



RECULL DE PREMSA

16/12/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

26



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.
16/12/14	GIRONA REBRÀ EL FONS DOCUMENTAL DEL PERIODISTA EMILI CASADEMONT >LA SEVA FAMÍLIA ARGUMENTA QUE NO HA TROBAT RECEPTIVITAT A L'AJUNTAMENT FIGUERENC / SETMANARI DE L'ALT EMPORDA	6	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/12/14	FABIOLA CALVO OCAMPO, Periodista colombiana: "EL COS DE LA DONA S'HA CONVERTIT EN UN CAMP DE BATALLA" / ARA	8	1
16/12/14	SOLIDARIDAD 2.0. 'MARKETING' SOCIAL: MÁS QUE VENDER. / EL MUNDO (ED. CATALUNYA) INNOVADORES	9	2
16/12/14	EL CÀNON AEDE FA DESAPARÈIXER GOOGLE NEWS / ARA	11	1
16/12/14	LA MARATÓ SEGUEIX AL PODI MUNDIAL / ARA	12	1
16/12/14	LAS ASOCIACIONES DE PRENSA RECHAZAN EL CONTROL DEL JUEZ ANDREU A TELÉFONOS DE ABC / ABC (EDICION NACIONAL)	13	2
16/12/14	LA POLÍTICA INFORMATIVA DE RTVE ESTÁ EN MANOS DE UN 'CONSEJO SINDICAL' / EL ECONOMISTA	15	1
16/12/14	BT ROMPE CON TELEFÓNICA Y OPTA POR COMPRAR EE / EXPANSION	16	1
16/12/14	ERDOGAN ATACA LA UE PER CRITICAR LES DETENCIONS DE PERIODISTES / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	17	1
16/12/14	PHIL STERN, EL FOTÓGRAFO DE LAS ESTRELLAS DE HOLLYWOOD / EL PAIS (ED. NACIONAL)	18	1
16/12/14	RETRATS DE LA TRANSICIÓ MANUEL LÓPEZ (1946-2014) FOTÒGRAF / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	19	1
16/12/14	LA MEITAT DELS EDIFICIS CATALANS NO S'HAURAN REANTENITZAT A TEMPS / ARA	20	1
16/12/14	205.000 EUROS POR PRESIDIR RTVE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	21	1
16/12/14	INTERNET, ESA ASIGNATURA PENDIENTE / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	22	1
16/12/14	"QUE SE META EN SUS ASUNTOS", REPLICA ERDOGAN A LA UE TRAS EL ACOSO A LA PRENSA / EL PAIS (ED. NACIONAL)	23	1
16/12/14	VOCENTO VENDE EL 80% QUE TENÍA EN SARENET POR 12,8 MILLONES / CINCO DIAS	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/12/14	INTERECONOMÍA NIEGA EL ATAQUE A LA WEB PR NOTICIAS / LA RAZON	25	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Girona rebrà el fons documental del periodista Emili Casademont

► La seva família argumenta que no ha trobat receptivitat a l'Ajuntament figuerenc

FIGUERES | REDACCIÓ

■ La família del periodista Emili Casademont (Girona 1936-Figueres 2012) ha decidit cedir tot el seu fons documental a l'Arxiu de Girona. L'Ajuntament d'aquesta ciutat ha convocat un acte protocol·lari de recepció per al dia 22 de desembre, en el qual intervindran l'alcalde Carles Puigdemont, Isabel-Clara Simó, Josep Puigbó, Josep Maria Bernils i representants del Col·legi de Periodistes, Ràdio Girona, *Diari de Girona* i la UE Figueres.

El seu fill, Jordi Casademont i Pla, ha agraït "l'interès demostrat per l'Ajuntament de Girona vers l'arxiu del meu pare". Al mateix temps, ha lamentat "que aquest material no s'hagi pogut quedar a Figueres, ja que l'Ajuntament ha demostrat molt poca receptivitat i reconeixement cap a la figura del meu pare".

El periodista Emili Casademont i Comas va morir el 27 de novembre de 2012 a Figueres, a l'edat de 76 anys. Nasqué a Girona el 15 de febrer de 1936, residia des que es va casar a Figueres amb Emília Pla, però la seva llarga i dilatada trajectòria periodística el va portar a viatjar per tot el món, i fins i tot a establir-se durant uns anys al Marroc. Era el col·laborador més antic de *Diari de Girona* des de 1956. La seva carrera periodística va començar a la ràdio als anys cinquanta, on va ser un dels precursors en la recuperació del català. Emili Casademont va dirigir el bisetmanari *9 País* (1977-79) predecessor del setmanari *Hora Nova*, del qual en va ser sotsdirector durant anys.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





FABIOLA CALVO OCAMPO

Periodista colombiana

Lluitadora En una Colòmbia que intenta superar 60 anys de conflicte, treballa per la pau amb la Xarxa Internacional de Periodistes amb Visió de Gènere. El seu programa de televisió 'Ni reinas ni cenicientas' és un referent. Ha visitat Barcelona convidada per Ajuda en Acció

“El cos de la dona s’ha convertit en un camp de batalla”



CRISTINA MAS

El seu programa s’ha convertit en un referent de la informació sobre els drets de la dona.

Sí, com a part de la Xarxa Internacional de Periodistes amb Visió de Gènere. El nostre objectiu és que els mitjans parlin dels drets de les dones, que les dones siguin fonts i que el llenguatge sigui inclusiu i no discriminatori. La majoria de l’equip és molt jove i treballem dins la televisió pública municipal de Bogotà. El Canal Capital abans era totalment desconegut i amb la nova direcció ha tornat a néixer posant l’eix en els drets humans. Vam plantejar que calia donar veu a les dones i ara som un dels programes amb més audiència i que es veu a tot el país.

I com tracten la informació?

Els drets humans i els temes de gènere poden sonar a cosa avorrida, encartonada i pamfletària. Nosaltres ens vam plantejar posar les dones davant la càmera: la dona anònima i la molt coneguda, l’excombatent de la guerrilla i la coronel de l’exèrcit... Necessitem que les dones ens expliquin la seva història, començant per la vida quotidiana. Gravem la dona que es lleva a les tres de la matinada per treballar en el conreu de flors, els seus avenços i també com es vulneren els seus drets. Tractem tota mena de temes, des de la música fins al futbol o les feines de cura. Pel nostre plató hi ha passat l’esquerre, la dreta i el centre.

Per què 'Ni reinas ni cenicientas'?

Perquè volem explicar que no volem súbdits ni manar per sobre de ningú, però tampoc volem ser la Ventafocs. No ensenyem *barbies*, ensenyem dones de debò. Volem dones de veritat, imperfectes i autònoms. La gent jove del canal defensava propostes de nom més agosrades, però els vaig dir que amb el fiscal que tenim ens cauria l’Església a sobre i ens quedariem sense programa a la segona emissió.

En quin punt està la lluita contra el masclisme a Colòmbia?

Ara les situacions de violència es destapen més i hi ha més recursos tant per a la denúncia com per treballar en la prevenció. Estem en un moment interessant, perquè hi ha molts moviments socials que hi treballem. Però si hi ha tot això és perquè el feminicidi és una realitat: a l’Amèrica Llatina com a Espanya. I no és un problema de la cultura occidental: també ho veiem a l’Àsia i a l’Àfrica. Sembla que el feminicidi està de moda. El patriarcat com a sistema de pensament que organitza la filosofia, les lleis i la vida quotidiana és el que impera arreu del món. Ningú se n’escapa.

És en les mentalitats.

Tots portem el nostre petit patriarcat a dins. I és en això que cal treballar cada dia. A Colòmbia s’hi afegeix

un conflicte armat. I en les zones de conflicte la violència sexual és absolutament alarmant. Pot semblar un tòpic, però és una gran veritat: el cos de les dones s’ha convertit en un camp de batalla. Ara s’ha fet una llei, la 17/19, que aborda aquest tipus de violència. Comencem a parlar de feminicidi i hi ha polítiques a nivell local i regional contra la violència de gènere. Costarà dècades, però necessitem una autèntica revolució cultural al cap de la gent. Hem de canviar la manera de relacionar-nos, de sentir, d’estimar, els lligams entre pares i fills, entre mares i filles... Estem mediatitzats per molts anys de violència, que també incideixen en les nostres relacions. Queda molta feina a fer.

Quin paper pot jugar en aquest sentit el periodisme?

El periodisme és un reflex del que viu la societat. Els mitjans de comunicació són una empresa i fabriquen productes que incideixen en la manera de pensar, d’actuar i de sentir de la gent. Poden consolidar una manera de pensar arcaica o bé contribuir a la transformació. Cada empresa ha de decidir. I fa molts anys que tothom va firmar acabar amb tota forma de discriminació, però sembla que no hi ha manera. Els mitjans tenen una responsabilitat social, com qualsevol empresa, i s’ho han de ficar al cap.

Colòmbia avança cap a la pau?

Per a la pau falta molt. El que es pot fer ara, pensant amb un optimisme moderat, és que les FARC i el govern signin un acord per desactivar els actors i factors del conflicte armat. La guerrilla a Colòmbia no neix per un problema econòmic sinó polític: l’acord que es va signar el 1957 precisament a Catalunya, a Sitges, el Front Nacional, de fet va ser un acord per excloure qualsevol opció política que no fos el partit liberal i el partit conservador. Mai ningú ha demanat perdó al poble per la violència dels anys 50.

És optimista?

