



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

22/07/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

| Data | Titular/Mitjà | Pàg | Docs. |
|----------|--|-----|-------|
| 18/07/13 | LA 'BRUNETE', DESTROZADA / EL TRIANGLE | 6 | 1 |
| 20/07/13 | MANUEL VILLANUEVA: «NO TRABAJAMOS PARA TENER PRESTIGIO» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 7 | 1 |
| 18/07/13 | SOLOS ANTE EL PELIGRO / EL TRIANGLE | 8 | 1 |
| 20/07/13 | Pippa Middleton, la germana de la duquessa de Cambridge fitxa per 'Vanity Fair' / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA | 9 | 2 |
| 20/07/13 | CAMINO DEL FOTOPERIODISMO / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 11 | 1 |
| 20/07/13 | TESTIMONIOS DE TALONARIO / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 12 | 1 |
| 21/07/13 | PERIODISTAS Y GLADIADORES, POR BIEITO RUBIDO / ABC (EDICION NACIONAL) | 13 | 1 |
| 21/07/13 | TODOS SOMOS 'TRANSMEDIA' / EL PAIS SEMANAL | 14 | 1 |
| 21/07/13 | AGUSTÍ ESTEVE. PERIODISTA. DIRECTOR I PRESENTADOR DE '23 24' AL CANAL 324 ¿HEM DONAT VEU A GENT NOVA" / PRESENCIA | 15 | 1 |
| 21/07/13 | «Hemos conseguido una televisión neutral e imprescindible» Leopoldo González-Echenique Presidente de RTVE / ABC (EDICION NACIONAL) | 16 | 2 |
| 21/07/13 | 'EL PERIÓDICO DE L'ESTIU' ÉS AQUÍ !-- IMAGE --> / EL PERIODICO DE CATALUNYA(MES PERIODICO) | 18 | 2 |
| 21/07/13 | ¡MALDITOS PERIÓDICOS! / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 20 | 1 |
| 21/07/13 | ECHENIQUE, BAJO FUEGO AMIGO / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 21 | 1 |
| 21/07/13 | ARA.CAT: NOVA IMATGE, MILLOR NAVEGACIÓ / ARA | 22 | 1 |
| 21/07/13 | EL CUARTO PODER / DIARI DE TARRAGONA | 23 | 1 |
| 21/07/13 | helen thomas, TEMIDA POR 10 PRESIDENTES DE EEUU / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 24 | 1 |
| 21/07/13 | HELEN THOMAS, 'PRIMERA DAMA' DEL PERIODISMO ESTADOUNIDENSE / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 25 | 1 |
| 21/07/13 | LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL AMENAÇA LA NOTÍCIA / DIARI DE GIRONA | 26 | 1 |

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

| Data | Titular/Mitjà | Pàg | Docs. |
|----------|--|-----|-------|
| 21/07/13 | LOS PERIODISTAS, DE LEJOS Y SIN PREGUNTAR / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 27 | 1 |
| 21/07/13 | 'LA LLUVIA EN SEVILLA ES UNA MARAVILLA' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA) | 28 | 1 |
| 21/07/13 | '8 AL DIA'TANCA EL MES DE JULIOL AMB RÈCORD D'AUDIÈNCIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA) | 29 | 1 |
| 21/07/13 | SENSE DIADA A TV3? / EL PUNT AVUI | 30 | 1 |
| 21/07/13 | BARRETT BROWN, EL «FILTRADOR» QUE S'ENFRONTA A 100 ANYS DE PRESÓ / DIARI DE GIRONA | 31 | 1 |
| 21/07/13 | RAJOY I L'OASI MEDIÀTIC QUE NO VA PODER SER / ARA | 32 | 1 |
| 21/07/13 | COMPRA I VENDA DE FUTBOLISTES / LA VANGUARDIA (ED. CATALA) | 33 | 1 |
| 21/07/13 | ADÉU A UNA PERIODISTA SENSE MORDASSES / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA) | 34 | 1 |
| 21/07/13 | COMPORTARSE COMO UN PERIÓDICO / EL PAIS (NEGOCIOS) | 35 | 1 |
| 21/07/13 | EFE ANTE LA CRISIS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 36 | 1 |
| 21/07/13 | LIMITACIÓN INFORMATIVA / EL PAIS (EDICION NACIONAL) | 37 | 1 |
| 21/07/13 | RÀDIO SERGI MAS FITXA PEL DESPERTADOR MATINAL DE M80 / EL PUNT AVUI | 38 | 1 |
| 21/07/13 | LA CADENA I24NEWS INAUGURA SUS EMISIONES / LA RAZON | 39 | 1 |
| 21/07/13 | ELS «INADEQUATS» NOUS EDITORS DE TVE / ARA | 40 | 1 |
| 22/07/13 | EL EFECTO WATERGATE, POR JUAN VAN-HALEN / ABC (EDICION NACIONAL) | 41 | 1 |
| 22/07/13 | LA BURBUJA DE LOS DERECHOS DEPORTIVOS SE PINCHA: EL PRECIO SE HUNDE UN 60% / EL ECONOMISTA (ED. LUNES) | 42 | 1 |
| 22/07/13 | HELEN THOMAS, PERIODISTA SENSE FRONTERES / LA VANGUARDIA (ED. CATALA) | 43 | 1 |
| 22/07/13 | PERIODISTAS Y ALUCINADOS / ABC (EDICION CATALUÑA) | 44 | 1 |
| 22/07/13 | LLUÍS DíEZ-SOLANO. ELS DRETS DE L'OFICI / LA VANGUARDIA (ED. CATALA) | 45 | 1 |

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

| Data | Titular/Mitjà | Pàg | Docs. |
|----------|--|-----|-------|
| 22/07/13 | RAC1 DÓNA EL PROTAGONISME A LES VEUS DE LA CASA AQUEST ESTIU / ARA | 46 | 1 |
| 22/07/13 | LA UE AVALA LA OBLIGACIÓ AL FÚTBOL EN ABIERTO / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS | 47 | 1 |
| 22/07/13 | GOOGLE TRABAJA EN UNA APLICACIÓN WEB PARA VER LA TV EN 'STREAMING' / EL ECONOMISTA (ED. LUNES) | 48 | 1 |
| 22/07/13 | ANUL-LAT L'ERO AL MITJÀ MUNICIPAL DE CAMBRILS / DIARI DE GIRONA | 49 | 1 |



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



La 'Brunete', destrozada

TEXTO JAUME REDCACH

Los medios de comunicación de la derecha más rancia están enfrentados en una 'guerra fratricida' sobre Luis Bárcenas y la continuidad de Mariano Rajoy, mientras sus cuentas de resultados se desangran a causa de la caída inmisericorde de los ingresos publicitarios

La otrora poderosa *Brunete* mediática -azote de la izquierda, los sindicatos y los nacionalismos- ha embarrancado en un pantanal de arenas movedizas, donde se hunde irremisiblemente. La terrible caída de los ingresos publicitarios que castiga al sector de los medios de comunicación y el devastador terremoto causado por el caso Bárcenas han desnortado a los paladines periodísticos del PP y de la sacrosanta unidad de España. Como la División Azul o la Armada Invencible, los elementos han destrozado y desperdigado el brazo mediático de la derecha. Es el sálvese quien pueda.

INTERECONOMÍA, DESAHUCIADA

Este 18 de julio -¡vaya fecha!- el Grupo Intereconomía, que preside el ex diputado del PP Julio Ariza, debe abandonar, por reiterado impago del alquiler desde hace más de un año, la sede que venía ocupando en el Paseo de la Castellana, propiedad de la Mutua Madrileña. Se mudará a una nave industrial del remoto polígono Butarque, en Leganés. Con motivo de este traslado forzoso, se ha anunciado la suspensión de las emisiones de la televisión ultramontana hasta el próximo mes de septiembre. Tras el último ERE, la redacción del diario *La Gaceta*, perteneciente al mismo grupo, ha quedado prácticamente desmantelada. Además, los trabajadores que quedan no perciben los salarios desde principios de año. A pesar de la estrambótica fauna que rodea a Julio Ariza (Mario Conde, Federico Jiménez Losantos, Francisco Correa, Rafael Vera, Alejo Vidal-Quadras...) y de la mordida de dos millones que le dio a José Manuel Lara para retirar el contencioso judicial contra la fu-

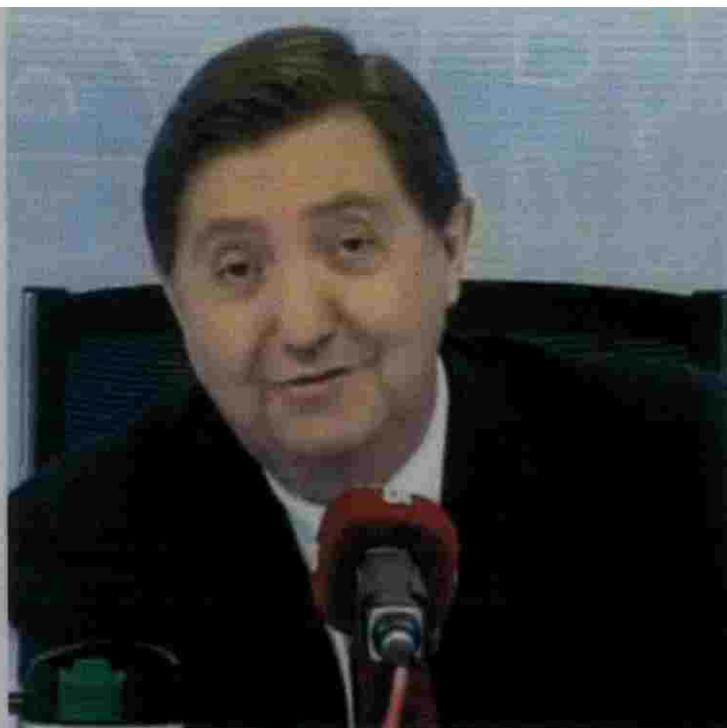
sión de Antena 3 y La Sexta, no parece que el Grupo Intereconomía, herido de muerte, pueda remontar el vuelo.

CÉSAR VIDAL SE CABREA

En el grupo mediático de derecha-extrema Libertad Digital y es-radio también pintan bastos. César Vidal se ha peleado con su inseparable Federico Jiménez Losantos y ha recalado en Miami para meditar su futuro profesional. Gracias a la venta de las cuatro frecuencias de TDT que Libertad Digital tenía en Madrid -¡regalazo de Esperanza Aguirre!- a la cadena integrista norteamericana TBN, el grupo ha podido resarcirse en parte de las pérdidas acumuladas en los últimos ejercicios, pero la discusión por el reparto del botín parece que ha enemistado a esta peculiar pareja radiofónica.

LOS ITALIANOS, INQUIETOS

El grupo Unedisa, que edita *El Mundo*, *Expansión* y *Marca*, también vive un largo período de zozobra, con reiterados tijeretazos en la plantilla y la supresión de medios. El último, el canal de televisión Marca TV, que explotaba con Mediapro. Pero la angustia de la crisis también se deja sentir con dramatismo en la casa madre del grupo mediático español, el holding italiano RCS. Tras la última ampliación de capital, Fiat (familia Agnelli) se ha quedado como socio de referencia de RCS. En este contexto, las andanadas del director de *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, contra el presidente del Gobierno español, Mariano Rajoy, a cuenta de los papeles de Bárcenas han caído como un tiro en la sede milanese del holding mediático. Y es que para la familia Agnelli resulta insoportable que un me-



Federico Jiménez Losantos se ha quedado sin su inseparable pareja radiofónica, César Vidal.

Intereconomía ha suspendido sus emisiones en directo hasta después de las vacaciones, a causa de su traslado forzoso a una zona industrial de Leganés

Los italianos propietarios de 'El Mundo' no quieren que el diario desacredite y derribe al presidente de un 'país amigo' de Roma como Mariano Rajoy

dio de su propiedad conspire abiertamente contra la estabilidad política de un país amigo como España. Parece que Pedro J. Ramírez ha sido llamado a capítulo para que baje el tono de su campaña contra Mariano Rajoy.

EL RIDÍCULO DE 'ABC' Y 'LA RAZÓN'

El diario del grupo Vocento y su directo competidor, *La Razón*, andan enfrasca-

dos estos días en una furiosa batalla, que comparten al alimón, para salvar, a toda costa, la maltrecha honorabilidad del presidente Mariano Rajoy. Sus épicas portadas en defensa del político gallego pasarán a las hemerotecas como un paradigma de la manipulación mediática más escandalosa.

Para *ABC* y el diario que dirige Paco Marhuenda, el ex tesorero del PP, Luis Bárcenas, es poco menos que un submarino al servicio de la izquierda radical antiespañola. Niegan la mayor -la existencia, contrastada documentalmente, de una contabilidad B en el PP- y, a partir de ahí, construyen unas delirantes teorías conspiratorias que tendrían por objeto provocar la caída de Rajoy y que producen sonrojo ajeno.

