

El grupo Vocento redujo un 40% sus pérdidas netas en los nueve primeros meses, hasta 9,1 millones de euros. La compañía ajustó al máximo los costes para compensar la caída de la facturación, que alcanzó 361 millones, un 6,4% menos que en 2013, afectada por el cese de emisiones de dos canales de televisión del grupo.

Los ingresos por publicidad permanecieron planos, mientras que la facturación por venta de ejemplares cayó un 4,4%, hasta 155 millones de euros, especialmente por las menores ventas en prensa regional. Los gastos operativos de Vocento se redujeron en un 7,4%, principalmente por la salida del negocio audiovisual y por ajustes de personal.

Con esta evolución de ingresos y costes, el resultado bruto de explotación (ebitda) de Vocento alcanzó 20,7 millones de euros, un 13,7% más que el año anterior, mientras que el resultado neto de explotación (ebit) dejó los números rojos para sumar 2,5 millones.

A septiembre, la deuda neta de Vocento alcanzaba los 146 millones de euros, lo que supone un apalancamiento de 3,3 veces ebitda. Los títulos de Vocento cotizaban ayer a 1,46 euros por acción, tras subir un 1,04% en la sesión, antes de conocerse los resultados.



TELEVISIÓ DIGITAL

Els instal·ladors recorden que cal sintonitzar la TDT

La Federació Coordinadora de Telecomunicacions (Fecotel), que agrupa, entre altres, les empreses instal·ladors, va advertir que fins a 300.000 edificis es poden quedar sense TDT si no resintonitzen les antenes abans de l'any vinent arran de la implantació del dividend digital 3G tal com fixa la normativa europea. Segons les seves estimacions, un 35% de les llars es podrien quedar sense TDT. D'altra banda, les associacions de consumidors demanen a les cadenes un "esforç" per aclarir als espectadors quins canals dels que ara emeten desapareixeran a primers d'any. Demanen concreció de quins canals dels que ara emeten en transmissió simultània no es podran veure a partir del 2015. ■ EP



Amazon i Hachette resolen el seu conflicte

BARCELONA Redacció

La companyia nord-americana Amazon i el grup editorial Hachette han anunciat la firma d'un contracte de diversos anys que posa fi a una de les disputes més grans del món editorial en els últims temps. Encara que no s'han donat els detalls sobre l'acord, les dues parts asseguren estar satisfetes. Hachette podrà establir els preus dels seus e-books, reivindicació clau de l'editorial, que la va enfrontar a la llibreria en línia més gran del món a començaments d'any.●



LLIBRE DIGITAL

Amazon i Hachette arriben a un acord

Amazon i Hachette van anunciar ahir que han arribat a un acord en el dur plet que han mantingut sobre la política de preus del llibre electrònic. Hachette conserva el dret de fixar els seus propis preus i Amazon ofereix incentius perquè els abarateixi. El criteri del repartiment dels ingressos entre venedor i editor, clau del conflicte, no s'ha revelat.



● **La CNMC inicia la segunda fase del análisis de la compra de Canal+**

El consejo de la CNMC acordó, a propuesta de la Dirección de Competencia, el inicio de la segunda fase del análisis de la operación de compra de Canal+ por parte de Telefónica. El regulador, que considera que es preciso estudiar en profundidad la operación, analizará la información disponible y las alegaciones presentadas por los distintos actores del sector para dictar una resolución.



WEBS

Antena 3 posa en marxa un web infantil

Atresmedia, el grup audiovisual liderat per Antena 3, ha posat en marxa el web Neox-kidz.com, amb més de 1.500 capítols de sèries infantils. Incorpora també un apartat preescolar amb continguts específics per a infants de fins a 4 anys. ■ REDACCIÓ



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.
14/11/14	L'ull de Montserrat Tura / Regio7	44	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/11/14	Rebutgem el nomenament d'Eladio Jareño com a director d'RTVE a Catalunya / Sindicat de Periodistes de Catalunya	46	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