Ara tenim expectatives en les negociacions de l’Havana: el que ens cal és avançar en la construcció democràtica i que les minories puguin participar en la política del país. Encara no s’han signat els acords i ja estan apareixent altres factors de violència, com el problema de la mineria, que va lligat al paramilitarisme. El nostre canal està amenaçat. Sóc moderadament optimista. Un cop signats els acords vindran moments difícils: els grups armats, els paramilitars i l’extrema dreta estan a l’espera. Ja hem vist abans com eren assassinats els dirigents que havien signat la pau. No sabem què farà l’estat, ni la resposta social. Nosaltres seguirem treballant per la pau, que es construeix posant un maó sobre l’altre. —



Fabiola Calvo Ocampo és la coordinadora a Colòmbia de la Xarxa Internacional de Dones Periodistes. RUTH MARIOT

un llibre

‘PEDRO PÁRAMO’, DE JUAN RULFO

un personatge



POLICAR PA SALA-VARRIETA

una ciutat

BOGOTÀ

**> PREVISIÓN Y TEMPERATURA**

Momit ha lanzado una *app* basada en su dispositivo *wifi* inteligente que permite detectar la previsión meteorológica y adaptar, automáticamente, la temperatura, generando ahorros del 30% en el consumo energético. La *app* incorpora un sistema de geolocalización, gracias al cual controla la presencia de personas en el hogar, estableciendo una temperatura de confort.

> MYSTIC BOX BUSCA FINANCIARSE

Permanece abierta la campaña de 'crowdfunding' en Indiegogo para financiar Mystic Box, un equipo de música de alta fidelidad inspirado en la obra de Kasimir Malévich, un producto fabricado con más del 60% de materias primas recicladas y a menos de 50 km de su sede.

**> TENDENCIA**

Solidaridad 2.0

El poder de difusión que tienen las redes sociales ha llevado a las organizaciones humanitarias a enfocar sus campañas para el público 'online' y aprovechar el impulso de la viralización. Por **Patricia Fernández**

VIENE DE PÁGINA 1

Daniel Losada y Pablo del Palacio han creado con Trip-drop algo que no existía a través de su propia necesidad: «Nosotros cuando íbamos a viajar nos interesamos por cómo podíamos ayudar a la comunidad del país, qué podíamos llevarles de España, pero cuando buscamos en internet vimos que no había ninguna plataforma dedicada a dar esta información», comenta Daniel Losada.

Una peculiaridad es que los proyectos de Trip-drop no piden dinero, sólo tiempo y espacio en la mochila: «El dinero no está presente en la plataforma, está fuera de nuestra filosofía, ya que nuestro objetivo es que los viajeros ayuden a estos centros de países necesitados con objetos o servicios que están fácilmente a nuestro alcance», comentan los fundadores, quienes aseguran también que las redes sociales han sido esenciales para el desarrollo de la plataforma: «De hecho, nos ve más gente a través de seguimos y compartir en Facebook que directamente por la página web *Trip-drop.com*, así que las redes sociales son la forma de

dar a conocer las necesidades que tienen los centros para conectar con potenciales viajeros solidarios».

Las historias que surgen de Trip-drop también se recogen en la web: «Los viajeros a menudo cuentan que los ciudadanos que reciben la ayuda están muy agradecidos, les enseñan la aldea, la escuela y muchas veces acaban en una fiesta o incluso la boda de algún vecino», concluye Losada.

La viralización de las campañas solidarias son una nueva forma de difusión que las organizaciones no dejan pasar por alto, como es el caso de Amnistía Internacional, que gracias al fenómeno *online* de la difusión han conseguido firmas y donaciones para evitar injusticias como lapidaciones, pena de muerte o pobreza extrema: «Nuestras ciberacciones no actúan solas, siempre van ligadas a todo un trabajo de concienciación también fuera de internet», cuenta Miguel Ángel Calderón, responsable de comunicación de Amnistía en España, sobre el funcionamiento de sus ciberacciones: «Lanzamos unas 50 ciberacciones a las redes so-

Bajo estas líneas, imagen del proyecto de Trip-Drop para conseguir cabras para una tribu de viudas masaai en Tanzania.



**> INVERSIÓN INTERNACIONAL**

Ésta es la última semana -hasta el 21 de diciembre- para presentar la candidatura de tu empresa para el evento Grow-Up Spain del próximo febrero, un formato innovador que facilita a *start up* españolas que ya hayan mostrado tracción y que estén en fase de escalar su negocio a nivel internacional, el acceso a inversión internacional (*business angels, family offices, venture capital*).

**> CAPRABO MÁS EFICIENTE**

Los supermercados Caprabo de nueva generación reducen un 20% el consumo de energía con iniciativas como el control del frío industrial gracias al cierre de las puertas de los murales de frío, los modelos más eficientes de luces y el control automático de la iluminación.

> CLASES PARTICULARES A MEDIDA

TusMedia ha lanzado ClassGap, una plataforma avanzada de clases virtuales donde el alumno es quien decide cuándo y con qué profesor realizará la clase particular de la materia que precise.

Se pueden encontrar lecciones de idiomas con profesores nativos, matemáticas, programación, oposiciones o diseño.

ciales cada año, pero lo importante es que las firmas y donativos que consigamos se destinen a un cambio real; nosotros nos comprometemos a utilizar las firmas para presionar a los gobiernos e instituciones pertinentes, hacer lo que haga falta para conseguir que el objetivo de la campaña por la que todos hemos luchado se consiga».

Además de las ciberacciones, Amnistía Internacional lanza mediante sus redes sociales 350 acciones urgentes debidas a alguna emergencia, como los desastres naturales que arrasaron ciudades enteras. La difusión masiva es fundamental, pero tal como comenta Miguel Ángel Calderón, nadie tiene la clave de la viralidad: «Nunca se puede saber, pero por nuestra experiencia, dan mejor resultado las campañas que buscan conseguir un objetivo concreto a corto plazo, y las que van destinadas a personas concretas con nombres y apellidos parece que llegan mejor a la gente».

Twitter y Facebook son las redes sociales que más utilizan las empresas y organizaciones para difundir sus mensajes en España.

enfocada a la creación de piezas audiovisuales: «Damos mucha importancia al ciberactivismo; mediante internet y las redes Twitter y Facebook pedimos que nuestros seguidores expresaran visualmente qué es para ellos el activismo, tuvo muy buena acogida», comenta Esteve, quien coincide con Amnistía Internacional en que las campañas para un objetivo concreto a corto plazo son más efectivas, y no duda de la importancia de la viralización: «Ayuda que se trate de una emergencia que se ha difundido en los medios de comunicación y la gente está siguiendo, además de utilizar personalidades influyentes, como hicimos en nuestra campaña *El café que te ayuda a dormir mejor* donde tuvimos la colaboración de Melanie Olivares, Álex Gadea, Mikel López Iturriaga y Ana Morgade».

Otros proyectos solidarios que no nacen en Internet han adaptado las redes sociales a su organización, como es el caso de *La Marató* de TV3, que consiguió recaudar este pasado domingo casi nueve millones de euros.

> SOLIDARIDAD

‘Marketing’ social: más que vender

Alumnos de Esade trabajan con ONG para difundir sus proyectos y ayudarlas a ganar donantes con campañas virales y de concienciación. Por **Andrea Pelayo**

Se on jóvenes y saben perfectamente cómo usar las redes sociales. Y no lo dudan: si se trata de llegar al corazón de las personas, a través de los *social media* se puede conseguir su atención y su tiempo, por lo que lanzar una campaña con fines sociales en estos medios puede resultar un éxito total.

Le ha sucedido a Gemma Malla, estudiante de tercer curso de Administración y Dirección de Empresas en Esade, quien cursa la asignatura optativa de social marketing, en una campaña para ayudar a difundir la tarea de ONG como Fundación Josep Carreras, el Banc de Sang, el Proyecto DIDáctica o Arrels y de paso conseguir captar nuevos donantes a sus causas.

Malla y un equipo de ocho alumnos eligieron dar a conocer DIDáctica, una asociación promovida por los padres de quienes padecen DID (Dificultad Intelectual y de Desarrollo) moderado. Y los resultados no han podido ser mejores.

«Teníamos unos meses para desarrollar la campaña y una semana y poco para difundirla», explica Malla, quien diseñó junto a sus compañeros una campaña viral bajo el hashtag *#DIDmyselfie*. Su vídeo -donde animaban a hacerse *selfies* con el símbolo más, para reivindicar que se sumaban a la causa- acumuló más de 3.000 visionados en una semana y consiguió las *autofotos* de famosos como Mónica Terribas, Carlos Latre o Dídac Lee. En total, calculan que se habrán subido más de 600 *selfies* a Instagram y 800 a Facebook, además de una cifra algo menor en Twitter. «No nos esperábamos esta re-

puesta porque nunca se sabe cómo va a reaccionar la gente, pero se han identificado con el derecho de estos niños a una formación adaptada a sus necesidades», admite Malla, convencida de que «internet es un canal excelente donde no sólo podemos poner banalidades sino también difundir temas muy relevantes».

Pero no sólo de redes sociales viven las campañas de *marketing* de causas solidarias. El equipo de Martí Corbera ha ayudado a la Fundació Josep Carreras a conseguir 74 nue-

vos registros de donantes de médula, más del doble de lo pedido por la asociación. «El 60% de nuestro trabajo, de hecho, no se ve porque fue de estrategia, de ver qué era lo que necesitaban realmente», dice Corbera.