La esquizofrenia en las filas de la *brunete* mediática se ha agudizado a cuenta de los papeles de Bárcenas. *El Mundo* y *ABC*, otrora sólidos aliados, chocan sus testuzes como búfalos. Intereconomía supura veneno contra Mariano Rajoy y, desde es-radio, Federico Jiménez Losantos clama por el regreso de su añorada *líderesa*, a la par que dispara contra el ocupante de La Moncloa. Por su parte, *La Razón* ha alcanzado la proeza de ser más *marianista* que el propio Mariano. ▲



MANUEL VILLANUEVA Director de Contenidos de Mediaset

«No trabajamos para tener prestigio»

MILAGROS MARTÍN-LUNAS / Madrid

Con el nacimiento de las televisiones privadas, pasó unos años dando bandazos como el viento. Telecinco / Canal + / Antena 3 / Telecinco. En 2002 llegó el momento de parar. Manuel Villanueva se embarcó en el recién botado velero de Telecinco como director de Contenidos. Una década después, ese barco se ha transformado en un trasatlántico que alberga nueve canales cuya programación está bajo su mando. El sólo reporta al capitán de Mediaset, Paolo Vasile.

Pregunta.- ¿Podría hacer un balance de la temporada?

Respuesta.- Ha sido una temporada positiva. Mediaset ha sido el grupo más visto con un 28,6% de media, casi un punto y siete décimas por encima de su inmediato competidor que es Atresmedia.

P.- Son líderes, pero a la hora de lograr premios parece que la Academia no se acuerda mucho de los programas de Mediaset.

R.- Nuestro consejero delegado suele decir que nosotros trabajamos para el éxito y no para la gloria. Los premios son la gloria, nosotros trabajamos para que la gente nos vea y para que nuestros clientes nos compren.

P.- Pero, con la mano en el corazón, ¿no me diga que no le sentó mal que *La Voz*, el programa con el mejor arranque en la última década, no estuviera nominado por la Academia de Televisión?

R.- En la historia reciente de la televisión, en mi opinión, se han producido dos injusticias. Una es que *Gran Hermano* nunca haya tenido un gran premio, por ejemplo el Ondas. Es una injusticia, porque *GH* es el programa que ha revolucionado la historia de la televisión en el arranque del siglo XXI. Otra es la de *La Voz*. En los últimos 10 años no ha habido un programa que haya tenido su éxito y su calado social, luego es verdaderamente injusto que se pre-



CARLOS BARAJAS

mie a otros programas y no se reconozca ese éxito. Pero bueno, los premios, premios son. Te los dan o no te los dan. Si no te los dan, paciencia.

P.- ¿Son líderes a costa de qué?

R.- Somos líderes a costa de lograr la simpatía del público y de tener un pacto con la audiencia.

P.- Telecinco tiene la tarde cubierta e imbatible desde hace tiempo con un programa de más de cuatro horas en directo, muy barato, donde los protagonistas se han convertido en los protagonistas de una especie de *reality*, ¿programas así no hacen perder el prestigio de la cadena?

R.- No trabajamos para tener prestigio. Es verdad que *Sálvame* es un mundo muy endogámico y muy divertido que se retroalimenta. Yo diría que empieza a las cuatro de la tarde y se apaga cada día a las ocho.

que está intentando solucionar y que debemos respetar.

P.- ¿Qué le diría a los que les acusaban de vivir de la telebasura?

R.- Telebasura es un término tan antiguo, hay que inventarse otra cosa más moderna. La palabra telebasura me parece muy peyorativa y una falta de respeto enorme al público que ve la televisión. No conozco a nadie que sea coprófago.

P.- ¿Mediaset ha telecinqueado a Cuatro?

R.- Hay cosas que no son verdad y esta no lo es. Se mantienen muchos programas de los que estaban. Creo que Cuatro Cabezas ha descubierto un mundo que encaja muy bien en Cuatro y que tiene buena penetración tanto en las redes sociales como en la pantalla. Primero fue *¿Quién quiere casarse con mi hijo?*, luego *Corina* y espera a *¿Quién quiere casarse con mi madre?*

P.- Con la revolución que hay, ¿quién tiene la tarde gana el día?

R.- Entre las cuatro y las nueve de la noche hay un gran peso para el total del día. Si tienes un buen resultado en esa banda horaria el día es tuyo, pero esto no significa que puedas desatender el *prime time* que es donde se genera la mayor inversión publicitaria y donde está el mayor consumo. Nosotros tenemos un *prime time* razonablemente sólido y lo tendremos más en otoño.

P.- ¿Qué quiere decir con esto?

R.- En Mediaset lo que hemos hecho es acompañar nuestros movimientos con el latido del mercado. Viendo la evolución de la publicidad, decidimos que la temporada se acababa con el Brasil-España el pasado 30 de junio. Ser líder en julio y en agosto o no serlo no tiene importancia. Primero por consumo y segundo por inversión publicitaria. Hemos decidido abandonar el verano y guardar las municiones para septiembre.

PREMIOS

«Es una injusticia que 'Gran Hermano' no tenga un Ondas»

DEFINICIÓN

«La palabra telebasura es una falta de respeto al público de la tele»

P.- ¿Es Belén Esteban un juguete roto de *Sálvame*?

R.- No, no es un juguete roto. Es una persona que ha pasado mucho tiempo en la televisión. Contra todo lo que pueda decirse, no la hemos inventado nosotros, ella llevaba tiempo en televisión. Ahora mismo es una persona que tiene ciertos proble-



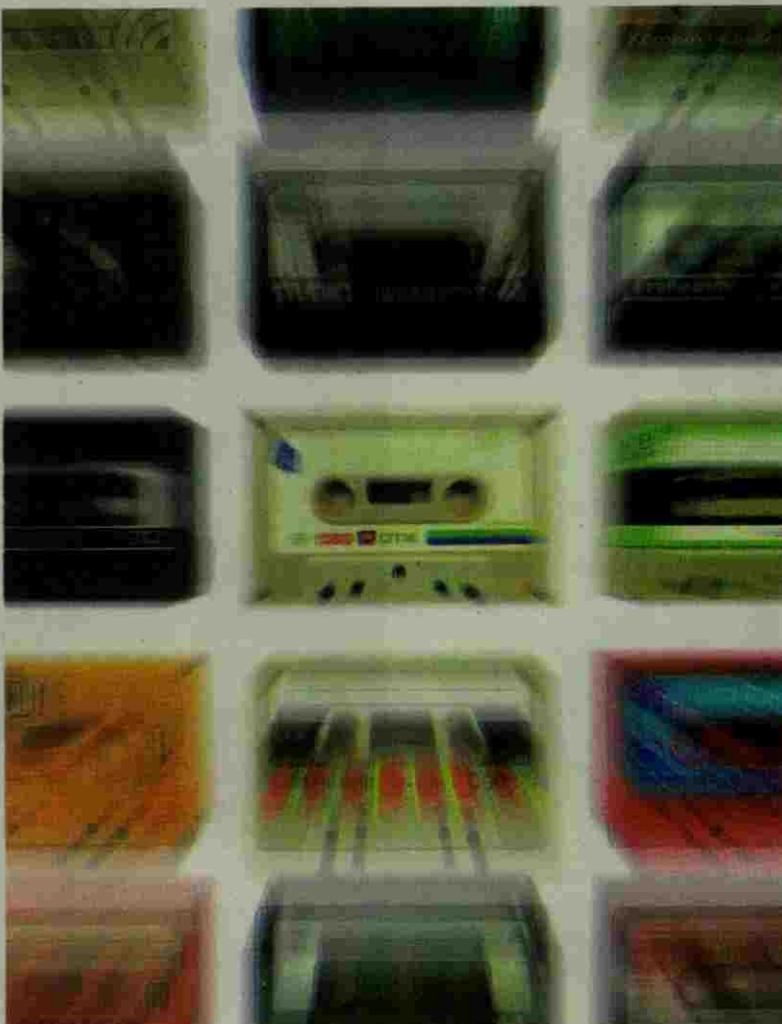
JAUME REIXACH

Solos ante el peligro

Esta semana pasada, EL TRIANGLE ha estado en boca de todos. Por un lado, porque el martes reproducimos en nuestra web (www.eltriangle.eu) el contenido íntegro de la conversación de La Camarga entre Alicia Sánchez-Camacho y Vicky Álvarez. Por otro, porque el juzgado número 14 de Barcelona nos requirió, el viernes por la tarde, para que retiráramos ese documento de la red. Durante las 67 horas que la grabación de la conversación estuvo colgada en nuestra página, más de 80.000 internautas pudieron consultar el documento sonoro, de indudable valor periodístico y político.

Considero que hemos cumplido con nuestro deber de servir al interés público. Desde el comienzo de todo el asunto de Método 3, la presidenta del PPC, Alicia Sánchez-Camacho, ha intentado impedir, a toda costa, que saliera a la luz la grabación de su almuerzo con la ex amante de Jordi Pujol Jr. Primero, presentando sendas denuncias civil y penal en los juzgados de Barcelona. Después, firmando un macarrónico acuerdo con el liquidador de Método 3 para archivar estos dos procedimientos.

¿Por qué Alicia Sánchez-Camacho ha montado todo este numerito? Pues para intentar ocultar lo que es una evidencia: que la dirigente popular era cómplice de la operación y sabía, desde el primer mo-



LOS LECTORES Y LA OPINIÓN PÚBLICA NOS APOYAN, PERO EL RESTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN NOS HACEN EL VACÍO MÁS CLAMOROSO, COMO EN EL 'CASO CULLELL'

mento, que la comida del reservado de La Camarga estaba siendo grabada por los detectives de Método 3.

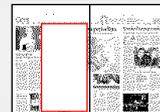
En la larga historia de EL TRIANGLE, el caso Sánchez-Camacho tiene un paralelismo con el caso Cullell, el ex consejero de Política Territorial de la Generalitat de quien hace algunos años reproducimos unas conversaciones telefónicas que demostraban su implicación directa en un asunto de corrupción urba-

nística. Josep Maria Cullell tuvo que dimitir a causa de aquel escándalo, pero EL TRIANGLE fue condenado por el Tribunal Supremo.

Hoy, como entonces, se repiten las circunstancias. Los lectores y la opinión pública nos apoyan y nos agradecen nuestra valentía periodística. Pero al mismo tiempo, el resto de grandes medios de comunicación nos hacen el vacío más clamoroso: no se hacen eco de la informa-

ción, o si lo hacen no nos mencionan y cuando recibimos las represalias lo silencian o encogen los hombros.

EL TRIANGLE ha sido siempre un medio de comunicación solidario con la profesión periodística y hemos hecho de la lucha contra la censura y la represión nuestra bandera. Lo hemos demostrado muchas veces y lo continuaremos haciendo. Pero no puedo ocultar mi decepción ante la falta de compañerismo y solidaridad cuando, como ocurre ahora, es EL TRIANGLE quien se la juega y recibe los palos. A pesar de todo, yo sigo creyendo en la fuerza transformadora del periodismo y este medio de comunicación que dirijo será siempre sensible y solidario con las víctimas de los ataques contra la libertad de información. ▲



Pippa Middleton, ar

La germana de la duquessa de Cambridge fitxa per 'Vanity Fair' i es

EVA MILLET
Barcelona



Al número de juliol de l'edició nord-americana de *Vanity Fair* hi ha, com sol passar en aquesta revista, un parell d'articles excel·lents, bones fotos i una portada dedicada a una estrella de Hollywood. Al lector habitual d'aquesta coneguda publicació de societat, cultura i política, en la qual han firmat periodistes com Sebastian Junger o els desapareguts Christopher Hitchens i Dominick Dunne, no se li escapen, tanmateix, les sis flamants pàgines dedicades a Pippa Middleton.

Amb 29 anys, la germana de la futura reina d'Anglaterra ha passat a engrossir la llista de col·laboradors de la publicació, la qual cosa s'anuncia a la portada. El debut està vinculat a la passió de Pippa pel tennis i, en concret, per Wimbledon. Sota el titular "Esplendor a l'herba", la jove explica en una breu columna l'amor per

També ha col·laborat a 'The Spectator', setmanari polític britànic que es publica des del 1828

aquest esport i la relació amb el torneig: la primera vegada que hi va anar, la convicció que arribaria a guanyar-lo algun dia i com va anunciar a la família que si es casava alguna vegada ho faria vestida de tennista...