L'ull de Montserrat Tura

Viernes, 14 de noviembre de 2014

GEMMA CAMPSMANRESA Montserrat Tura fa anys que va perdre la visibilitat d'un ull. El dret, a la banda on li cau el cabell. Li va causar la pallissa que va rebre en una mobilització per reclamar llibertat, amnistia i estatut d'autonomia. "Els grisos van rebre l'ordre d'estomacar en lloc de detenir". També en va sortir amb costelles trencades i una lesió al sacre. Quan va anar a l'hospital, la Mútua Agropesquària on estava va posar a l'informe que "al ir a dar de comer a las gallinas resbaló y se cayó". Com que el metge es va adonar que els blaus els havien originat sabates i porres i no una gallina, hi va escriure: "doncs, com piquen aquestes gallines!". Llicenciada en Medicina i Cirurgia -des del 2012 exerceix a l'hospital de Palamós-; alcaldessa a Mollet, el seu poble, en quatre mandats, i exconsellera d'Interior i de Justícia pel PSC, la Tura més íntima va repassar alguns episodis de la seva vida en una entrevista davant d'una quarantena de persones celebrada abans-d'ahir al vespre a la sala d'actes del Casino dins el cicle Pessics de vida que organitza la demarcació a la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes. Entrevistada pel periodista Jordi Molet, Tura va parlar del seu passat en una família republicana en què la mare "utilitzava el llenguatge dels llençols" per avisar-los que no s'acostessin a casa perquè hi havia la policia fent preguntes; i dels invents que havien de fer perquè no els espoliessin la collita de blat, com amagar-la per altres cases. "Va durar anys". Va explicar què la va portar a ser alcaldessa (el comentari del marit d'una pacient dient que Mollet era una "merda de poble") i a respondre que sí al president Pasqual Maragall quan li va oferir la conselleria d'Interior. Un sí que va condicionar a parlar, primer, amb la seva filla, aleshores adolescent amb rastes i un xic antisistema. Va fer reflexions molt interessants sobre la seguretat i la justícia i va acabar referint-se, és clar, al procés i al PSC. Del primer en va dir que el que està succeint és el resultat del que va passar amb l'estatut. El govern espanyol hi va escopir al damunt i ara li torna l'escopinada. Del PSC, que el fet que s'hagi apartat del catalanisme ha estat una decepció. A la sortida, qui va voler va poder comprar el llibre de Tura publicat recentment. Compartir a Twitter Compartir a



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Rebutgem el nomenament d'Eladio Jareño com a director d'RTVE a Catalunya

Viernes, 14 de noviembre de 2014

El PP supera totes les cotes de desvergonyiment en el control governamental dels mitjans públics. El Sindicat de Periodistes de Catalunya / Sindicat de Professionals de la Comunicació, considera que el nomenament d'Eladio Jareño, fins ara responsable de comunicació del PPC i assessor personal de la seva presidenta, Alicia Sánchez Camacho, com a nou director d'RTVE a Catalunya no garanteix la necessària independència, neutralitat i objectivitat que la Constitució contempla pels mitjans de comunicació social dependents de l'Estat en el seu article 20. L'SPC ha defensat sempre aquests principis, i especialment des que l'any 1999 el Parlament de Catalunya va fer per primer cop un debat monogràfic sobre l'audiovisual, arran de les queixes expressades per professionals, universitats, experts en comunicació i usuaris per les manipulacions informatives derivades del control governamental dels mitjans públics, tant catalans com d'arreu d'Espanya. Les resolucions d'aquell debat van donar impuls, tot i que amb molts obstacles entremig, a la reforma de les lleis de la CCMA i d'RTVE, que després de molts entrebancs van ser transformades en el sentit de treure el control directe de la gestió als governs de torn, a partir del consens polític a què forçava la necessitat de fer els nomenaments i prendre les decisions per majories qualificades de 2/3. Després de guanyar les eleccions, el PP i CiU van contrareformar aquestes lleis eliminant la necessitat del consens, de manera que es va tornar a la situació anterior, de dependència directa dels òrgans de comandament dels mitjans públics respecte dels governs i també dels partits que els donin suport. Aquesta situació ha permès el nomenament d'Eladio Jareño, qui ja va ocupar aquest càrrec en l'època de José María Aznar com a president del govern central. Ara bé, tot i aquestes premisses, hi ha maneres de guardar les formes per desviar les crítiques a aquesta indiscutible involució. Però davant la situació de crisi política, tant a Catalunya com a Espanya, partits com el PP no s'estan de nomenar càrrecs provinents directament de l'acció política, sense cap vergonya i sense molestar-se a dissimular el més mínim. La majoria absoluta permet aquesta abusos antidemocràtics, però res ha d'impedir la denúncia pública d'una política orientada a furtar el dret de la ciutadania a una informació pública plural i veraç, base de tota societat democràtica, i a substituir-lo pel control governamental dels mitjans públics, que es diuen així perquè són de tots, perquè els finança tota la ciutadania. Els darrers mesos ja hi ha hagut prou mostres i denúncies de la manipulació informativa a RTVE, especialment en relació a la situació política a Catalunya, com perquè aquesta línia s'intensifiqui i contribueixi a incrementar la crispació i el conflicte en la societat catalana. Barcelona, 13 de novembre de 2