Y lo que la fundación necesitaba, precisamente, era conocer de más cerca a sus posibles donantes y ver qué les impedía dar el paso. Mediante encuestas, el equipo descubrió que había miedo a quedar paralítico tras donar, una falsa creencia alejada de la realidad. En palabras de Corbera, «los riesgos son los de una sedación normal, por lo que movimos toda la campaña alrededor de esto». Hicieron charlas formativas a profesores y personal de servicio del campus de Esade en Sant Cugat y los ayudaron a romper tabús. Luego, reforzaron el conocimiento de la causa con carteles, un anuncio y un punto de información.

Las notas de los estudiantes dependían de los resultados de las campañas -éxitosas también en el caso de Arrels y el Banc de Sang, que consiguió 90 donaciones. «El proyecto va mucho más allá de una asignatura», cree Malla, mientras Corbera apunta a la satisfacción de ver cómo el trabajo del cuatrimestre «tiene sentido». Un sentido social que humaniza el *marketing*. No se trata sólo de vender.



En Oxfam Intermón tienen claro que cada red social es más pertinente según el objetivo del mensaje, tal como cuenta Ferran Esteve, responsable en redes sociales de Intermón: «Twitter es más informativo, la gente lo utiliza mucho para informarse de los titulares, así que para la difusión de las campañas de urgencia es el canal más efectivo, mientras que Facebook es más empático y nos sirve para comunicarnos de una forma más extensa y cercana con la gente, y profundizar más».

En Oxfam Intermón se han lanzado campañas enfocadas a los usuarios de las redes, como *Ábrenos los ojos, tienes #40segundos*,

Sobre estas líneas, una de las campañas participativas más recientes de la organización Oxfam Intermón.

Con 22 ediciones más a sus espaldas, Begoña García, jefa de comunicación de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales, destaca la importancia de las redes sociales para la labor de difusión: «El programa televisivo se hace en diciembre, pero *La Marató* está viva todo el año. Las redes sociales nos sirven para contar lo que estamos haciendo a cada momento».

La edición de este pasado domingo se nombró en Twitter 39.581 veces, su página de Facebook ya ha sumado 202.439 *me gustas* y su perfil de Instagram abierto en la última edición tiene ya 2.405 seguidores: «Las redes sociales nos ayudan a llegar a más gente. Eso quiere decir concienciar sobre las enfermedades que tratamos y, en muchos casos, conduce a hacer un donativo», concluye García.



El 'showman' Carlos Latre se unió al reto del equipo de Gemma Malla para ayudar a difundir el Proyecto DIDáctica.



El cànon Aede fa desaparèixer Google News

El servei d'agregació de notícies deixa de funcionar a Espanya a partir d'avui

JUDIT MONCLÚS
BARCELONA

El servei de Google News a Espanya passa avui a la història. La llei de propietat intel·lectual, que entrarà en vigor l'1 de gener i que comportarà que els agregadors de notícies hagin de pagar una quota als editors de diaris a canvi d'indexar les seves informacions, ha portat el gegant tecnològic a prendre aquesta decisió. "Quan els usuaris accedeixin a Google News seran redirigits a un centre d'ajuda que els explicarà els motius del tancament i que els donarà la possibilitat d'accedir a altres versions internacionals", va informar a aquest diari Anaïs Pérez, cap de comunicació de Google per a Espanya i Portugal, sobre què passarà a partir d'avui.

Per l'Associació d'Editors de Diaris Espanyols (Aede) la desaparició de Google News "no és una bona notícia", tal com va explicar a l'ARA José Gabriel González Arias, director general de l'entitat. Al mateix temps, però, va afirmar que "és lògic" que la llei "protegeixi els drets dels editors". "El que no és lògic és que s'agreguin els textos de manera gratuïta", va afegir. I és que la qüestió econòmica és la que ha centrat principalment el debat arran de la notícia del tancament del servei a causa de la nova llei. La companyia tecnològica recordava la setmana passada que el pagament de la quota que estableix la llei -batejada com a cànon Aede- és "insostenible", ja que Google News "no genera ingressos" perquè no mostra publicitat i el servei només "redirigeix els usuaris als mitjans de comunicació, cosa que permet que aquests mitjans rebin visites de les quals obtenir rendibilitat econòmica". Tot i això, González Arias dubta que aquesta afirmació sigui totalment certa i apel·la als ingressos que la companyia pugui tenir a través d'aquest servei mitjançant "la publicitat incrustada" a la plataforma informativa. Al mateix temps, l'Aede considera que el tancament de Google News a l'estat espanyol

"no equival al tancament d'un servei més, per la seva posició dominant al mercat" i, augurant que la decisió de Google "tindrà un impacte negatiu en els ciutadans i les empreses espanyoles", l'associació demana la intervenció de les màximes autoritats europees en la matèria perquè la desaparició del servei "no perjudiqui els usuaris de la xarxa". González Arias mostra la seva preocupació perquè, aprofitant la posició dominant que té a internet, Google pugui deixar de ser neutral i a partir d'ara "alteri l'algorisme de cerca i penalitzi la indexació de les notícies". Sobre aquest tema, Google ha advertit que el tancament del servei de notícies no afecta el cercador ni res que tingui a veure amb el seu entorn, ja que "queda fora de la llei de propietat intel·lectual, que només fa referència als agregadors de notícies".

La FAPE, en contra de la nova llei

La Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya (FAPE) qualifica de "mala gestió" la reforma del govern espanyol a la llei de propietat intel·lectual. L'entitat considera que l'executiu de Rajoy "no ha tingut en compte que es conjugui de manera harmònica els drets dels autors i creadors amb els dels usuaris i el desenvolupament de la innovació". A més, creu que la decisió d'imposar una quota "irrenunciable" als editors suposarà "una caiguda estrepitosa del trànsit de les edicions electròniques" i instales parts a "establir una negociació de la mateixa manera que s'ha dut a terme en altres països de l'entorn europeu que sigui satisfactòria per a tothom".

Espanya serà el primer país que es quedarà sense Google News, malgrat els intents d'altres països europeus. El més recent, el 2013, quan els editors francesos van arribar a un acord amb Google segons el qual la companyia aportaria 60 milions d'euros a un fons destinat a "facilitar la transició de la premsa cap al món digital". A canvi, Google tindria llibertat per enllaçar qualsevol contingut dels mitjans sense haver d'afrontar cap pagament extra. —



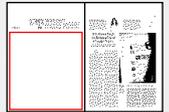
Espanya és el primer país que es queda sense Google News pel cànon que imposa la llei de propietat intel·lectual.

RUTH MARIÓ

Menéame es planteja el trasllat fora d'Espanya

La llei de propietat intel·lectual, que entrarà en vigor a partir de l'1 de gener, no afecta només Google News. Altres serveis d'agregació també hauran de pagar el cànon establert. Benjamí Villoslada, un dels impulsors de Menéame.net, ha explicat a l'ARA que es planteja el trasllat de la plataforma fora d'Espanya. "Si ens demanen pagar aquest cànon farem números per veure si ens traslladem o anem a judici", assegura Villoslada, que considera que la llei "es carrega el dret de cita a internet". Segons les seves dades, en alguns casos el servei d'agregació de notícies feta pels mateixos usuaris de Menéame confereix més trànsit a determi-

nats mitjans menys coneguts pel gran públic. "Si no hi fóssim, perdrien visibilitat llocs web alternatius", assegura Villoslada. Pel que fa a la postura de l'Aede de no cedir en l'obligatorietat de pagar el cànon de la nova llei, Villoslada l'ha qualificada de "dèspota", al mateix temps que ha expressat la seva indignació pels errors existents en el plantejament del cànon: "S'haurà de pagar per fer públiques unes notícies que ja ho eren". Villoslada també confia que Menéame s'acabi considerant una xarxa social i no un agregador i així no haver d'acatar una llei que espera "que caigui per les lleis europees o per un canvi de govern".



La Marató segueix al podi mundial

L'edició d'enguany ha batut el rècord d'activitats i podria tancar a l'entorn dels 11 milions recaptats

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

8.864.016 euros. Aquesta és la quantitat que indicava dilluns a la 1.00 de la matinada el marcador de *La Marató*, després de 17 hores de programa entre ràdio i televisió. Però la xifra continuarà creixent fins al 31 de març, i podria arribar a situar-se a l'entorn dels 11 milions d'euros si es manté la tendència dels dos últims anys. Amb tota probabilitat, doncs, aquesta edició del programa se situarà en el tercer lloc del rànquing de les que més han recaptat: la segona plaça sembla massa llunyana –caldria incorporar gairebé tres milions més al marcador– però, en canvi, està a només 64.000 euros de superar la del 2011, que fins ara és tercera.

En qualsevol cas, *La Marató* de TV3 es mantindrà, un any més, entre les tres campanyes que més diners recapten al món en proporció als habitants del seu territori. Tenint en compte només la quantitat recollida diumenge, cada català hi ha aportat de mitjana 1,18 euros, però és probable que s'acabin superant els 1,24 de França. Xile, amb 2,06 euros per habitant, encapçala la classificació.

«La valoració és molt positiva. Que aquests tres últims anys, en què hi ha hagut una de les crisis més fortes dels últims temps a Catalunya, siguin els anys amb la recaptació més alta és molt significatiu», reflexiona va dir en declaracions a l'ARA el president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i de la Fundació *La Marató* de TV3, Brauli Duart. I afegia: «El més positiu és que a partir del novembre això acabarà a les mans dels investigadors, des del primer euro fins a l'últim». En la seva opinió, «una part important de l'èxit de *La Marató* es deu al fet que la gent té la percepció que cada euro que hi posa estarà ben utilitzat».