El reportatge, en què esmenta, de passada, la germana, està farcit de consells (suposadament de Pippa) per gaudir al màxim del campionat. Entre d'altres: anar amb bicicleta per evitar el tràfic o, durant els partits, menjar maduixes amb Pimm's, beguda afruitada que embogeix els anglesos durant aquest esdeveniment. La peça conté també un petit qüestionari de Pippa a Roger Federer (amb un "Quants pilotes de tennis colpeges al dia?" com a primera pregunta). Dues fotos de la somrient autora a tota pàgina, que llueix senyals abillaments en blanc, culminen aquest primer article, que confirma la fascinació de la revista dels Estats Units per la família reial anglesa, en especial des del casament de Guillem de Windsor amb Kate Middleton.

Aquesta no és la primera feina editorial de Pippa. Des que, després d'impactar en el casament de la germana amb un



2



darrere perfecte, es va propulsar com a estrella mediàtica, Pippa s'ha convertit en una periodista-celebritat. Una figura cada vegada més habitual als mitjans de comunicació, en la qual prioritza el nom sobre el talent.

Els últims mesos Pippa ha escrit un llibre sobre com celebrar festes i és columnista fixa de la revista d'una cadena de supermercats d'alta gamma, *Waitrose Kitchen*, publicació que ha augmentat espectacularment les vendes des d'aleshores. També ha col·laborat a *The Spectator*, en què, en un text sobre una extenuant travessia que va fer aquest hivern als Alps, va acabar desafiant l'alcalde de Londres i exdirector de la revista, Boris Johnson, a un partit de ping-pong... La peça no va causar gaire impressió entre els lectors d'aquest setmanari polític i cultural que es publica des del 1828. Mentre un subscriptor pensava que es tractava d'una broma, un altre instava des del web a què, si l'article era real, no tornés a repetir-se: "Sí, sí, plau, Pippa Middleton, surt de la meua pantalla i de la meua revista; aprofitada sense talent", va escriure. Un tercer internauta, més mesurat, comentava que estava segur que Pippa és "una noia encantadora", però que això no justificava la pu-



La periodista

converteix en informadora-celebritat



MANÉ ESPINOSA



MARK CUTHBERT / GTRONLINE

1. Mediàtica. Una lectora mira *Vanity Fair*, en què apareix, com jugadora de tennis, Pippa Middleton

2. Escriptora. La germana de la

duquesa de Cambridge amb el llibre *Celebrate*,

que va ser un fracàs
3. Germaníssima. Catalina i Pippa, a Wimbledon, al juliol del 2012

blicació d'un material tan absolutament banal. Objectivament, l'estil narratiu de Pippa no crida, en absolut, l'atenció. Potser és una de les raons per les quals el llibre (que va assegurar que havia escrit sense ajuda) va vendre poquíssim.

De tota manera, li va reportar un sucós avançament de 400.000 lliures esterlines (més de 460.000 euros). El fracàs comercial tampoc no ha frenat els responsables de *Vanity Fair*, que, fascinacions monàrquiques a

part, han sabut veure el valor comercial de la nova col·laboradora. Llicenciada en Literatura Anglesa i amb poca experiència laboral, Pippa Middleton s'ha convertit en marca pròpia, orbitant al voltant de la germana real. Exerceix de forma impecable com una *socialité*, objectiu amb el qual va ser educada.

I, com assenyala la columnista de *The Guardian* Daisy Buchanan, Pippa és perfecta per al treball a *Vanity Fair*. Al cap i a la fi, porta el tipus de vida social amb què s'identifiquen molts dels lectors d'aquesta publicació, que, per cert, va prendre el nom de la famosa novel·la de William Makepeace Thackeray (1811-1863) *La fira de les vanitats*, que advertia dels perills de l'ambició social extrema.●



FOTOGRAFÍA / Natalia Iriarte

Camino del fotoperiodismo

ELIZABETH RAMÍREZ, Madrid

En su mochila de experiencias como fotógrafa, Natalia Iriarte Guillén ha publicado varios de sus retratos en la revista *Credencial Historia* de Colombia. Un ejercicio metafotográfico al tomar imágenes a los cuadros de familiares de Marco Fidel Suárez, que fue presidente de Colombia en entre 1918 y 1921. Esta joven bogotana, de 23 años, licenciada en literatura, continúa su formación en fotoperiodismo en la Universidad de los Andes de Bogotá.

Pero hoy viene a *Se busca talento* por un trabajo realizado durante sus vacaciones en varias ciudades donde buscó captar sus formas y reflejos con su cámara digital. La primera es una composición artística de un hombre que usa un gorro de agente de policía y cuya parte de su rostro está cubierto por una máscara y una chaqueta de lentes de los años setenta.

En la siguiente, más cercana al fotoperiodismo, un menor de edad labora en un vivero del municipio de Sopó (Departamento de Cundinamarca, Colombia). Las dos restantes, una escalera de un centro comercial en Manhattan y un anciano que pasa la tarde en una de las bancas del



Un niño en un vivero del municipio de Sopó, ubicado en el departamento de Cundinamarca. / NATALIA IRIARTE

Central Park, ofrecen un guiño turístico.

La vocación de Natalia Iriarte surgió en un viaje familiar a Tunja, una ciudad en mitad de los Andes colombianos a 2.700 metros de altura, que realizó en 2008. "En esa salida cogí una cámara compacta que tenía mi papá y me puse a experimentar

con ella, y desde entonces seguí tomando fotos hasta hoy en día", explica esta joven que con ojo crítico recorre en su tiempo libre las calles de su ciudad.

La fotografía se le ha convertido en un estilo de vida. Siempre lleva la cámara consigo. Sentada en una terraza con sus amigos, de camino por el centro de

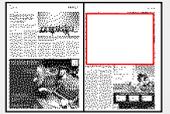
Bogotá, en las fiestas, en la universidad... Aparte de los estudios que ha realizado desde los 18 años en composición fotográfica, seguir el paso a las publicaciones de Steve McCurry—recordado por la prensa mundial por fotografiar a una niña afgana que fue publicada en 1985 en *National Geographic*— y los traba-

jos de Annie Leibovitz—Premio Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades 2013— le han servido para agudizar sus conocimientos. "De Steve me gusta su manejo del color y las texturas. Y de Annie, la calidad final de sus retratos a celebridades", cuenta Iriarte, que cuenta entre sus tesoros personales el libro *Annie Leibovitz at work*.

Los retratos y la fotografía abstracta son parte de su fascinación. "Siempre estoy mirando formas y reflejos. Nueva York fue reveladora en este sentido. Estuve allá, a finales de marzo y principios de abril, en un recorrido de 15 días por Manhattan".

En Colombia, trabajos artísticos como los suyos no cuentan con mucha salida. Prefieren la foto publicitaria. "Esto es un impedimento para darse a conocer en este campo", se lamenta Iriarte. Ante semejante panorama baraja varias alternativas. Entre ellas salir del país y especializarse en fotoperiodismo. Su intención es apostar por una plaza en el International Center of Photography en Nueva York, donde los artistas cuentan con su propio espacio mientras estudian.

Reconoce que se aleja cada vez más de la fotografía artística para acercarse al fotoperiodismo. "Me ayuda mucho a *repensar* la manera en que uno toma fotos porque te exige reflexionar en la composición. El fotoperiodismo me gusta mucho, creo que, hasta el momento, es el que más se acerca a mis intereses".



Testimonios de talonario

La Asociación de la Prensa pide a las televisiones que no paguen entrevistas a implicados en procesos judiciales

R. G. GÓMEZ
Madrid

El exalcalde de Marbella, Julián Muñoz, imputado por el caso Malaya y con varias condenas por causas urbanísticas, recibió un suculento talón por sentarse ante las cámaras de televisión y desgranar sus actividades financieras y los presuntos delitos que las acompañaban. Rosalía García, madre de El Cuco, imputado en el caso de Marta del Castillo, también recibió dinero de una televisión por contar la vida de su familia. Mercadear con este tipo de entrevista puede tener los días contados si prospera una iniciativa para atajar la compra de declaraciones de personas involucradas en procesos judiciales.

Este es el objetivo que se ha marcado la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE). Este organismo avanzó ayer el lanzamiento de una campaña para que los medios de comunicación, y especialmente la televisión, se comprometan a no pagar por la emisión de entrevistas a implicados en procesos judiciales.

La FAPE considera necesario evitar que personas condenadas o inmersas en pleitos con la justicia acudan a los platós a contar sus delitos y sean retribuidos por ello. "Pagar por conseguir testimonios supone deformar la causa judicial enga-

ñando al público", explicó ayer la presidenta de la federación, Elsa González.

Pagar a los famosos para que cuenten sus andanzas en los programas de cotilleo es una práctica habitual en las cadenas de televisión, especialmente las privadas. La feroz lucha por la audiencia entre los dos grandes operadores (Telecinco y Antena 3) les ha llevado a competir por atraer hacia sus pantallas no solo a los personajes populares sino también a personas in-

"Se deforman las causas judiciales engañando al público"

volucradas en casos judiciales de amplio alcance mediático.

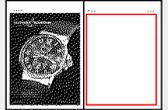
Para conseguir una "limpieza informativa", la FAPE quiere que los medios audiovisuales renuncien a estas prácticas. Una resolución de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología sobre la intervención retribuida de testigos y protagonistas de un proceso judicial asegura que "la comparecencia mediática de testigos y otros protagonistas del proceso mediante retribución genera una situación de riesgo tanto para la recta Administración de Justicia como pa-

ra el derecho de defensa de los implicados en la causa".

Esta comisión ha emitido este año 12 resoluciones sobre las prácticas periodísticas, una de las cuales hace referencia a la piratería audiovisual por parte de la televisión autonómica de Murcia, que, según el dictamen de los 12 miembros de la comisión, plagió informaciones para el programa *El tiempo vivido*. El presidente de la comisión, Manuel Núñez Encabo, apeló ayer al periodismo ético desde la autorregulación independiente y responsable. Frente a las multas de los tribunales, este organismo, dijo, "aplica sanciones morales". La entidad se presenta como una garantía para la credibilidad del periodismo y una alternativa a la regulación jurídica.



Julián Muñoz, a la izquierda, durante el juicio. / CHEMA MOYA (EFE)



FUNDADO EN 1903 POR DON TORCUATO LUCA DE TENA

ABC

PERIODISTAS Y GLADIADORES

POR BIEITO RUBIDO

«Los medios hemos usurpado la dialéctica parlamentaria, pero sin los límites de cortesía que le son propios. Estamos más enfrentados los periodistas que los políticos. Y lo preocupante es que de este modo se desdibuja la actualidad. Hemos pasado del debate político al mediático»

O CURRE con frecuencia que los periodistas quieren ocupar el lugar de los políticos, mientras estos sienten la irrefrenable tentación de dirigir los medios. Es el mundo al revés. O, para ser más precisos, la democracia al revés. Las empresas de comunicación abandonan su original misión hasta pervertirla. Pasamos de intentar ser la conciencia crítica del poder a pretender erigirnos en sus antagonistas. O en el propio Poder. Renunciamos a la labor de información y reflexión reposada e independiente para enzarzarnos en un debate descarnado, donde los partidos quedan en un cómodo segundo plano, a la espera de los posibles réditos del enfrentamiento a muerte entre los periodistas. Puede que nos parezca normal porque es lo que estamos acostumbrados a leer, ver y oír, pero no tiene ningún sentido. Ni mucho menos constituye un buen servicio al deber de contribuir a reforzar una sociedad sana, libre y avanzada. Al contrario, estamos ante una clarísima involución, en donde todos, aunque unos más que otros, arrastramos una cuota de responsabilidad.

Hace apenas unas semanas, el presidente de Coca-Cola Iberia, Marcos de Quinto, reflexionaba con un grupo de empresarios acerca del fenómeno del enfrentamiento entre periodistas de distintas sensibilidades ideológicas. Decía percibir mayor enconamiento entre los profesionales de la comunicación que entre los propios políticos y, desde luego, muy superior que entre los ciudadanos de a pie. Cuando el contraste de opiniones tiene lugar en un plató de televisión, se traduce desde la primera intervención en un bombardeo de descalificaciones al contrario. Casi un linchamiento, muy efectista, pero, por lo demás, del todo previsible. La pauta del programa incluye prácticamente siempre los mismos temas y personajes: cada frente se atrincheró en sus posiciones y ataca sin piedad hasta descender a lo zafio y personal. Se agranda el problema, que acaba por parecer casi un asunto de Estado. Mientras, se hurtan a la opinión pública otras muchas informaciones de su interés. El debate mediático condiciona los puntos de vista y determina lo que es importante y lo que no. Y lo que resulta más grave: provoca un desequilibrio de percepciones que nada bueno puede reportar a una sociedad urgida de madurar.