Segons Duart, a l'entorn d'aquesta edició del programa s'han organitzat «més de 2.300 activitats populars» arreu de Catalunya, cosa que suposa un rècord històric i demostra que «la societat catalana ha assumit com a pròpia» la iniciativa de la Corporació.

«Una sacsejada extraordinària»

«Presentar *La Marató* és una sacsejada extraordinària, no només per les històries que vius directament sinó perquè t'adones de com es mobilitza la gent quan hi ha un objectiu



EL MARCADOR FINAL

Faltaven pocs minuts per a la una de la matinada quan Mònica Terribas i Quim Masferrer van prémer per última vegada el pulsador per actualitzar el marcador de *La Marató*. Fins llavors s'havien recaptat prop de 8,9 milions d'euros, però la xifra encara seguirà augmentant fins al 31 de març i podria situar-se per sobre dels 11 milions. TVC



Agraïment
«La paraula que més vaig sentir és 'gràcies'», diu Quim Masferrer

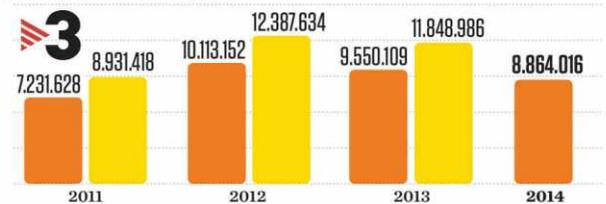
clar», diu Mònica Terribas, que va presentar el programa al costat de Quim Masferrer. La periodista afirma que «totes les entrevistes dels testimonis van ser una gran experiència humana», però n'hi ha una que la va impactar especialment, la de l'Anna Bertran i el seu marit, que havien perdut un fill per una mort sobtada: «Ja vaig dir en directe que no la voldria haver fet. Em va fer trencar, no em sé imaginar aquest dolor. Els agraïxo infinitament que fossin allà, perquè jo no n'hauria sigut capaç», diu Terribas.

Per la seva banda, Masferrer assegura que l'experiència va ser «extraordinària» i que es va sentir «molt a gust» tot i trepitjar «un terreny totalment diferent» del món de l'humor i en què no està acostumat a moure's. «*La Marató* va més enllà d'un programa de televisió, és una estructura d'estat», diu, i posa d'exemple el seu poble, Sant Feliu de Buixalleu, que tot i tenir 700 habitants va recaptar 6.000 euros. «La paraula que més vaig sentir diumenge és *gràcies*. És el dia de les *gràcies*», resumeix Masferrer. —

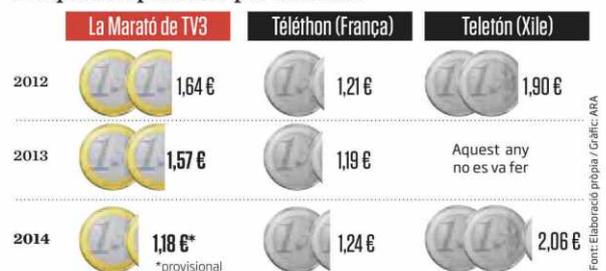
Les xifres de La Marató

En euros Marcadors final
Total edició

Les últimes edicions



Les que recapten més per habitant



Font: Elaboració pròpia / Gràfic ARA



JAIME GARCÍA

El magistrado Fernando Andreu, ayer, a las puertas de la Audiencia Nacional

Las asociaciones de prensa rechazan el control del juez Andreu a teléfonos de ABC

► La FAPE: «Se ha podido atender contra los principios más básicos del periodismo»

J. P./S. E.
MADRID

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) consideró ayer «inaceptable» la decisión de Fernando Andreu de controlar los teléfonos de dos periodistas de ABC a raíz de que publicaran una exclusiva sobre la vinculación entre el extesorero del PP Luis Bárcenas y la Camorra italiana. En similares términos reaccionó la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), para la que el magistrado de la Audiencia Nacional «puede incurrir en una conculcación de la libertad de información si, como consecuencia de tales actuaciones, se ha vulnerado el derecho al secreto profesional de los informadores».

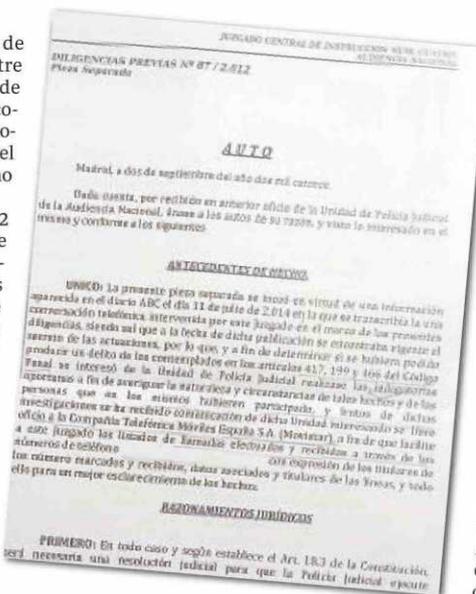
Tal y como informó ayer este periódico, el titular del Juzgado Central de Instrucción número 4 de la Audiencia Nacional, Fernando Andreu, pidió a Movistar todos los datos telefónicos de los periodistas Cruz Morcillo y Pablo Muñoz, desde el 1 al 11 de julio, tras abrir una pieza separada el día 14 de ese mes por posible revelación de secretos. El magistrado incoó esa pieza secreta después de publicar ABC tres

días antes, el 11 de julio, parte de una conversación telefónica entre Ciro Rovai, presunto miembro de la Camorra napolitana, con un conocido suyo en la que hablaban sobre Luis Bárcenas, extesorero del PP, sin citarlo por su nombre, sino solo por su cargo.

En un auto dictado el pasado 2 de septiembre, el magistrado de la Audiencia Nacional pidió el listado de las llamadas telefónicas y la identidad de todos los que se comunicaron por esa vía con los periodistas Cruz Morcillo y Pablo Muñoz. Después de levantarse el secreto de sumario, esa información sobre el tráfico de llamadas que los dos redactores generaron habría acabado, sin ningún filtro ni reserva, en manos del abogado defensor de Luis Bárcenas, Javier Gómez de Liaño. Hay que destacar que este abogado ya se había querrelado contra los dos profesionales de ABC y su Director, Beito Rubido, por la citada información sobre su cliente.

Secreto profesional

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) consideró ayer que el rastreo ordenado por el magistrado Fernando Andreu de las conversaciones que mantuvieron los dos periodistas desde sus móviles «puede atacar a la libertad de infor-



de que esa información sobre las llamadas está ahora en poder de la defensa» del extesorero del PP. La revelación de los datos sobre las llamadas de ambos profesionales «puede descubrir a sus fuentes, con lo que no se respetaría el secreto profesional».

Por todo ello, quiso expresar «su más enérgica protesta ante unos hechos que pueden atacar contra los principios más básicos del periodismo». Además, recordó «una vez más» que «sin periodistas no hay periodismo y sin periodismo no hay democracia».

En muy similares términos se expresó la APM, para quien «la decisión del juez Fernando Andreu de someter a dos periodistas de ABC a una investigación sobre las conversaciones que mantuvieron desde sus teléfonos móviles puede incurrir en una conculcación de la libertad de información si, como consecuencia de tales actuaciones, se ha vulnerado el derecho al secreto profesional de los informadores».

«La revelación de estos datos –reiteró la Asociación de la Prensa de Madrid– puede dar a conocer las fuentes de los periodistas, por lo que, si así fuera, el secreto profesional quedaría to-

Petición de las llamadas Auto en el que Andreu solicitaba el listado de quienes se comunicaron con los periodistas de ABC

mación si como resultado de esa investigación se ha vulnerado el derecho al secreto profesional de los periodistas». La FAPE muestra especial preocupación ante la «circunstancia



Apoyo a la libertad de expresión

Investigación «inaceptable»

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) consideró que la investigación de Andreu sobre las conversaciones de dos periodistas de ABC desde sus móviles es «inaceptable», entre otros motivos, porque «puede atacar a la libertad de información si como resultado de esa investigación se ha vulnerado el derecho al secreto profesional».

Sin periodismo no hay democracia

Asimismo, la Federación expresó «su más enérgica protesta ante unos hechos que pueden atentar contra los principios más básicos del periodismo». Además, recordó que «sin periodismo no hay periodismo y sin periodismo no hay democracia».

Derecho al secreto profesional

En sintonía con la FAPE, la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) advirtió de que

la decisión de Fernando Andreu «puede incurrir en una conculcación de la libertad de información si, como consecuencia de tales actuaciones, se ha vulnerado el derecho al secreto profesional de los informadores».

Proteger las fuentes

«La revelación de estos datos – añade preocupada la APM – puede dar a conocer las fuentes de los periodistas por lo que, si así fuera, el secreto profesional quedaría totalmente desvirtuado, en una clara vulneración de la libertad de información».

No hay delito de revelación

«Lo reprobable – concluye la APM – no es que los periodistas difundan las noticias que reciben, si no que, en su caso, alguien se las dé incumpliendo el deber de sigilo. El secreto sumarial, en definitiva, es difícilmente vulnerable sin la colaboración explícita de quienes deben protegerlo».

talmente desvirtuado, en una clara vulneración de la libertad de información».

Cuando Fernando Andreu ordenó el rastreo de los teléfonos móviles de los dos periodistas de ABC, investigaba un supuesto delito de revelación de secretos, que, en opinión del magistrado, se habría cometido tras la publicación por este periódico del contenido parcial de la comunicación telefónica que mantuvo en abril de 2013 un mafioso detenido en la «operación Tarantela» contra clanes de la Camorra napolitana con otra persona, a la que comentó sus conversaciones con Bárcenas antes de que éste ingresara en prisión.

Al no ser este delito competencia de la Audiencia Nacional, la Fiscalía pidió al magistrado que se inhibiera a favor de los juzgados ordinarios, con lo que el caso está ahora mismo en los juzgados de Plaza de Castilla.

No hay delito de revelación

La APM rechazó «rotundamente» que los dos redactores de este periódico hayan incurrido en un delito de revelación de secreto sumarial. «Tanto si el secreto tiene por objeto hacer posible la investigación y el acopio de prue-

bas, como si se justifica por la protección de la presunción de inocencia de los encausados, lo reprobable no es que los periodistas difundan las noticias que reciben al respecto, sino que, en su caso, alguien se las dé incumpliendo el deber de sigilo». Así pues, prosiguió en su comunicado, el secreto

sumarial, en definitiva, es difícilmente vulnerable sin la colaboración explícita de quienes deben protegerlo».

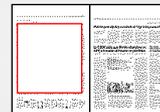
Confidencialidad

«El periodista puede y debe dar a conocer cualquier información que sea veraz y de interés general,

al mismo tiempo que tiene el deber de garantizar la confidencialidad de las fuentes de información», concluyó la APM.

Fuentes jurídicas consultadas por ABC también dudan de que la actuación del magistrado haya sido correcta en este caso por su desproporción, ya que la escucha publicada no afectaba a la investigación del juez sobre la Camorra y fue publicada solo cuando los detenidos ya estaban a disposición judicial. Además, hay que recordar que puso en libertad a 31 de los 32 detenidos, si bien luego la Sala revocó dos de esas órdenes.

APM
«El periodista puede y debe dar cualquier información veraz y que sea relevante»



La política informativa de RTVE está en manos de un 'consejo sindical'

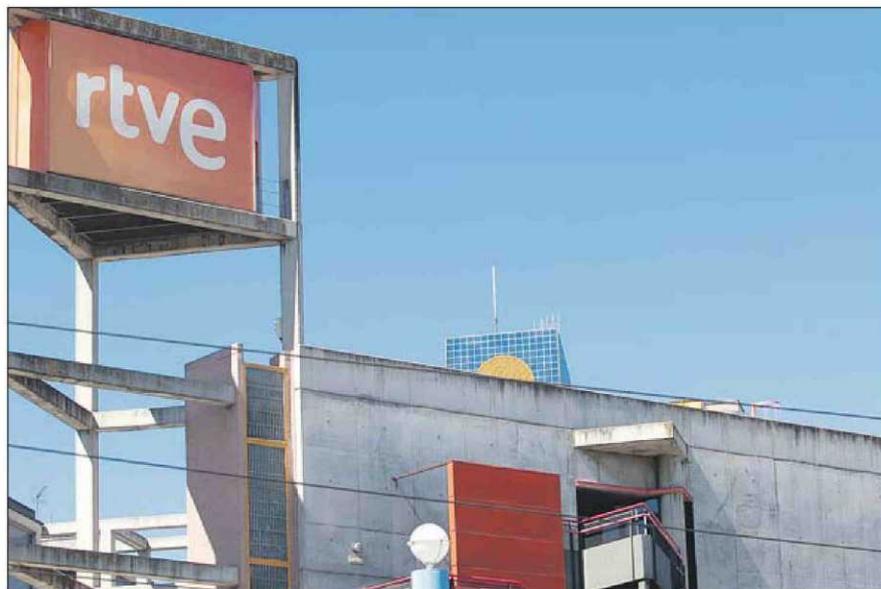
Echenique dio poder editorial al Consejo de Informativos para evitar protestas

Á. Semprún MADRID.

El Consejo de Informativos de RTVE, cuyos componentes son miembros destacados de CCOO y UGT, ha ido ganando cuotas de poder en el seno de la redacción de radio y televisión desde que Leopoldo González Echenique llegó a la presidencia de la Corporación. El Consejo, que ha sido descrito por miembros de la plantilla como un "comisariado político de izquierda" abrió una guerra ideológica contra la dirección de la RTVE cuando ganó el PP las elecciones. Las críticas, las protestas y las acusaciones constantes de manipulación llevaron a Echenique a acercar posturas con este colectivo con el objetivo de lograr "una paz social" y el apoyo de los sindicatos para firmar el III Convenio Colectivo, que incluía un ajuste salarial de 28 millones de euros. El acuerdo al que llegó Echenique pasaba por pactar con el Consejo el contenido de los informativos y ceder a alguna de las exigencias de ceses y nombramientos.

El primero en pactar con el Consejo fue Julio Somoano, exdirector de Informativos de TVE, según explican fuentes de la plantilla. Nada más aterrizar, el periodista negoció nombramientos y línea editorial con los sindicalistas para tratar de neutralizar los ataques. Entre los puestos pactados se encuentran los de algunos corresponsales y jefes de sección. Somoano, que intensificó la relación con el Consejo elegido en 2013 (alguno de ellos estaba en el anterior) logró así que rebajaran la tensión sobre la redacción de televisión. Desde el nombramiento de José Antonio Álvarez Gundín, el Consejo se ha mostrado muy crítico contra el directivo y ha lamentado la salida de Somoano.

Mientras en TVE reinaba la "paz social", en la radio se dio una escalada de tensión que terminó con la destitución de Manuel Ventero como director de Radio Nacional de España (RNE). Fuentes de la plantilla relatan que Ventero se negó a pactar contenidos y cargos con el



Sede de RTVE en Prado del Rey. NACHO MARTÍN

Los miembros del Consejo de Informativos

■ El Consejo de RNE:

Juan Yeregui, Esperanza Martín, Rubén Alonso, Eduardo Sanz, Santiago Valiño, Nicolás Caballero, Marc Guasch y Alejandra Martínez.

■ El Consejo de TVE:

Alejandro Caballero, Xabier Fortes, Manuel Aguilar, Marga Gallego, Inmaculada León, Alatzne Maturana, Luisi Mota, Irene Mozo, Eduardo Mollor, José Ramón Patterson, Teresa Rodríguez y Josefa Rodríguez.

Consejo por lo que este órgano inició una serie de protestas que llevaron a Echenique a plegarse a sus deseos. "El ya expresidente cedió

eso empujó a los miembros del Consejo que ahora influyen en los contenidos". Así, Echenique, inmerso en el proceso de ajuste, cede y llega a un acuerdo con el Consejo y UGT en julio de 2013 para pactar el nombramiento del nuevo equipo y los contenidos en RNE.

Ventero fue sustituido por Alfonso Nasarre; Pedro Carreño, exdirector de Radio 5, fue destituido en favor de Chema Forte, que ha ocupado puestos de dirección con los gobiernos del PSOE; y Carlos Garrido, entre otros, fue sustituido por Miguel Ángel Domínguez, al frente de 24 Horas. "Echenique les dejó hacer lo que quisieran, les dió puestos importantes, pactaron con ellos los contenidos y se fijaron pluses", explican fuentes directivas.

La nueva dirección de RTVE da por perdida a la radio, donde, según denuncian, se ejerce "una presión máxima sobre trabajadores no afines", pero ha iniciado una serie de maniobras para tomar el control de la TVE. Así, nada más aterrizar, Gundín destituyó a los jefes de In-

ternacional, Sociedad y Cultura y los sustituyó por algunos de los que fueron víctimas de la purga de RNE, como Alejandro Alcalde. "En TVE se están dando los pasos para que los contenidos de los informativos se dejen de tomar en asamblea, lo que se ha traducido en una revolución en la redacción", aseguran fuentes no oficiales de la Corporación.

Ante estas declaraciones, fuentes del Consejo aseguran que "no tienen ninguna competencia ni entran en el ámbito laboral, por lo que no intervienen en esta materia ni entran a opinar sobre dichos temas".

En las últimas elecciones al Consejo, CCOO hizo un gran desembarco y envió un email a los trabajadores de informativos para que votaran a sus candidatos "recomendados". Otros sindicatos como SI han criticado el viraje político que estaba tomando el Consejo. "Solo defiende los intereses de los profesionales de la información desde una perspectiva política determinada. Solo critica a quienes políticamente les conviene", denuncian.

La Corporación compra los Juegos de Brasil por 57 millones

Á. S. MADRID.

RTVE reserva 57 millones de euros para pagar los Juegos Olímpicos que se celebran en Brasil en 2016. La Corporación tiene compromisos audiovisuales por unos 400 millones de euros de cara a los próximos años, un montante que incluye los fondos destinados a comprar los derechos de emisión de los Juegos y una serie de acuerdos con las grandes distribuidoras norteamericanas para adquisición de películas y serie. Esta partida, que supone el 16 por ciento de los compromisos asegura cine hasta 2020.

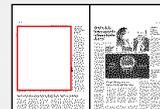
Mientras que el volumen de compromisos audiovisuales se mantiene, el coste de emisión se ha reducido hasta los 228 millones entre 2011 y 2013. Esta política de austeridad se tradujo en un descenso radical de la audiencia y de cara a 2014 se elevó. Se cerrará el año con 297 millones.

La radiotelevisión desmantela la dirección de Marketing

Á. S. MADRID.