La centralidad del debate social sigue estando ocupada, en gran medida, por la agenda que marcan los diarios de información general. Pero no



NIETO

cabe duda de que televisiones y radios amplifican ese debate y ejercen mayor influencia sobre la opinión pública. En España, el dial radiofónico se encuentra más o menos equilibrado, mientras que la televisión se ha escorado hacia la izquierda. Se aleja así de una parte notable de su audiencia, que se siente huérfana de contenidos audiovisuales más cercanos a su sensibilidad política. Ni siquiera se satisface el derecho de los ciudadanos de acceder a una reflexión crítica e independiente. Salvo honrosas excepciones, la controversia que se manifiesta en los platós tiene más que ver con el espectáculo que con una contraposición de pareceres y análisis. Si un español se limita a juzgar el momento político por los fragmentos de realidad que determinados medios le aportan, concluirá que estamos a las puertas del Apocalipsis.

Tengo para mí que los comunicadores hemos sobreactuado en los últimos tiempos. Hemos sobrepasado los límites que le son marcados a nuestra propia actividad. Los periodistas no somos policías ni fiscales. Aún menos jueces. Incluso en nuestro aparente papel de informadores hemos desanimado a nuestras audiencias en exceso. Nos hemos regodeado en el pesimismo y el derrotismo; hemos optado por ahondar en las miserias. Trasladamos al ciudadano nuestras angustias económicas.

En España se está produciendo un desplazamiento de funciones e identidades entre poderes

y otros protagonistas del juego democrático. La sociedad civil, a pesar de la irrupción de todo tipo de iniciativas, se ha debilitado en los últimos treinta años. Los poderes públicos se han vuelto hegemónicos y más constrictivos cuanto más pequeño es el territorio. Han ofrecido comodidad y bienestar a los ciudadanos a cambio de que estos renunciaran a sus derechos e ideas y, lo que es peor, a creer en ellos mismos.

Al tiempo, los partidos se han afanado en transformar su tradicional laboratorio de ideas en mecanismos de perpetuación. Los militantes han pasado a ser funcionarios. Las figuras, becarios. El debate se suplanta por el aplauso; la brillantez, por las adhesiones. La consecuencia es un empobrecimiento de la vida política. Un abandono del debate democrático, de la lucha parlamentaria y de la libertad de pensamiento. Justo de aquello que hace progresar a los pueblos. Una dejadez y una mediocridad que han llevado a que la dialéctica política se traslade a los medios de comunicación. Y así, en la democracia española, hemos pasado del debate político al debate mediático.

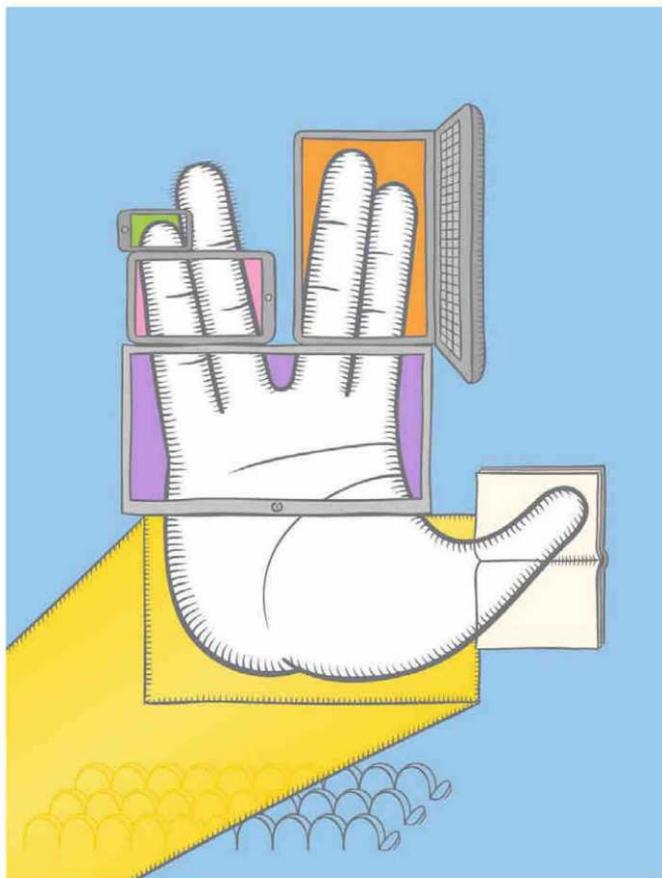
Los medios hemos usurpado la dialéctica parlamentaria, pero sin los límites ni la cortesía que le son propios. Estamos más enfrentados los periodistas que los políticos. Y lo preocupante es que de este modo se desdibuja la actualidad. Se modifica al gusto de tal cadena, cual periódico o aquel grupo de comunicación. La lupa de unos u otros amplifica determinados asuntos, mientras en España sigue siendo fundamental mirar hacia el drama del paro, la ilusionante recuperación económica, la reforma administrativa o educativa, la modernización del país, los intentos seducidos de determinados nacionalismos... En definitiva, apremia la puesta al día de España y de los españoles, después de la fiesta y la siesta que en la bonanza pasada nos dimos todos, sin que nadie nos alertase del abismo hacia el que nos abocábamos tan felices. Falta reflexión de fondo. Mensajes fundados en pensamientos. Visión de futuro. Compromiso con el bien común. Estamos todos instalados en el corto plazo. Y así nos va.

Con esta dinámica no vamos a ningún sitio. Anima poco y resulta nada constructivo ver cómo «plebe y Senado» acuden al circo mediático a contemplar la lucha de unos gladiadores periodísticos que saltan a la arena y allí se convierten en jueces y césares de la sociedad. En esa arena escenifican luchas que no les corresponden. Los medios y quienes trabajamos en ellos podemos ser guardianes de la democracia. En ocasiones, alertando; en otras, dando esperanza, siempre contando la verdad, pero nunca suplantando el papel que la sociedad democrática tiene otorgado a otros. En ese equilibrio inestable que es el juego democrático, cuando los jugadores cambian sus posiciones corren el riesgo de convulsionar a la sociedad.

BIEITO RUBIDO ES DIRECTOR DE ABC



TECNOLOGÍA



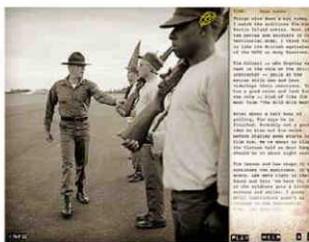
Todos somos 'transmedia'

Las series de televisión y las películas de cine ya nacen pensadas para verse en diversos aparatos, en distintas horas, lenguas y países.

Por **Rosa Jiménez Cano** y **Javier Martín**

Ilustración de **Wearbeard**

Hace años que no se puede ir por el mundo sin ser polivalente y multitarea. Sí, efectivamente, la mayoría lo hemos sido siempre sin necesidad de restregarnos la palabra a cada frase. Hoy toca ir un poco más allá. Se trata de ser *transmedia*; transgredir y transitar por distintos medios de reproducción de contenidos. La producción o la visión de un contenido (película, música, libro...) salta de un aparato a otro. Todo el mundo habla de *Juego de tronos*, por ejemplo, pero ya es más difícil discernir dónde ha visto la serie. ¿En televisión, en el teléfono, en la tableta? Cada capítulo en un aparato diferente y, por supuesto, en horas diferentes, las que quiere el consumidor. Una misma película se piensa para todos los formatos a la vez. ¿Es la película, la serie, el videojuego, la novela? El fenómeno *transmedia* es la vida misma. Y alrededor de él se generan servicios y recursos para acceder al producto audiovisual lo más fácilmente posible. ●



'LA CHAQUETA METÁLICA':

Dos años de rodaje convertidos en aplicación para iPad. Matthew Modine, actor principal, cuenta cómo fue la experiencia en un diario enriquecido con fotos, impresiones, efectos de sonido y pasajes del metraje original. Las zonas *Vida privada* y *Vietnam* resultan especialmente interesantes. Pensad para fanáticos de la película, pero también para los que se deleitan con el diseño cuidado (8,99 euros).

'STAR TREK INTO THE DARKNESS':

Al capitán Kirk, tan futurista él, solo le faltaba llegar a móviles y tabletas. La aplicación de su última película, gratis tanto en Android como en los aparatos de Apple, incluye noticias, perfiles de personajes, cortes de audio y la posibilidad de reservar la película en Blu-ray o DVD. Tras crearse un perfil, se pueden poner a prueba los conocimientos y competir con amigos en el Trivial.



'SEARCHING FOR SUGARMAN':

No es una aplicación sobre la película, sino la herramienta con la que se pudo terminar. La cinta ganadora del Premio Oscar al mejor largometraje documental

se grabó en super 8, pero su director, Malik Bendjelloul, se quedó sin fondos a mitad de rodaje. Se puso a mirar en su iPhone y dio con 8mm Vintage Camera, un programa de 1,79 euros que simulaba el efecto de la película inicial y que le sirvió para dar fin a su filme.

'SUPER 8': La nostálgica cinta de J.

J. Abrams y Steven Spielberg viene con la aplicación del mismo nombre para iPhone: convierte la realidad en la atmósfera de la película. Extraña que cobren 79 céntimos de euro cuando sirve para promocionar el filme. El resultado de sus efectos merece la pena. Imprescindible en el teléfono de aquellos que sean más creativos.



'ROMPE RALPH': Disney ha

puesto el foco en los videojuegos como los mejores compañeros de viaje para sus producciones cinematográficas. *Rompe Ralph*, llena de guiños a los juegos pixelados de los ochenta, cuenta con brillantes versiones tanto para iOS como para Android y se puede adquirir por 1,79 euros. Se trata de una copia exacta del papel que interpreta Félix, el personaje ejemplar que arregla las ventanas de un edificio a toda velocidad. Gratis en ambas plataformas.





Agustí Esteve. Periodista. Director i presentador de '23 24' al canal 324

"Hem donat veu a gent nova"

Reprèn el curs el 9 de setembre en la temporada que el 3/24 fa 10 anys

GEMMA BUSQUETS

● **Quin balanç fa d'aquests primeres sis mesos? Es va estrenar el 14 de gener.**

L'objectiu ha estat fer a poc a poc, ja que el programa naixia com un format nou en un canal d'informació de 24 hores. Vol tenir una personalitat diferenciada però conscient que està integrat en el 3/24. Fins que no vam trobar la fórmula, la barreja que volíem vam trigar una mica. La primera setmana va ser de proves fins que vam trobar el punt que volíem i el que vam intentar perfeccionar.

● **És un espai de llarg recorregut, doncs?**

Vam començar amb els mitjans que ens van donar i a partir d'aquí hem anat avançant. I el cert és que hi hem tret molt de suc. Som un equip petit, de sis persones, ben avingut, amb moltes ganes i amb un suport molt clar de la direcció i intentat esprémer al màxim l'enginyer per tal que el resultat fos treballat, replegat. Hem intentat fer formats diferents dels del *Telenotícies* i sovint amb l'opinió especialitzada dels periodistes de la redacció.

● **Al moment actual hi ha més demanda d'entendre el que passa amb reflexió i opinió?**

Depèn també de la franja del dia. Al vespre, l'audiència demana que la informació vagi acompanyada d'opinió. L'objectivitat no existeix i el que existeix és intentar ser honest i contrastar la informació i donar-hi context. I tenint en compte l'horari en què es fa el programa és molt important aportar-hi aquest valor afegit. La primera part ha estat més de divulgació, amb entrevistes, o amb peces que donessin elements de judici a l'espectador. Però també li ha permès descobrir qüestions dels fets d'actualitat que molt sovint hi passem per sobre. I després, una segona part d'opinió. A la cloenda final hem volgut apostar per la creativitat i les possibilitats que ofereix la imatge i

la música; hem experimentat i crec que hem fet troballes prou agradables.

● **Amb vista al setembre, es preveu introduir més entrevistes? La conversa amb Pujol del juny va batre rècord d'audiència.**

Ho hem anat introduint però tampoc no volem que es converteixi en una secció fixa, setmanal, l'entrevista al personatge. Sí que volem convidar personatges de fons que comentin o analitzin alguna qüestió. Amb el president Pujol vam voler fer un cop d'ull als últims anys de l'evolució del país i com la feina que va fer ha pogut de-

terminar el moment present. Però convidarem més veus autoritzades sempre que ho considerem oportú o l'actualitat ho demani. Ho vam fer amb un monogràfic sobre l'educació, o quan el Tribunal Constitucional va admetre a tràmit la declaració de sobirania vam tenir a la taula dos constitucionalistes. També han estat interessants les entrevistes no presencials que hem pogut fer amb científics, per exemple, a través de les noves tecnologies. I quant a més novetats del setembre, volem incorporar les portades dels diaris com a cloenda. Crec interessant tancar al programa amb el cop d'ull dels diaris de l'endemà. Després del recorregut previ a la divulgació, l'opinió, la participació i la creativitat, poder tornar a la informació per després enllaçar amb la roda del 3/24.