La dirección de Marketing de RTVE ha sido una de las afectadas por el plan de ajuste puesto en marcha por el nuevo presidente José Antonio Sánchez. A la salida de la radiotelevisión de Marta Abad, directora externa que estaba al frente de Marketing, se ha sucedido el demantelamiento del departamento, aunque no se ha despedido a nadie más.

Así, diez empleados han ido a reforzar el departamento de Comercial, tres han pasado a formar parte del departamento de Comunicación, que dirige Manuel Ventero, y se encargarán del desarrollo de la imagen corporativa y el resto de los empleados están en televisión.



BT rompe con Telefónica y opta por comprar EE

SOCIO MÓVIL/ El grupo británico ofrece 12.500 millones de libras en efectivo y el 16% de su capital, a Deutsche y Orange.

Roberto Casado, Londres

BT anunció ayer que ha decidido abrir negociaciones exclusivas con Deutsche Telekom y Orange para comprar su filial británica conjunta EE, dejando de lado la opción de adquirir O2 al grupo español Telefónica.

El precio que BT está dispuesto a pagar por EE asciende a 12.500 millones de libras (15.750 millones de euros), valoración algo por encima de lo que preveían los analistas.

Como contraprestación, Deutsche y Orange recibirán dinero en efectivo y acciones de BT. La compañía alemana pasará a tener un 12% del antiguo monopolio británico de telefonía y tendrá derecho a nombrar un consejero. Orange asumirá un 4% del capital.

Se espera que Telekom, que cuenta con el Gobierno alemán en su accionariado, retenga a largo plazo su participación en BT. La francesa Orange, por el contrario, podría ir vendiendo progresivamente los títulos de la empresa de Reino Unido.

El 16% de BT que recibirán las dos operadoras europeas tiene un valor bursátil de unos 5.300 millones de libras, por lo que deberán cobrar, además, 7.200 millones en metálico para completar la valoración de EE. Esta operadora es filial al 50% de Deutsche y Orange, que hace cuatro años fusionaron sus negocios de móviles en Reino Unido.

La compañía gala, que está en proceso de adquisición de la operadora española Jazztel, percibirá en efectivo la mayor parte de su contraprestación por el 50% de EE.

Las alternativas de César Alierta

HUTCHISON

La firma de Hong Kong controla el cuarto operador británico de móviles (con la marca 3) y ha dicho estar dispuesto a comprar la empresa que no alcanzara el pacto con BT. Ya adquirió a Telefónica su filial irlandesa. Pero Hutchison no tiene telefonía fija, que es lo que busca O2 en Reino Unido para hacer ofertas combinadas.

SKY/VIRGIN MEDIA

Si Telefónica apuesta por un socio con negocio de banda ancha y contenidos televisivos, puede buscar acuerdos con Sky o con Virgin Media. En ambos casos, afronta la negociación con dos magnates del sector: Rupert Murdoch, socio de Sky; y John Malone, que controla Virgin a través de Liberty. El grupo Vodafone también busca alianza con esas dos empresas.

TALKTALK

O2 tiene un acuerdo para alquilar su red de móviles a TalkTalk, un operador de redes de banda ancha. Ambas compañías tienen la opción de extender su acuerdo, o incluso Telefónica podría analizar la compra de TalkTalk.

Las dos partes se dan un plazo de varias semanas para cerrar el acuerdo, que debe ser aprobado por los accionistas de BT.

Posteriormente, las autoridades europeas de la Competencia podrían realizar un análisis exhaustivo de la alianza, ya que supone la unión del líder del mercado de telefonía fija e Internet en Reino Unido (BT) con el líder en móviles (EE). Unos diez millones de hogares están conectados a las redes de BT, mientras que EE da servicio móvil a 24 millones de personas.

Segunda posición

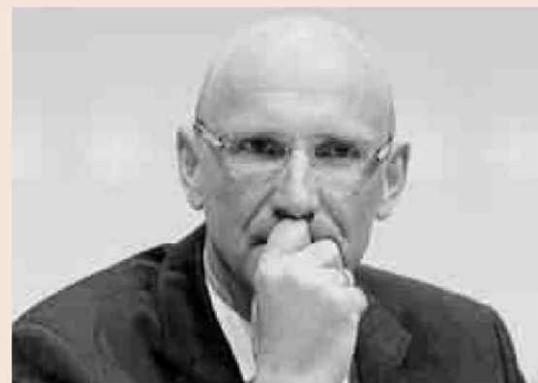
Telefónica, que a través de O2 ocupa la segunda posición en el mercado británico de móviles, también ha venido negociando la venta de su negocio a BT. El precio hubiera ascendido a unos 10.000 millones de libras.

Gavin Patterson, consejero delegado de BT, ha optado finalmente por EE dentro de su estrategia de entrar en el sector de móviles, porque su base de clientes y su infraestructura de móviles puede ser más complementaria.

En un comunicado publicado ayer, BT advierte que la compra de EE depende todavía de la *due diligence* (revisión de los activos y estados financieros de esta empresa) y de las negociaciones finales. Por ello, la empresa dice que seguirá trabajando en sus planes para lanzar su propio negocio de móviles. La compañía británica no hace mención a la posibilidad de volver a negociar con Telefónica, pero



Gavin Patterson, consejero delegado del grupo BT.



Timotheus Hötting, consejero delegado de Deutsche Telekom.



César Alierta, presidente ejecutivo de Telefónica.

Deutsche Telekom controlará un 12% de BT y podrá nombrar un consejero en la firma británica

los analistas no descartan esta opción si no se cierra el pacto con EE.

Si la operación de BT con EE sigue adelante, el grupo Telefónica podría buscar acuerdos alternativos en Reino Unido con Hutchison, Sky, Virgin Media o TalkTalk.

Los analistas creen que la

integración de BT y EE puede generar unos ahorros anuales de unos 600 millones de libras, y el beneficio bruto operativo (ebitda) conjunto ascenderá a 7.700 millones. La deuda de BT tras la compra, incluyendo el déficit de su fondo de pensiones, superará los 20.000 millones de libras.

El acuerdo fue anunciado ayer tras el cierre de la sesión bursátil. La cotización de BT subió un 0,15%, mientras que Deutsche Telekom y Orange bajaron un 1,8% y un 2,1%, respectivamente. Telefónica perdió un 3%.



Erdogan ataca la UE per criticar les detencions de periodistes

“Quedeu-vos amb la vostra saviesa”, replica el president turc a Brussel·les

RICARDO GINÉS
Istanbul. Corresponsal

Cèlebre per la seva capacitat de sembrar zitzània, difícilment deixaria passar una ocasió d'aquesta mena. El president de Turquia, Recep Tayyip Erdogan, es va mostrar ahir contundent en criticar els que han condemnat les detencions de desenes de persones –la majoria periodistes– de diumenge.

“L'afer no té res a veure amb la llibertat de premsa”, va adduir. “Aquells que amenacen la nostra seguretat nacional, sense importar que siguin membres de la premsa o no, tindran la resposta que es mereixen”, va afegir mentre la lira turca arribava a mínims gairebé històrics.

L'arenga estava especialment dirigida a Brussel·les, que s'havia mostrat a través de diversos missatges molt reticent respecte als arrestos. La Comissió Europea

va recordar a Ankara diumenge que les obligacions que implica el procés d'adhesió inclouen la llibertat de premsa i que les detencions hi atemptarien en contra. La resposta d'Erdogan va arribar condescendent: “Si la Unió Europea ens accepta o no, no ens importa. Sisplau quedeu-vos amb la vostra saviesa”.

Les autoritats turques van detenir diumenge 31 persones: periodistes o treballadors d'empreses de mitjans, però també dos excaps de policia. Tots tenen en comú la seva proximitat a la confraria religiosa liderada per Fethullah Gülen, un clergue ortodox sunnita exiliat als EUA des del 1999. “Un dia negre per a la democràcia”, titulava ahir el diari *Zaman*, amb un tiratge de gairebé un milió d'exemplars (molts de regalats), que és el portaveu imprès del moviment Gülen.

Les crítiques al Govern turc



Manifestació amb exemplars del diari *Zaman* a Istanbul

per la nova onada de detencions a opositors no han cessat. També provenen de representants de la societat civil, que s'han mostrat en general molt crítics amb el moviment Gülen però que ara temen una erosió encara més

greu de l'Estat de dret a Turquia.

Erdogan acusa Gülen d'establir una “estructura paral·lela” a l'Estat a través dels seus simpatitzants a la policia, la judicatura i altres institucions estatals, sempre secundats pels seus mit-

jans afins. Ara emfatitza que les institucions han de ser “purificades de traïdors”, atès que desitjarien, com diu la interlocutòria d'acusació, enderrocar-lo a ell i el Govern a Ankara.