● **Com ha estat el pas a la tele d'un home de ràdio?**

Estic molt satisfet. Ha estat una gran oportunitat. En realitat el periodisme que es pot fer a ràdio, televisió i fins i tot premsa, sí ho tens clar, lògicament hi ha les condicions de cada mitjà, però et pots adaptar perfectament. A la tele, has d'estar molt pendent de l'escenari d'on treballa i el control de les càmeres. M'he plantejat el projecte com un repte de fer a poc a poc.

● **Mirant les tertúlies, un té la sensació que els opinadors són els mateixos. Al programa s'hi han vist cares noves.**

Sí, és una de les característiques que el temps i el fet de ser un espai de llarg recorregut ens ha permès fer. Són gent que no havíem escoltat ni vist i que aporten una visió diferent, més fresca, i penso que més divulgativa. Hem fet un equip però no és tancat, sempre està obert.

● **La Sexta i Tele 5 han convertit el debat polític en espectacle.**

No és el nostre periodisme d'opinió. El que pretén el programa és divulgar i donar opinió autoritzada i després que l'espectador es formi la seva.



Agustí Esteve té una llarga trajectòria a la ràdio. /TV3



És important donar a l'espectador la informació acompanyada d'opinió

DADES

El presentador. És professor associat de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB.

L'experiència. Entre altres, ha estat director d'Informatius, coordinador de Continguts i responsable de Nous Formats i de programes especials de les emissores de Catalunya Ràdio



BALANCE DE UN AÑO DE VÉRTIGO

«Hemos conseguido una televisión neutral e imprescindible»

Leopoldo González-Echenique
Presidente de RTVE



► Frente a las críticas, el presidente de RTVE advierte que «hagas lo que hagas, siempre hay fuerzas que lanzarán un mensaje determinado»

FEDERICO MARÍN BELLÓN
MADRID

Leopoldo González-Echenique (1969) lleva doce meses entre Prado del Rey y Torrespaña. Asomado a su ciudad natal desde el «Pirulí», la pregunta llega como caída del cielo. «Vértigo no. Lo que impone es mucho respeto esta casa. Las decisiones que se toman imponen por las consecuencias, el impacto mediático y la visibilidad». Desde los primeros compases, el presidente de la corporación RTVE intenta reforzar su imagen de gestor, de abogado del Estado con experiencia privada (Barclays, NH Hoteles). Habla con entusiasmo del liderazgo tecnológico

y de la integración con las redes sociales. Poco dado a la queja, ni siquiera descarta seguir en el puesto –su mandato es de seis años– con otro Gobierno. Echenique niega, en suma, sufrir las tensiones inherentes a su sueldo. «No hay presión. Puedo decir con orgullo que no la recibo del Gobierno ni de las fuerzas políticas».

—¿Ha conseguido entonces la televisión neutral que prometió?

—Sin ninguna duda, pero hagas lo que hagas siempre hay fuerzas que lanzarán un mensaje determinado y otras el opuesto.

—¿Hacen mella las críticas?

—Las escucho para mejorar.

—Cuando llegó, se encontró el encargo de recuperar audiencia, cumplir un servicio público y gastar menos.

¿Cómo se cuadra el círculo?

—El primer año hay que conocer cómo funciona la casa y el papel de las personas, ajustar los gastos. Ahora somos optimistas y creemos que se pueden hacer grandes cosas con el dinero asignado.

—¿En algún momento tuvo la sensación de que el reto era imposible?

—Nunca sentí que me encomendaban una misión imposible.

—Dentro del fuego cruzado, algunos decían que lo único sensato era cerrar la casa.

—Mi percepción es que TVE no fue nunca tan imprescindible.

—¿Por qué?

—Primero, para informar. Una sociedad más informada es más libre. En segundo lugar, para promover un entretenimiento edificante. Entretener sin informar o informar sin entretener no son conceptos sostenibles en una televisión pública.

—¿Qué ha aprendido?

—He sido consciente de la importan-

cia territorial que tiene TVE, el papel que juega en España.

—¿Se puede potenciar algo mientras se aplican recortes?

—Lo veo perfectamente compatible. Consiste en revisar al detalle los procesos, hacer más cosas con los mismos medios. Nos hemos concentrado, por ejemplo, en integrar TVE y RNE en los sitios donde tenían distintos inmuebles.

—Hay quienes ven RTVE como un dinosaurio que podría vivir con la mitad de plantilla.

—Aquí hay un componente intencional. Se encargan dictámenes a consultoras supuestamente independientes para trasladar esa idea. La corporación tiene unas obligaciones muy distintas a las del resto de medios: 17 corresponsalías, un coro y orquesta, el archivo audiovisual... Nos obliga a tener una infraestructura y unos recursos, sobre todo humanos, incomparables.

—¿Su mayor logro es la paz social que acaricia sin recurrir al ERE que tantos daban por sentado?



FOTOS: IGNACIO GIL

«No podemos seguir el ritmo del deporte»

Echenique admite que hay terrenos de juego en los que han tenido que retirarse, como los derechos deportivos. «Hemos levantado el pie del acelerador. No podemos seguir el ritmo. Es una de las consecuencias de la reducción presupuestaria. No llegamos a la selección española de fútbol ni a contenidos como el torneo de Roland Garros, que veníamos ofreciendo».

Con un punto de venganza, acto seguido remarca otras renunciaciones: «Hay elementos que otros sí utilizan y en los que tampoco podemos competir, como la prensa amarilla.

Nosotros tenemos que ser mucho más blancos».

—**Tampoco pueden renunciar a la audiencia...**

—Debemos tener influencia y la influencia se llama audiencia. Sin ella nuestra misión de servicio público no se cumple. Por eso desplegaremos todo nuestro potencial en el conjunto de nuestra geografía para ofrecer un panorama de la actualidad, no sólo la informativa. Enseñaremos esa España rica y variada, con imágenes desde las alturas y desde las profundidades, en la que pasan cosas constantemente.



González-Echenique de los estudios de Torrespaña

El presidente de RTVE en la azotea del mítico «Piruli»

—Es imprescindible un régimen laboral no igual, pero sí más próximo al de nuestros competidores. Todos nos comparamos con el mismo rasero, el índice de audiencia, y nosotros necesitamos nuestro talento, la masa intelectual, que es la plantilla, pero con un régimen que mire al futuro. Estamos orgullosos de haber llegado a un acuerdo con la mayoría de representantes sindicales.

—**Habla de las audiencias, que han caído de forma evidente. ¿Volverán a luchar por ser líderes?**

—Cayeron sobre todo a partir de abril de 2012, cuando se cerró el grifo del gasto. Hay una relación directa entre lo que se invierte en programas y el rédito en la audiencia. Estos meses hemos diseñado la nueva programación y creemos que dará sus frutos a partir de otoño.

—**Ahora que la Justicia europea ha fallado a favor, ¿se despejan los problemas financieros?**

—La decisión refuerza enormemente

la certeza de nuestro modelo.

—**¿Y aleja la opción de recuperar la publicidad?**

—Lo ignoro. No puedo pronunciarme. No está dentro de mis competencias.

—**¿Se ha sentido con las manos atadas? ¿Echó algún órdago al Gobierno para obtener un respiro?**

—Un órdago no, porque en este mundo no funcionan. Lo que sirve es construir el futuro, pensar en el medio plazo. La programación que lleva nuestra firma se verá después del verano.

—**¿Cómo será?**

—Queremos enseñar España, nuestras costumbres y paisajes. La cultura empresarial también estará muy presente, así como la cultura en sí misma y la solidaridad, que vamos a reflejar.

—**La cultura es difícil que dé audiencia.**

—Somos una corporación de servicio público y tenemos la obligación de ofrecer contenidos que el resto, por razones obvias, no pueden hacer.

—**Para un gestor de corte «científico»,**

“

Nueva temporada
«Hemos diseñado la nueva programación y creemos que dará sus frutos en otoño»

Ajuste de gastos
«Somos optimistas y pensamos que se pueden hacer grandes cosas con el dinero asignado»

Posible cierre
«Mi percepción es que TVE nunca fue tan imprescindible como ahora»

las audiencias pueden ser tan volátiles como los goles.

—La televisión es un arte, al fin y al cabo aunque vivimos en un mundo de hábitos. Por eso la respuesta se tiene muchas veces cuando pasa un tiempo, como ocurrió en «MasterChef».

—**¿A los éxitos concretos les ha faltado una programación articulada, sin agujeros?**

—Sin ninguna duda, nuestro gran reto es la tarde. Quedó descompuesta con el fin de «Amar en tiempos revueltos».

—**La cadena la dejó escapar.**

—Cuando llegamos, hacía un mes que se había comprometido con otra competidora.

—**Ocurrió cuando RTVE no tenía presidente.**

—Es verdad que ese año tuvo un impacto muy drástico y duradero, negativo.

—**¿Habrán nuevas apuestas en series y concursos?**

—Seguiremos apostando por las series, que son el nombre y apellido de TVE.

—**¿Son rentables, pese a su coste?**

—Hemos bajado un 17 por ciento el coste de los capítulos de «Águila roja» y lo mismo con el resto. «Isabel», que ha arraigado de una forma inusitada, volverá tras el verano. Además, la Real Academia ha revisado sus guiones para darles consistencia y fiabilidad histórica.

—**Los informativos no marchan igual de bien.**

—Su credibilidad sigue siendo un atributo característico. Mantienen una media superior a la de la cadena en un 30 por ciento. Eso es por algo, pero también se han visto impactados por la caída generalizada.

—**¿A qué obedecen los cambios de caras?**

—El objetivo es reforzar el liderazgo. Hemos apostado por el talento de los rostros más conocidos y con mayor experiencia.

—**¿Qué responde a quienes explican la caída por la manipulación?**

—Niego tajantemente que haya cualquier tipo de manipulación. Nuestros informativos son plurales.

—**Otra cosa muy criticada son los patrocinios. ¿Fue un error retirar la publicidad?**

—Yo no juzgo. Es un marco instaurado hace varios años. Me atengo a lo que tenemos y utilizo todos los recursos. Siempre vienen avalados por informes jurídicos, internos y externos. De hecho, rechazamos muchas ofertas, con dolor de corazón.

—**¿El cargo es otro sacrificio o tiene sus recompensas?**

—Hay sacrificio, personal y económico. A mí la visibilidad no me parece buena. Luego, hay otros aspectos profesionales favorables. Seguramente se puede opinar mejor después.

—**¿Debería llegarse al puesto con mayor consenso?**

—Votaron a favor 192 diputados. Es un índice de consenso apabullante.

—**Dicho de otro modo, ¿se podría despolitizar más este trabajo?**

—Yo trato de desempeñarlo con criterios estrictamente profesionales, aunque hay un entorno a tener en cuenta.



6 stop estiu www.stop-estiu.com

RELAT I L'HOME EQUIVOCAT

La història de l'home equivocot és molt curiosa. El va inventar una periodista per acabar el seu llibre, però la història és veritablement curiosa. El va inventar una periodista per acabar el seu llibre, però la història és veritablement curiosa.

L'home equivocot

EL MONTGRÍ
Obrint nous camins

PER OLGA MERINO

TATUATGE

EL SERRA

EL SERRA

EL SERRA

A PUNT.
Algunes proves de maquetes d'El Periódico de l'Estiu. Relats, un diccionari i passejades.

16 bcn estiu www.bcn-estiu.com

FASCIANT PER CATALUNYA

EL MONTGRÍ
Obrint nous camins

Un massís muntanyós a tocar del mar amb un munt de possibilitats per destruir del paisatge

'El Periódico de l'Estiu' ja és aquí

El Periódico de l'Estiu tornarà a ser demà al quiosc, i a la versió on line, amb novetats i continguts que complementaran

l'actualitat. El cos estival del diari inclourà les seccions Gran Barcelona, Esports i iCult (Espectacles, Cultura i Gent) juntament amb altres de nova creació, mentre que l'altre bloc continuarà el Tema del Dia, Opinió, Internacional, Política, Economia, Societat i TV.

Una de les novetats és una sèrie sobre persones que han aconseguit refer-se de la crisi, el temible vocable d'aquest temps, i reinventar-se amb replantejaments que no tenien res a veure o molt poc amb les seves anteriors ocupacions; des d'una parella que treballava a Barcelona i ara està al capdavant d'una masia de turisme rural al Montseny, fins a un jove informàtic que va abandonar l'asfíxia econòmica de la capital catalana per traslladar la seva empresa a un roncònid enclavament del Montnegre.

Una altra aposta fixa serà el *Testimoni directe*. Cada dia, un periodista d'aquest rotatiu reconstruirà en format de crònica una notícia de relleu que hagi viscut de prop. Dos exemples: Rafael Tapounet relatarà la clamorosa manifestació de l'11 de setembre i Pau Arenós explicarà el moment en què els germans Roca van ser coronats com els artífexs del millor restaurant del món.

La versió estival del diari truca a la porta: des de demà, fins al 25 d'agost, comença la publicació de continguts especials per reforçar

l'oferta estiuenca. Juntament amb les noves aportacions també hi haurà les seccions de Gran Barcelona, Esports i iCult.



Josep M. Fonalleras, Emma Riverola, Carlos Zanón, Xavier Moret, Olga Merino, Martí Caparrós, Albert Espinosa i Lluïcia Ramis.

Lluir-se a la cuina

La gastronomia hi tindrà pol. Receptaris de senzill factura, molt apropiats per als dies de secà i xafegor, apareixeran en formats molt visuals, dividits en cinc blocs fins a un total de 25 elaboracions: 5 gelats, 5 entrepans, 5 plats vegetarians, 5 còctels vinculats a sèries de televisió i 5 arrossos.



També la literatura, la lectura com a quinta essència de l'oci estiuenc, tindrà un lloc preponderant a *El Periódico de l'Estiu*. Cinc escriptors, col·laboradors d'aquesta casa, estructuraran els seus relats en cinc capítols. La sèrie començarà amb Xavier Moret i es tancarà amb Albert Espinosa. Pel mig, Llúcia Ramis, Carlos Zanón i Martín Caparrós.

Si quan la canícula castiga és millor posar-se a l'ombra i llavors la lletra és patrimoni de l'hamaca i la butaca, la sabatilla i la (moderada) suor també hi tenen un lloc, encara que sigui metafòricament. Olga Merino, novel·lista i articulista d'*El Periódico*, escriurà sobre les seves ex-

Relats, receptes, humor i històries sobre persones que es reinventen en la crisi són algunes de les apostes

periències després de les passejades per diferents llocs de Catalunya, alguns en entorns massificats, altres en racons selectes.

Dues plomes més del diari, Josep Maria Fonalleras i Emma Riverola, mantindran el seu indesmaïable colze a colze, aquesta vegada amb un diccionari en què cada un aportarà la seva particular definició a una paraula diferent cada dia. Compartint espai amb ells, el dibuixant Tàsies exposarà amb les seves pinzellades l'actualitat. La *Gent corrent* continuarà ocupant la contraportada i tots els diumenges el col·lectiu Doce Monos arrencarà somriures i reflexions amb una pàgina d'humor. Juntament amb les seccions espe-



APOSTES. A dalt, la 'Gent corrent' de la contraportada, els que s'han reinventat amb la crisi i un 'Testimoni directe'. Sobre aquestes línies, algunes portades d'*El Periódico de l'Estiu* de l'any passat.

cial, *El Periódico de l'Estiu* tindrà tres grans blocs: Gran Barcelona, atenta a les notícies diàries i també a tot el que està relacionat amb el turisme a la ciutat i com la poden disfrutar els que s'hi quedin. Un apartat especial posarà el focus en la recerca de la icona de Barcelona, aposta d'aquest diari a la qual se sumaran opinions d'artistes i dissenyadors.

La macrosecció iCult prestarà atenció als molts festivals que se celebren a Catalunya en aquestes dates, i també reforçarà l'espai destinat a l'observatori de famosos de les pàgines de Gent.

La tercera secció que donarà cos al suplement serà la d'Esports, plena

L'elecció de la icona de BCN, els festivals i el retorn del Barça seran plats forts del suplement

d'esdeveniments. Per començar, el Mundial de natació que se celebra a Barcelona, i aviat arribaran els grans reptes futbolístics. El Barça juga dimecres un amistós a Munic contra el Bayern de Guardiola, després disputarà el Gamber davant el Santos (2 d'agost), i la Lliga començarà més aviat que mai, amb el debut al Camp Nou el 18 d'agost contra el Llevant.

El suplement *Més Esport* tornarà el dissabte 31 d'agost, mentre que *Més Periódico* reprèn la seva cita dominical l'1 de setembre, igual que *Airbag*. L'última entrega de *Time Out* serà el 2 d'agost, per tornar el divendres 30. Teletodo (dissabtes) i Dominical se segueixen publicant sense interrupció estiuenca. ≡

> POLÍTICOS BAJO SOSPECHA  El análisis

¡Malditos periódicos!



A FONDO

CASIMIRO
GARCÍA-ABADILLO

La conversación se puso tensa y, llegados a un punto, el ministro estalló: «Vosotros os vais a hundir antes que el Gobierno». Su interlocutor, un periodista, no podía creer que uno de los miembros del Gobierno que goza de acreditada fama de «independiente» hubiera asumido hasta ese extremo la teoría de la conspiración, según la cual EL MUNDO, con la publicación de los papeles de Bárcenas, sólo busca la caída de Mariano Rajoy.

Esa tesis sólo puede entenderse en el contexto del nerviosismo que dichos papeles han provocado en determinados miembros del Gobierno y líderes del PP.

Hay que recordar que EL MUNDO apo-

Los medios que perduren no serán los dóciles, sino los que cumplan con su papel de denunciar

La negativa de Rajoy a hablar en el Parlamento ahonda en la sospecha de que Bárcenas no miente

yó editorialmente a Rajoy en las elecciones del 20-N. En primer lugar, porque era la mejor solución para salir de la recesión a la que nos llevó la mala gestión económica de Zapatero ante una crisis financiera mundial sin precedentes. En segundo lugar, porque el PP representaba la oportunidad de una regeneración democrática que el PSOE había eludido (el encuentro del ministro Blanco con Dorribo en la gasolinera de Guitiriz fue uno de los chascarrillos más utilizados por sus líderes en la campaña electoral). Esas circunstancias propiciaron una mayoría absoluta sin precedentes para el partido conservador.

También hay que recordar que, al margen de la subida de impuestos (a la que EL MUNDO se opuso en consonancia con el propio programa del PP), este periódico ha

apoyado la mayoría de las reformas emprendidas por el Gobierno: reforma financiera, plan de proveedores, reforma laboral –con matices–, reforma de la Administración, reforma educativa –ésta también con matices–, etc.

Lo que no ha podido soportar el Gobierno es precisamente eso: que un medio considerado cercano a sus posiciones políticas esté debilitando al presidente en base a las acusaciones del ex tesorero del PP.

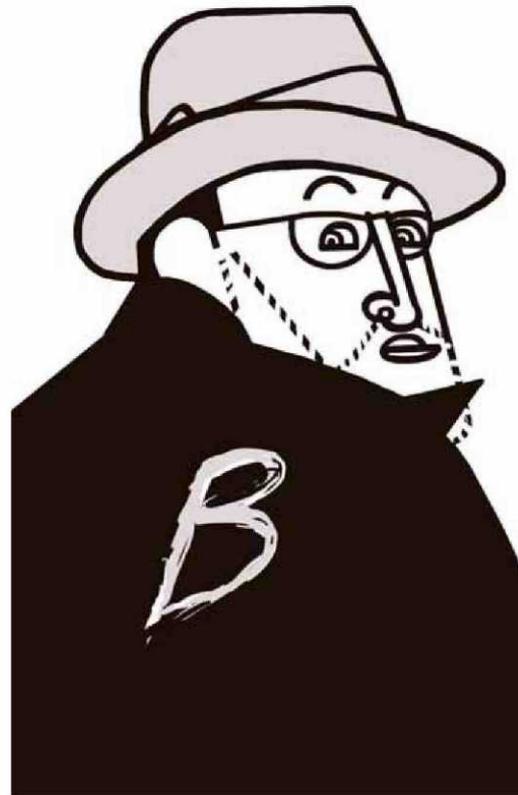
Una cosa que no entienden muchos políticos (y también muchos periodistas) es que un medio de comunicación, un periódico, sólo tiene un compromiso ineludible; el compromiso con la verdad y con sus lectores.

El Gobierno esgrime en su defensa que algunos medios den más credibilidad a Bárcenas que a Rajoy y advierte que esa «campana» puede poner en riesgo la recuperación que ya se vislumbra. En esta cuestión no me detendré, ya que suele ser un argumento recurrente de todos los gobernantes cuando se ven acosados. Unos se envuelven en la bandera (Mas y Pujol), otros en el patriotismo (Zapatero cuando negaba la crisis y acusaba de «falta de patriotismo» al PP).

La credibilidad es la cuestión. Porque la credibilidad es el principal activo de un político. Demos por hecho que el tesorero del PP es un delincuente (presunto, aún) y que actúa por venganza, al no haberse cumplido sus expectativas de que el Gobierno le quitase de encima a las fiscales del caso Gürtel. Estaríamos ante el comportamiento tipo de todos los procesados que han puesto sobre la mesa graves casos de corrupción. El hecho de que Amedo fuera condenado, entre otras cosas, por seis delitos de asesinato frustrado, no impidió que sus revelaciones llevaran a la cárcel a Barrionuevo y a Vera.

Lo que convierte a Bárcenas en peligro para el Gobierno es que fue gerente y tesorero del PP durante más de 20 años. Lo que hace que sus documentos sean letales es que ponen de manifiesto que el partido se ha financiado con donaciones ilegales de empresarios (cosa que todos niegan en público, pero que la mayoría admite en privado), y que, con una parte de esos fondos, se pagaron sobornos en dinero negro a sus principales líderes (cosa que alguno ya reconoce *off the record*).

En todo caso, los posibles delitos (la mayoría prescritos) deberá determinarlos el juez instructor. Nada hace poner en duda la capacidad e independencia de Ruz para llegar hasta el fondo del caso.



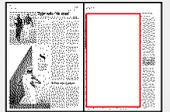
ARNAL

Pero ahora estamos en la fase política. No sabemos si lo que declaró Bárcenas al juez de la Audiencia Nacional es cierto o no. Lo que sí sabemos es que: el ex tesorero llegó a acumular una fortuna de 48 millones de dinero negro; que tras producirse su imputación en el sumario del caso Gürtel, Cospedal tuvo que hacer frente a duras presiones para mantenerle en el cargo; que tras dejar de ser tesorero, el partido, sin conocimiento y, por tanto, sin la aprobación de la secretaria general, le firmó un contrato laboral que le reportó más de 400.000 euros en dos años; que el PP le pagó su defensa (con un coste de otros 400.000 euros), cosa que no hizo con otros imputados; que el partido le permitió utilizar un despacho en la sede de Génova y le mantuvo a su secretaria; que Mariano Rajoy siguió en contacto directo

con Bárcenas después de la publicación de las fotocopias de la contabilidad B en *El País*... Esos hechos son más que suficientes como para exigir una explicación política del presidente en sede parlamentaria. Su empecinamiento en negarse a ello sólo ahonda la sospecha de que lo que dicen los papeles de Bárcenas es cierto. El Gobierno puede empeñarse en convertir este caso en una guerra contra un medio de comunicación, pero ese sería su más grave error. Los hechos son testarudos y nadie, por muy poderoso que sea, puede blindarse contra la verdad. Nuestro ministro aludía para hacer su apuesta sobre quién resistiría más –si el Gobierno o EL MUNDO– a la difícil situación por la que atraviesan los medios de comunicación. Tenía razón en una cosa, la recesión y un cambio estructural de modelo han llevado a los grupos editoriales en España a vivir momentos de angustia. Pero se equivocó en lo fundamental: los medios que salgan adelante, los que sobrevivan, no serán los más dóciles con el poder, sino los que cumplan con el papel de denuncia que ha hecho de los grandes periódicos uno de los cimientos más sólidos de la democracia ¿Moribundos? No. Más vivos que nunca. Ahí están los periódicos, marcando la agenda política del país, como ha sucedido en los últimos dos siglos en todas las democracias.



Siga a Casimiro García-Abadillo en Twitter: [garcia_abadillo](https://twitter.com/garcia_abadillo)
[@casimiro.g.abadillo](https://twitter.com/casimiro.g.abadillo)



TELEVISIÓN



Leopoldo González-Echenique, durante una comparencia parlamentaria. / JUANJO MARTÍN (EFE)

Echenique, bajo fuego amigo

- ▶ El presidente de RTVE es cuestionado por determinados sectores del PP
- ▶ Los nuevos editores de los telediarios controlarán de cerca los contenidos

ROSARIO G. GÓMEZ
Madrid

Con las audiencias bajo mínimos, el liderazgo de los informativos perdido, el convenio colectivo sin cerrar y el presupuesto menguando, la televisión pública se enfrenta a una situación complicada. Además, sus gestores se topan con otra piedra en el camino: el descontento del PP. De ahí la pequeña revolución vivida esta semana en Torrespaña, la sede de los Servicios Informativos. El jefe del área, Julio Somoano, ha destituido a los editores de los principales telediarios para situar a profesionales de su absoluta confianza y tratar así de "contener las críticas que llegan desde el PP", dice un alto cargo la cadena.