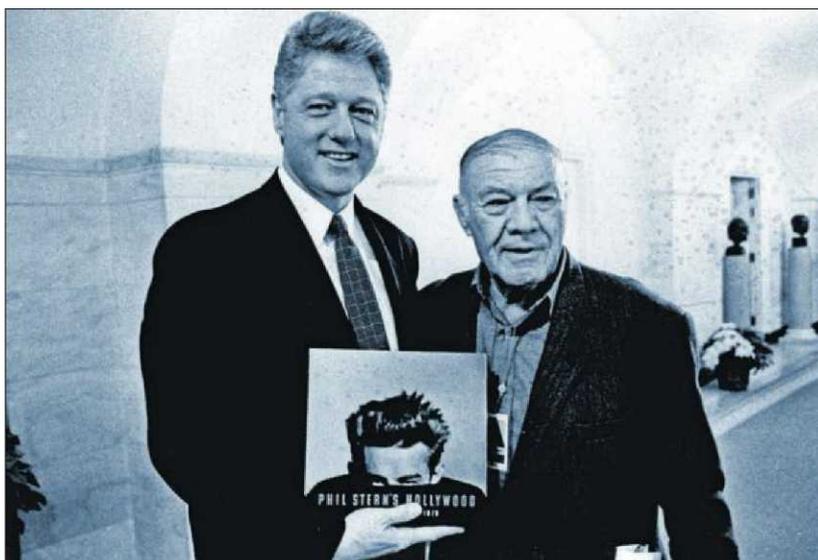
Certament, com han mostrat investigacions periodístiques, informes d'agències de seguretat i testimonis d'exmembres, des d'almenys el 2002, any de l'arribada al poder del Partit de la Justícia i el Desenvolupament (AKP) liderat per Recep Tayyip Erdogan, s'ha registrat una infiltració massiva del moviment Gülen a les arèries estatals turques.

“Els membres del moviment Gülen són especialment poderosos als tres cossos de la policia

Erdogan afirma que l'arrest de 31 opositors “no té res a veure amb la llibertat de premsa”

que preparen les proves per a les actes d'acusació dels casos polítics. Estan falsificant moltes proves de forma sistemàtica”, advertia ja l'any 2012 el periodista d'investigació Ahmet Sik a aquest diari.

Però quan Erdogan denuncia aquesta infiltració sempre s'oblida que va ser ell qui precisament va donar la benvinguda al que ell mateix anomena “Estat paral·lel”. I ho va fer amb l'objectiu de trencar l'esquena a l'exèrcit, l'autoanomenat guardià de les essències laiques de la República turca.●



El expresidente Bill Clinton posa con Phil Stern en la presentación de un libro del fotógrafo. / BOB MCNEELY (GETTY)

Phil Stern, el fotógrafo de las estrellas de Hollywood

Donó miles de negativos a la Academia de Cine de EE UU

ROCÍO AYUSO

Hollywood se ha quedado sin uno de sus mejores fotógrafos con la muerte de Phil Stern. Ninguno se libró de su cámara. Desde James Dean a Marilyn Monroe, Marlon Brando o Frank Sinatra. Un ojo tranquilo, capaz de captar los momentos más íntimos que también estaba enamorado del jazz y que supo retratar la muerte cuando acompañó al Ejército estadounidense en la II Guerra Mundial. El fotógrafo estadounidense que todo lo vio falleció el sábado en un hospital de Los Ángeles a los 95 años, confirmando su representante a la prensa. Sin embargo las primeras noticias de su fallecimiento llegaron en Instagram, donde el realizador Brett Ratner indicó el deceso de "un fotógrafo alucinante". El realizador hasta se permitió presumir de ser su amigo y mostró una foto en su compañía. "Tuve la suerte de estar allí en su 95º cumpleaños", indicó.

No estuvo solo porque desde los comienzos de su carrera Stern supo ganarse la compañía de todos los que le rodeaban haciendo doblote en su trabajo y colaborando como aprendiz en una revista mientras hacía horas trabajando para la policía de Los Ángeles. Uno de sus primeros encargos: fotografiar a Orson Welles en el rodaje de *Ciudadano Kane*.

Su vida y sus imágenes quedaron recogidas en el libro 'A Life's Work'

Durante la II Guerra Mundial acompañó al Ejército estadounidense en el frente de África y fue fotógrafo de guerra mientras la invasión aliada en Sicilia. Durante la contienda resultó herido y también puso su vida en peligro,

acciones que hablaron tanto como sus imágenes y por las que fue condecorado con la medalla Corazón Púrpura.

Pero son mucho más conocidos sus retratos de Hollywood, su visión tranquila del torbellino que rodea a las estrellas. Suya es la popular imagen en la que James Dean asoma la cabeza por su jersey. O esa otra en la que Marilyn Monroe tiene cara de pena, de desconcierto o simplemente de inocencia, capturada sin que se diera cuenta entre las bambalinas del auditorio Shrine de Los Ángeles. También sorprendió a Sinatra encendiendo un cigarrillo al ya entonces presidente John F. Kennedy.

Stern siempre se quitó mérito diciendo en público que él no era ningún Matisse. Simplemente se quedó prendado de la fotografía desde el momento en el que su madre le regaló una cámara, objeto que adquirió parte de una promoción de Kodak. Su trabajo no se limitó a retratos publicados en revistas como *Vanity Fair*. Stern también formó parte de la industria, encargado de la fotografía fija de rodajes como *Guys & Dolls* o *Encuentros en la tercera fase*. Eso sí, su pasión siempre fue el jazz, una presencia habitual durante décadas en las sesiones de grabación de grandes como Louis Armstrong, Ella Fitzgerald o Dizzy Gillespie. Su vida, y sus imágenes, quedaron recogidas en el libro *Phil Stern: A Life's Work*. Además, este modesto artista que durante muchos años vivió en un pequeño apartamento cerca de los estudios Paramount, en el antiguo Hollywood, donó miles de negativos a la Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas para ser preservados para la posteridad. También, durante su último cumpleaños, donó 95 de sus imágenes al hogar del jubilado donde pasó sus últimos días.



Retrats de la transició

MANUEL LÓPEZ (1946-2014)Fotògraf

La imatge de Tejero al Congrés amb la pistola a la mà, presa al mateix nivell que el colpista, és la fotografia més coneguda de Manuel López, mort a Dénia (Alacant) el darrer dia 12. La seva obra com a fotògraf i tots els registres que va desenvolupar amb il·lusió i professionalitat, però, van molt més enllà d'aquest clixé.

Manuel López no ha estat només un dels millors fotògrafs de la transició i un dels testimonis més curiosos dels canvis socials i polítics a l'Espanya dels anys setanta i primers vuitanta; ha estat també un dels millors editors gràfics que ha tingut aquest país, divulgador incansable de les capacitats comunicatives de la fotografia, professor excepcional, autor de referència en temes de tècnica i llenguatge fotogràfic i un apassionat editor de diverses publicacions.

La seva família havia emigrat a Alemanya als anys seixanta i allà va adquirir una sòlida cultura que va culminar, abans de tornar a Espanya, amb els seus estudis de Fotoperiodisme a Colònia, una especialitat desconeguda i infravalorada en aquest país. Ja de tornada, López va treballar a *Gaceta Ilustrada*, *Cuadernos para el Diálogo*, *El Periódico de Madrid* i *Tiempo*.

El 1982 va fundar la revista *Foto Profesional*, que després va passar a dir-se *Revista Foto*, referència de la divulgació de la fotografia al nostre país. En aquesta revista mensual, d'aspecte comercial per exigències pràctiques, s'editava un quadern central que era una autèntica joia i que encara avui tots els interessats en la teoria sobre la fotografia guardem i consultem fervorosament.

I és que d'Alemanya Manuel López s'havia emportat la preocupació per l'actualització de les idees respecte als aspectes comunicatius de la fotografia, sobre el seu llenguatge i sobre la seva utilització pels mitjans impresos. Manuel López va ser el primer a publicar textos d'autors que després s'han revelat determinants en la comprensió de diferents usos de la



XURXO LOBATO

fotografia. De passada també es va emportar d'Alemanya una cultura política molt poc corrent llavors a Espanya, que li va servir per desenvolupar la seva feina amb ofici, sentit i responsabilitat.

Seva és la imatge de Tejero amb la pistola a la mà, feta al mateix nivell que el colpista

El 2006 la Diputació d'A Coruña va organitzar l'exposició antològica *Manuel López. Imatges 1966-2006*, que ha estat presentada en múltiples ocasions dins i fora d'Espanya. El 2010 López va donar la seva col·lecció de llibres de fotografia, composta

per prop de 5.000 volums, a aquest mateix organisme, i va facilitar a tots els interessats en aquesta especialitat l'accés gratuït a un dels fons privats més importants del país.

A el *Magazine* de *La Vanguardia* hem tingut el privilegi de tenir Manolo López com a membre del jurat en les últimes cinc edicions del concurs que organitzem cada any. Com feia amb els seus alumnes, amb els seus lectors i amb qualsevol que s'acostés a demanar-li opinió o consell, Manuel López va exhibir sempre en les sessions de deliberació una enorme generositat en explicar els seus criteris i una gran humilitat en no pretendre mai fer valer la seva mestria sobre les opinions dels altres.

El trobarem molt a faltar.

PEPE BAEZA



elradar



Els instal·ladors tornen a demanar més temps per antenitzar. PERE TORDERA

La meitat dels edificis catalans no s'hauran reantenitzat a temps

ARA
BARCELONA

El 50% dels 182.000 edificis catalans que necessiten adaptar les antenes col·lectives per seguir veient tots els canals de televisió a partir de l'1 de gener no hauran completat aquest procés a temps. Ho ha assegurat, en declaracions a Europa Press, el president de la Federació Catalana d'Empresaris Instal·ladors de Telecomunicacions (Feceminte), Román Lantarón, que ha detallat que fins ara s'havien adaptat el 39% dels edificis afectats, de manera que el 61% restant ho haurien de fer en les dues setmanes i mitja que queden perquè s'acabi l'any.