A estas críticas no escapa el presidente de RTVE, Leopoldo González-Echenique. Este abogado del Estado, con escasa experiencia en medios audiovisuales, llegó hace apenas un año a Prado del Rey con el aval de la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría. Los sectores del PP más cercanos a la secretaria general, María Dolores de Cospedal, no ocultan su irritación con la marcha de la cadena, y especialmente de sus informativos. "Echenique teme menos a los partidos de la oposición que al fuego amigo", afirman fuentes próximas al presidente de RTVE.

La oleada de cambios en los telediarios que se avecina viene a ser una manera de contener las embestidas que, en privado, realizan dirigentes del PP. "Son fruto del ultimátum que le han dado a Echenique y a Somoano", sostienen. La cadena asegura, por su

lado, que los nombramientos buscan "reforzar el liderazgo de los informativos y suponen una apuesta decidida por el talento de RTVE". Aunque desde la oposición los ven de otra manera. "Son cambios para manipular y suponen el regreso a la etapa de Alfredo Urdaci" (responsable de informativos con el PP en la etapa de Aznar). A los sindicatos también les ha sorprendido "el bandazo". CC OO asegura que han colocado "a profesionales de distinto perfil: unos desempeña-

Los cambios tienden a contentar al ala más crítica de los populares

TVE no emitió el abucheo al ministro Wert por no pagar las imágenes

ron puestos clave en la etapa del manipulador Urdaci, otros proceden de proyectos fracasados en RNE, y alguno simplemente ha tenido ascensos meteóricos en los últimos tiempos".

En esta apuesta por "el talento", Somoano ha destituido a los editores que nombró hace un año. Con uno de los afectados, José Luis Regalado (TD-2), ha mantenido algún que otro rifirrafe. Como, por ejemplo, el que se produjo por la no emisión en TVE de un abucheo de los estudiantes al ministro de Educación, José Ignacio

Wert. Este episodio provocó la intervención del Consejo de Informativos, según el cual Regalado propuso comprar aquellas imágenes —se habían difundido en todas las cadenas menos en la pública y costaban alrededor de 350 euros—, pero el jefe de Informativos se opuso alegando limitaciones presupuestarias.

Los recortes explican, solo en parte, la caída de la audiencia de los telediarios. En su periplo por diversos cursos de verano, Somoano ha expuesto que los problemas de financiación impiden abordar proyectos ambiciosos, motivo por el que la audiencia se resiente. "No tenemos el presupuesto de la BBC", ha lamentado. Para intentar recuperar la hegemonía, el telediario estelar estará conducido la próxima temporada por Ana Blanco, hasta ahora en la edición de las 15.00. El TD-2 es el que más desgaste ha sufrido. Por eso, TVE ha decidido concentrar a las 21.00 "los rostros más conocidos y de mayor experiencia profesional". Blanco, que atesora más de dos décadas ante las cámaras, estará acompañada por Marcos López y Jesús Álvarez. TVE observa que la caída de la audiencia está relacionada con el efecto arrastre y el mal funcionamiento de la tarde. El pasado martes, por ejemplo, *Corazón*, que precede al TD-2, registró una cuota de pantalla del 5,4%, mientras que el noticiero logró una media del 12,4%. El mismo día, Telecinco obtuvo un 17,9% con *Pasapalabra* y su informativo cerró con un 17%.

Al margen de la audiencia, el PP quiere influencia. "No se puede decir que los informativos hayan hecho grandes manipulacio-

nes. Eran sesgados hacia el partido en el Gobierno, pero no de una manera escandalosa", afirma un periodista de TVE. "Otra cosa", matiza, "es RNE". "Con los nuevos editores, tememos que la televisión se convierta en un clon de la radio. Los telediarios serán más afines al PP".

La clave de los contenidos está, precisamente, en los editores. Son los que deciden las escaletas; no en los presentadores, cuya misión es la de simples locutores. Somoano optó ya hace un año por

"Tememos que la televisión sea un clon de la radio", dice un periodista

Somoano achaca la caída de audiencia a los recortes presupuestarios

separar ambas figuras, ya que, antes de su llegada, algunos conductores eran también editores (Ana Pastor en *Los desayunos*; Pepa Bueno en el TD-2, y Xabier Fortes en *La noche en 24 horas*).

Para cuadrar el organigrama, la cadena asegura que recurre a "los profesionales de la casa". Sin embargo, la futura directora de los informativos de RTVE.es será Josefa Paredes, llegada de fuera. El organismo que representa a los profesionales considera este fichaje "totalmente injustificado en un momento de recortes".



Ara.cat: nova imatge, millor navegació

La web líder en català estrena un nou disseny per facilitar l'experiència dels usuaris

Els usuaris de l'Ara.cat troben des de dimecres una navegació més intuïtiva a la web. El portal de notícies líder en català s'ha redissenyat per millorar l'experiència d'ús i ordenar millor els continguts.

ARA

BARCELONA. Una navegació més bona, més còmoda, més intuïtiva. Una web amb els continguts més ben ordenats i fàcils de trobar en el gran volum d'informació que es produeix cada dia. Això és el que proporciona el nou disseny de l'Ara.cat, la plataforma digital de l'ARA i el portal informatiu líder en català, amb més d'un milió d'usuaris únics al mes.

L'objectiu del canvi d'imatge, que es va estrenar dimecres, és fer arribar els continguts amb més claredat, evitar qualsevol barrera en el procés de comunicació, bidireccional, entre els que fem l'ARA: periodistes i usuaris.

Nova tipografia

Una de les claus del nou disseny és la nova tipografia, una lletra *sans serif* de pal sec, sense ornaments als extrems, que fa més neta la presentació i més fluida la lectura en pantalla. Els titulars també s'han reforçat per fer-los més visibles en determinats moments i notícies. La gran novetat és una gamma de titulars més variada, amb diversos cossos de lletra, que permet triar el més adequat a cada moment per jerarquitzar els continguts i assenyalar els que són més importants.

'Ara mateix', el minut a minut

Però la decisió de facilitar la navegació s'expressa també d'altres maneres, amb diverses fórmules per ordenar els continguts: cada lector pot triar com vol que sigui la seva experiència, quin recorregut vol fer a cada moment, en funció del temps de què disposi.

Amb aquest objectiu hem creat l'espai *Ara mateix*, un minut a minut de l'actualitat que es renova constantment a la columna dreta –la més estreta– de la pantalla. Hi trobareu sempre els titulars més recents, amb una fotografia que acompanya la notícia i l'hora en la qual ha estat publicada: si hi cliqueu, podreu llegir la informació immediatament.

I encara podeu optar per descobrir *El més llegit* i *El més comentat*, que us permet trobar, amb una presentació basada en les fotografies,



UNA WEB MÉS VISUAL
La fotografia, els títols més destacats, l'opinió ben a la vista i el minut a minut de la columna dreta, pilars del nou Ara.cat. XAVIER BERTRAL

quins són els temes amb els quals interactuen més els lectors, els membres de la comunitat de l'ARA.

Diversos formats nous per als continguts més destacats també permeten fer molt més visual la resta de la portada, que potencia les fotografies amb una implicació especial dels editors gràfics de l'ARA. Hem estrenat, per exemple, un *slider* que permet una lectura lateral, visual i molt ràpida de les notícies més destacades. Sovint trobareu aquest mòdul sota la capçalera, en el primer *scroll* de la portada. En altres



Fotografia
Les imatges, fonamentals per descobrir el món, guanyen protagonisme

ocasions, trobareu una notícia única destacada a l'obertura, amb una fotografia de grans dimensions que ressalta el protagonisme de la imatge per la qual apostem, de la mateixa manera que ho fem des del primer dia a l'espai Mirades, que podeu veure a l'edició en paper i a la web.

Més vídeos, més audiovisual

L'impuls de l'Ara TV és un altre dels objectius del canvi. Aquest diumenge ja podeu veure en funcionament a la portada nous mòduls de presentació dels vídeos, amb les entrevistes d'Antoni Bassas i Carles Capdevila. En una altra fase, hi haurà una renovació total de la presentació de l'Ara TV.

També canvia el funcionament de la capçalera, que passa a ser fixa: per molt que baixem portada avall per llegir totes les notícies, mai la perdem de vista. Així, sempre tenim accés als sis menús, les sis potes de l'ARA: l'actualitat, l'opinió, Ara TV, el diari –l'edició impresa i l'hemeroteca– i les comunitats.

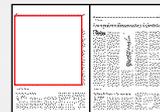
Com sempre, esperem les vostres opinions als espais per a comentar de la web, que ens permeten tenir un diàleg permanent amb els lectors. —

Més d'1.100.000 usuaris únics al mes, un lideratge consolidat

L'Ara.cat va tenir al juny 1.178.344 usuaris únics. A la segona posició del rànquing de diaris digitals en català hi ha Vilaweb (751.271), seguit de molt a prop per Nació Digital (709.257). Aquesta xifra, certificada per OJD, confirma una vegada més que el lideratge de l'edició digital de l'ARA s'ha consolidat. De fet, a l'octubre –la tardor és l'època de més consum d'internet, al contrari que l'estiu– es va assolir el rècord d'1.492.949 usuaris únics. Però hi ha altres dades que il·lustren la penetració de l'Ara.cat a l'univers de la informació digital. La web mòbil, per exemple, és utilitzada per 200.000 usuaris cada mes. I les aplicacions d'iPhone i d'Android tenen 22.000 i 28.000 usuaris mensuals respectivament. La d'iPad, la utilitzen 34.000 persones mensuals. El diari en PDF és un altre èxit: 4.000 descàrregues cada dia des de l'iPad i 2.000 més des de la web.



Immediatesa i informació visual són les dues targetes de presentació de l'Ara mateix. XAVIER BERTRAL



Tribuna

El cuarto poder



DÁNEL
ARZAMENDI
Abogado

El escritor norteamericano Howard Phillips Lovecraft defendía que el periodismo era un oficio muy sencillo: sólo hay que escribir lo que dicen otros. Olvidaba el gran novelista, voluntaria o involuntariamente, el papel fundamental que los medios de comunicación asumen en las democracias modernas como medio de control de la actividad política.

Las capacidades del sector periodístico como ariete capaz de reventar las murallas del poder han quedado de relieve en numerosas ocasiones a lo largo de la historia. El ejemplo paradigmático lo encontramos en la caída del presidente Nixon tras las investigaciones de Carl Bernstein y Bob Woodward, aunque tenemos muestras más cercanas en tiempo y espacio como el acoso mediático que sufrió Felipe González por los escándalos de corrupción y guerra sucia de los años noventa que acabaron definitivamente con su mandato.

Ya en el siglo XVIII el político británico Edmund Burke acuñó el término *cuarto poder*, presagjando la influencia que la prensa cobraría en el futuro tras observar el importante papel que jugó en los años previos a la Revolución Francesa. De hecho, muchos consideran a Jean Paul Marat, editor de *L'Ami du peuple* e instigador de innumerables ejecuciones sumarias, el fundador del periodismo agresivo y populista que tanto se ha prologado desde entonces, aunque los ajusticiamientos actuales no supongan perder la cabeza pero sí la reputación para siempre.

Durante los últimos años el periodismo español se ha caracterizado, salvando honrosas y esca-



sas excepciones, no ya sólo por analizar la realidad desde una perspectiva ideológica muy marcada, sino por caminar sospechosamen-

Un país democrático necesita medios de comunicación realmente independientes

te de la mano de determinadas siglas políticas.

Esta deriva servil ha llegado a tal punto que todos los ciudadanos podemos anticipar la opinión de que van a mantener determinados medios ante cualquier iniciativa política dependiendo del partido que la proponga. Por si fuera poco, se ha creado un clima periodístico que permite prever con total certeza la respuesta de cada grupo de comunicación a los casos de co-

rrupción que afectan a nuestra vida parlamentaria según sea la formación política a la que afecte la sospecha. Así, todos coincidiríamos al identificar qué periódicos madrileños nunca serán un problema para Mariano Rajoy por el caso Bárcenas, qué medios dedicarán un espacio residual al escándalo de los ERE andaluces, o qué diario barcelonés jamás buscará las cosquillas a CiU por sus problemas con la justicia. Y lo que es más penoso, acertaremos de pleno.

La lenta agonía que sufre la independencia periodística se debe a motivaciones de diversa índole: a la vinculación societaria de algunos grupos de comunicación con empresas cuya cuenta de resultados depende directamente de decisiones gubernamentales, a la aspiración de algunos emporios mediáticos por marcar el rumbo de determinados partidos políticos (Rodríguez Ibarra solía decir que sabía de antemano lo que se iba a aprobar en el comité federal socia-

lista del lunes simplemente leyendo el editorial de *El País* del domingo), a la avaricia de determinados editores dispuestos a vender su alma a cambio de publicidad institucional y subvenciones directas (pensemos en la catarata de millones que cada año despliega la Generalitat entre los medios que no se pasan de la raya), a la obsesión de algunos políticos por controlar la información que gira a su alrededor (los papeles de Bárcenas sugieren pagos directos a periodistas), al miedo de los trabajadores de los medios públicos a resultar incómodos para sus jefes políticos...