Segons les xifres ofertes pel ministeri d'Indústria, dels 998.000 edificis que cal adaptar a tot Espanya, 182.000 són a Catalunya. Això representa 2,4 milions d'habitats-

ges i 4,7 milions de persones, un 62% de la població. De totes maneres, els blocs que no tinguin l'antena a punt l'1 de gener només perdran el senyal de tres canals -Boing, Energy i Gol Televisión- i d'alguns canals d'alta definició espanyols.

Davant la impossibilitat que el procés es completi a temps -una advertència que els instal·ladors fan des de l'octubre-, Lantarón insisteix a demanar una moratòria de, com a mínim, tres mesos, que permeti afrontar amb més garanties les actuacions pendents. Segons el president de Feceminte, les agendes dels instal·ladors ja estan tan plenes que les demandes que els arribin a partir d'ara no podran ser ateses fins al gener, és a dir, ja fora de termini. Fa dues setmanes, instal·ladors, cadenes i usuaris ja van fer una petició en aquest sentit a l'executiu espanyol, que va descartar endarrerir el termini per alliberar el dividend digital. ■



PÚBLICA EL AÑO PASADO, LA CIFRA FUE DE 167.000

205.000 EUROS POR PRESIDIR RTVE

Leopoldo González-Echenique no cobró todo los complementos previstos para el cargo

E. FERNÁNDEZ MADRID

El sueldo bruto anual del presidente de RTVE es de 205.000 euros, según ha podido saber EL MUNDO. La corporación pública dio a conocer la pasada semana, en pos de la transparencia, la remuneración en 2013 de su entonces máximo responsable: Leopoldo González-Echenique percibió en ese ejercicio una retribución bruta de 167.000 euros. Sin embar-

go, ese caso particular no es extrapolable, según reconocen a este diario fuentes oficiales de la cadena.

El sueldo base del presidente es de 105.000 euros, un tope para directivos de empresas públicas estatales estipulado mediante Real Decreto en el año 2012. A esa cantidad, habría que añadirle los complementos variables del presidente de RTVE: puede recibir hasta 60.000 euros por puesto y otros 40.000 en concepto de gestión. El total es de 205.000 euros.

Alberto Oliart, que presidió RTVE antes que González-Echenique, llegó a cobrar 240.000 euros anuales. Esa cifra forma parte del pasado. El último recorte aplicado fue el del úl-

timo convenio colectivo, en el que se aplicó una bajada del 10% a los complementos de dirección.

La cantidad ingresada por González-Echenique es aún inferior por dos motivos. Por un lado, el complemento variable devengado del año anterior se limitó al periodo entre julio y diciembre de 2012 –se parte de julio porque fue entonces cuando este abogado del Estado se incorporó como presidente–. Por otra parte, González-Echenique negoció con la SEPI, principal accionista de RTVE, no cobrar la totalidad de sus complementos de gestión, según ha contado a este diario el entorno del ex presidente, dimi-



José Antonio Sánchez, de RTVE. EFE

tido en septiembre y reemplazado por José Antonio Sánchez. En un contexto de austeridad, González-Echenique convino con los responsables de la sociedad estatal dejar de percibir la totalidad de los complementos a su alcance.



HOJEANDO/ZAPEANDO

VÍCTOR DE LA SERNA

*Internet, esa
asignatura
pendiente*

Cuando acabábamos de recuperar nuestras libertades, la naciente Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) fue un centro de ideas y acciones fundamental para modernizar nuestras empresas periodísticas, fomentar la libertad de expresión en España y ser aceptados en los grandes organismos internacionales del gremio: la Federación Internacional de Editores, el instituto tecnológico IFRA (ambos fusionados hoy como WAN-IFRA), el Instituto Internacional de Prensa...

Este cronista pasó siete años apasionantes, entre 1979 y 1986, trabajando para AEDE, a las órdenes de **Pedro Crespo de Lara**, aprendiendo de las grandes empresas de comunicación del mundo y librando las batallas profesionales del momento: en España logramos detener el intento de imponer una colegiación obligatoria a los periodistas, defendiendo el libre acceso a la profesión según el artículo 20 de la Constitución, y también se presionó con éxito -pasajero, sí- a la Administración para que la publicidad institucional fuese repartida según criterios objetivos de difusión. Fuera de España, AEDE fue un pilar en el esfuerzo colectivo de la prensa democrática por abortar aquel Nuevo Orden Mundial de la Información, de corte totalitario, que la Unesco, entonces dirigida por Amadou Mahtar M'Bow, pretendía imponer.

Aquella batalla ganada a la Unesco nos dejó bien claro lo que sólo se puede encarar a escala internacional, porque los remiendos locales son intrascendentes. Han pasado más de 30 años: mucho tiempo, sí. Y, si para algunos es evidente que Google es un fenómeno tan global como aquella Unesco, está claro que los actuales rectores de AEDE y el ministro **José Ignacio Wert** se han creído que era tan local como la publicidad institucional. Y han intentado que Google pague por incluir enlaces a medios españoles a Google News. El *bluff* era lamentable: Google suprime desde hoy Google News en España (servicio sin ingresos por publicidad, por cierto), y los grandes perdedores son los medios españoles, que van a perder irremediablemente tráfico y visitas. Y con tres palmos de narices. Google tiene puntos débiles: sus paraísos fiscales, su polémica política de privacidad... ¡Pero no Google News, por el amor del cielo! Lo que demuestran Wert y los editores es que no entienden ni de internet, ni de globalización. Qué fiasco...



“Que se meta en sus asuntos”, replica Erdogan a la UE tras el acoso a la prensa

AFP, Estambul

El presidente turco, Recep Tayyip Erdogan, rechazó ayer las críticas de la Unión Europea (UE) por el arresto el pasado fin de semana de unos 27 opositores, entre periodistas, productores de televisión y policías y aconsejó a Bruselas “que se meta en sus asuntos”. Las redadas fueron recibidas por los mercados con una bajada de la lira turca y con manifestaciones en defensa de los informadores retenidos.

Según Erdogan, “la Unión Europea no puede interferir en los pasos dados por la ley... dentro de la legalidad vigente contra elementos que amenazan la seguridad nacional”, aseguró en una aparición televisada en la ciudad turca de Izmit. “Me pregunto qué saben ustedes, que tienen a Turquía a las puertas de la UE desde hace 50 años, sobre lo que significa este paso”, aseguró el presidente turco, en referencia a las redadas. “No tenemos problema en si la UE nos acepta o no”.

En un comunicado emitido el domingo por la representante europea para la Política Exterior, Federica Mogherini, y el comisario para la Política de Vecindad, Johannes Hanh, ambos aseguraron que “las detenciones son incompatibles con la libertad de expresión”.

Al menos cinco de los detenidos, entre los que se cuentan el director y dos guionistas de una popular serie de televisión, fueron liberados ayer. El resto, cuya figura más destacada es el director de *Zaman*, el principal medio crítico con el Gobierno del Partido de la Justicia y el Desarrollo (AKP, en sus siglas en turco), permanecen en comisaría, acusados por la Fiscalía de formar parte de una trama para derrocar el Gobierno y estar próximos al clérigo islámico, Fetulá Gülen, antiguo aliado de Erdogan y ahora exiliado en EE UU.



Vocento vende el 80% que tenía en Sarenet por 12,8 millones

Vocento ha vendido por 12,8 millones de euros su participación del 80% en el proveedor de servicios de internet Sarenet a la sociedad Lomedel, accionista titular del 20% restante del capital social del operador de voz y datos especializados en el mercado de empresas, según informó a la CNMV. El 100% de Sarenet se ha valorado en 16 millones. Con anterioridad a la venta, Sarenet ha repartido un dividendo al grupo mediático y a Lomedel basándose en los resultados generados durante el año en curso. De ese dividendo, a Vocento le corresponden 1,09 millones de euros.



COMUNICADO

Intereconomía niega el ataque a la web PR Noticias

El grupo negó ayer en un comunicado su vinculación con el «hacking» a la web de PR Noticias, y alegó que ellos mismo sufrieron un ataque el pasado mes de julio por parte de uno de los informáticos citados como involucrados, al cual interpusieron una denuncia. Además, indican que «dicho colaborador nunca tuvo relación laboral con Intereconomía».



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/12/14	Rupert Murdoch fuertemente interesado en el proyecto de Pedro J. Ramírez / PRNoticias	29	1



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Rupert Murdoch fuertemente interesado en el proyecto de Pedro J. Ramírez

Martes, 16 de diciembre de 2014

Pedro J. Ramírez está a un paso de poner en marcha su nueva aventura periodística. Un diario digital que ya tiene empresa editora No hace falta papel y que comenzará a rodar durante el primer trimestre del próximo año. En estos momentos el ex director de El Mundo está en dos frentes: el primero recaudar el dinero necesario para montar su nueva aventura digital y el segundo es reclutar a una redacción de primer nivel para dar que hablar desde el primer día de su lanzamiento. Precisamente en el plano de la financiación se ha hablado en las últimas semanas que al menos dos dueños de grandes empresas españolas le podrían estar dando su apoyo. No obstante, quienes han preguntado por el nuevo proyecto son también algunos fondos de inversión y el propio Rupert Murdoch, el todopoderoso dueño de News Corporation, que se ha interesado por el nuevo diario de Pedro J. Ramírez. En círculos periodísticos se comenta incluso que el propio Murdoch quiere pasar a liderar financieramente el proyecto, aunque con sus condiciones, y dar el necesario respiro financiero para que el diario se consolide durante sus primeros años de vida. En cualquier caso los contactos son preliminares y quedan algunas semanas para definir el capital definitivo del diario. Seguiremos Informando