Afortunadamente, aún quedan muchos profesionales que valoran su independencia, como dejaba claro Manel Fuentes en una encuesta posterior a su salida de RAC1, donde reconocía presiones para imprimir a su programa un claro sesgo ideológico. Pese a ello, siempre se negó a convertir su espacio en lo que él mismo denominó como *El mati de l'estelada*: la ra-

dio pública debe ser de todos, no patrimonio de unos cuantos.

En todos los países de nuestro entorno existen medios con una línea ideológica muy acentuada. Eso no tiene por qué ser negativo, siempre que dicha afinidad ideológica no provoque una desfiguración de la realidad.

No es serio que la misma noticia (por ejemplo, la divulgación de los SMS entre Rajoy y su antiguo asesor) sirva a un diario para quemar en la hoguera al líder del PP, mientras otro se apoya en la misma información para elaborar una portada donde prácticamente se pide la canonización en vida del presidente del gobierno. Esto es una tomadura de pelo.

Uno de los grandes males que han podrido a nuestra casta política (la priorización de la obediencia servil por encima de la capacitación profesional y la honestidad intelectual) comienza a infiltrarse como un virus entre nuestros medios de comunicación.

Si el mundo del periodismo no quiere acabar como nuestra clase dirigente (sin prestigio, sin credibilidad, sin autoridad moral) más vale que despierte pronto de este letargo de sumisión sectaria. Un país que pretenda ser democrático necesita medios de comunicación realmente independientes, no una panda de *groupies* del gobernante de turno o del rival que previsiblemente lo sustituya.

La ensimismada prensa tradicional se siente acosada por los retos que se le plantean en la actualidad (las nuevas tecnologías, los periódicos gratuitos, etc.) olvidando que el mayor peligro al que se enfrenta es la desconfianza que genera quien no es capaz de garantizar que trabaja exclusivamente al servicio de la verdad, por mucho que pueda perjudicar a sus intereses políticos o empresariales. No hay alternativa: el periodismo será independiente o no será.



> HELEN THOMAS

Temida por 10 presidentes de EEUU

La periodista empezó a seguir a Kennedy en 1960 y dejó la Casa Blanca en 2010

PABLO PARDO

«Adelante Helen». Durante la presidencia de George W. Bush, así comenzaban las ruedas de prensa de la Casa Blanca. No es que Ari Fleischer, el portavoz de George W. Bush que inauguró la costumbre en 2001, tuviera la menor simpatía por Thomas. «He nacido de izquierdas, soy de izquierdas, y moriré de izquierdas», dijo la periodista. Pero Thomas tenía un título: era la decena de los periodistas que cubren la Casa Blanca. Empezó con John F. Kennedy, en 1960, cuando éste todavía no ha jurado el cargo, y terminó con Barack Obama, en 2010, cuando tuvo que dejar el cargo después de haber cuestionado el derecho de Israel a existir.

Thomas murió ayer. Murió siendo, obviamente, de izquierdas. Claro que en su caso la ideología nunca se mezcló con el sectarismo. Cuando Al Neuharth, el fundador del *USA Today* (el segundo diario más vendido de Estados Unidos) se reunió con Fidel Castro, le preguntó: «¿Cuál es la diferencia entre la democracia de Estados Unidos y la democracia de Cuba?» La respuesta del dictador cubano llegó inmediatamente: «Yo no tengo que contestarle preguntas a Helen Thomas». Cuando lo supo, Thomas dijo: «Lo considero el mayor cumplido. Todos los dictadores deben ser cuestionados».

Thomas, efectivamente, no se cortaba. A lo largo de 50 años fue un castigo para los presidentes de Estados Unidos. Su vivacidad y su mala leche eran una sorpresa para todos. Con su figura encorvada y siempre algún vaso con alcohol (y alcohol no significa vino o cerveza) cerca de ella, en el National Press Building, Thomas era una especie de icono del periodismo. La idea platónica del informador a la anti-



REUTERS

gua usanza. Y un elemento fijo en el National Press Club, la asociación que agrupa a los periodistas de Washington y en la que hasta 1971 no se admitieron mujeres.

La carrera de Helen Thomas es la evolución del papel de la mujer en Estados Unidos y, también, del periodismo. Nació en el estado de Kentucky, en una familia de inmigrantes cristianos libaneses. Su familia se trasladó a Detroit, que alberga la principal comunidad árabe en EEUU y es, también, una ciudad marcadamente de izquierdas. A partir de los 20 años, sin embargo, Thomas ejerció su vocación periodística en Washington, donde fue un personaje absolutamente central para que las mujeres dejaran de tratar temas «femeninos» y se dedicaran a cosas antes reservadas a los varones como, por ejemplo, la Casa Blanca, de la que fue corresponsal de la agencia de noticias UPI, en su época una de las or-

ganizaciones informativas más respetadas y grandes del mundo, entre 1961 y 2000. Thomas también fue poco convencional en su vida privada, ya que esperó hasta pasar de los cincuenta años para casarse, precisamente, con un competidor, Doug Cornell, de la agencia Associated Press, que falleció en 1981.

Pero Thomas vivía en el ostracismo desde que, en 2010, en la Casa Blanca, y justo en el Día de la Herencia Judía, Thomas dijo que los judíos «deben irse». Cuando el rabino David Nessenof le preguntó «¿a dónde?», Thomas respondió: «A casa. A Polonia, a Alemania». Más tarde añadió «y a Estados Unidos. ¿Por qué hay que echar a gente que lleva allí viviendo desde hace siglos?». Nessenof le preguntó si conocía la Historia de Oriente Próximo y Thomas respondió: «La conozco muy bien, soy de origen árabe».

La conversación, que fue graba-

da en vídeo y colgada en Youtube, fue la sentencia de muerte profesional de Thomas. Pero la periodista llevaba una década haciendo declaraciones cada vez más controvertidas e izquierdistas. Si se hablaba con ella en privado, quedaba claro que, en su opinión, había dos tipos de presidentes: los demócratas, que eran los buenos, y los republicanos, de los que era mejor no hablar.

Ese giro fue consecuencia, en parte, de su deseo de preservar su independencia. Dejó el cargo en UPI cuando ésta había sido adquirida por la secta Moon. Poco después fue fichada por la cadena de periódicos Hearst como columnista. En su nuevo papel, Thomas adquirió un tono muy beligerante. Como dijo en un discurso en el Instituto Tecnológico de Massachusetts en 2008, «durante 50 años, me autocensuré. Ahora me levanto por la mañana y me pregunto: ¿a quién voy a odiar hoy?» Como escribió *The New York Times* aquel año, «Thomas es demasiado combativa como para ser vista como un tesoro nacional y demasiado inquieta como para ser nostálgica».

Helen Thomas, periodista, nació en Winchester (Kentucky, EEUU) el 4 de agosto de 1920 y murió en Washington el 20 de julio de 2013.



Helen Thomas, en la primera fila de la sala de prensa de la Casa Blanca, en 2008. / JOSHUA ROBERTS (REUTERS)

Helen Thomas, 'primera dama' del periodismo estadounidense

Diez presidentes, desde John Fitzgerald Kennedy hasta Barack Obama, respondieron a sus incisivas preguntas

CRISTINA F. PEREDA

Era 1960, John Fitzgerald Kennedy llegaba a la Casa Blanca y los estadounidenses empezaban a acostumbrarse a una imagen: entre el exclusivo plantel de periodistas que, libreta en mano, preguntaban al presidente, aparecía por primera vez un rostro femenino. Helen Thomas, la *primera dama* del periodismo, la mujer que avanzó desde su puesto de reportera hasta la prestigiosa primera fila de la sala de prensa de la Casa Blanca, falleció ayer en Washington a los 92 años.

Bill Clinton la invitó a tarta cuando cumplió 77 años. Barack Obama le llevó *cupcakes* en su 90º aniversario. Hasta 10 presidentes respondieron a las duras e incisivas preguntas de esta periodista que repartió críticas a políticos y reporteros por igual. Además de la acidez y dureza de sus comentarios y preguntas, Thomas siempre dejó un sello personal en la sala de prensa. Nadie más cerró las contestaciones de los mandatarios con un *"Thank you, Mr. President"* como hizo ella durante 50 años.

Nacida en 1920 en el Estado de Michigan en una familia de nueve hermanos y descendiente de inmigrantes libaneses, Helen Thomas trabajó hasta una edad en la que la mayoría de sus compañeros se han retirado. Con más de 80 años, la periodista llegaba a la Casa Blanca al amanecer para cubrir la rueda de prensa diaria y después desplazarse al Congreso.

Durante más de medio siglo de profesión, primero para la agencia United Press Interna-

tional y después para los diarios de la compañía Hearst —entre los que está *The San Francisco Chronicle*—, Thomas nunca dejó de hacer historia. Fue la primera mujer corresponsal en la Casa Blanca, pionera al dirigir la agencia en Washington y en pertenecer a dos grupos exclusivos: el Club de la Prensa de Estados Unidos y la Asociación de Corresponsales que cubren la actualidad presidencial. También desafiaría las reglas del Club Gridiron, que desde 1885 abraza a los periodistas de mayor prestigio de la capital. Thomas fue la primera mujer en cruzar sus puertas.

Al final de su carrera, la misma labia tajante que consolidó

Fue 'castigada' por calificar a George W. Bush como "el peor de la historia"

No escondió su enfado durante las guerras de Irak y Afganistán

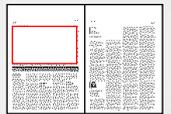
su trabajo le obligaría a abandonar su puesto como corresponsal de la Casa Blanca. Micrófono en mano, un rabino le preguntó en un evento por la situación en Israel. Los judíos "deberían largarse de Palestina", contestó. En junio de 2010, Thomas se convertía en noticia y abandonaba el asiento en la primera fila para convertirse en columnista de los diarios de Hearst. No fue aquel

su primer incidente a causa de unas polémicas declaraciones. En 2006, durante la cena de la Asociación de Profesionales del Periodismo, la veterana periodista afirmó a un joven reportero que estaba siguiendo al "peor presidente de la historia de Estados Unidos". Se refería a George W. Bush.

Las palabras de Helen Thomas crearon revuelo dentro y fuera de la sala de prensa de la Casa Blanca. Allí, los corresponsales trabajan sujetos a un *ranking* de experiencia y prestigio que condiciona desde el asiento que ocupan hasta el turno de pregunta. Los compañeros de Thomas decidieron *castigarla* devolviéndole a la última fila.

Para entonces la periodista y columnista ya no escondía su enfado con el presidente durante las guerras de Irak y Afganistán, pero tampoco con unos periodistas que, según ella, nunca hicieron las preguntas que de verdad hubieran servido a los ciudadanos. *¿Vigilantes de la democracia? Los periodistas de Washington y cómo fallaron al público* fue el título de su libro, publicado en 2008, en el que acusó a la prensa de reproducir lo que el Gobierno anunciaba en las ruedas de prensa.

El compromiso de Helen Thomas le valió en 2007 el Premio Primera Enmienda de la Constitución Estadounidense, que protege la libertad de expresión. Allí defendió una vez más su ideal del periodismo: "Nuestro trabajo consiste, aparte de contar la verdad, en que el público conozca los abusos de poder y las injusticias". El legado de Thomas, de principio a fin.



LA INTEL·LIGÈNCIA ARTIFICIAL AMENAÇA LA NOTÍCIA

«El més inquietant del robot és que no només pot presentar en temps real diferents versions d'una mateixa història sinó també escriure textos amb tons i estils diferents segons l'audiència a què es dirigeix»



Luis M. Alonso

S'imaginen el periodisme sense periodistes? La possibilitat, afortunadament, només existeix per ara en la ciència-ficció, però és, en bona mesura, el que ens proposen els anomenats sistemes algorítmics. Les informacions canalitzades i servides a partir de bases de dades avancen perquè algú a Internet està entestat a endevinar allò que estem buscant, allò que ens agrada i ens disgusta per oferir-nos notícies a la carta o teledirigides. No existeix res tan antiperiodístic, tampoc que atempti tant contra la llibertat d'informació; no obstant

això, l'anomenada intel·ligència artificial del Gran Germà modern comença a proliferar com els fongs i suposa ja una amenaça que atempta contra l'esperit crític del lector.

Eli Pariser (1980), activista d'Internet i director executiu d'*Upworthy*, en el seu llibre *The filter bubble: what the internet is hiding from you* (Penguin), adverteix sobre les conseqüències que poden comportar les eines de personalització amb què compten gran part dels productes tecnològics que ofereix la Xarxa: Google o Facebook, entre ells. A partir d'aquestes eines neix «el filtre de la bombolla», al qual al·ludeix Pariser. Les incursions a Internet i els punts de vista que un aboca als serveis de notícies que, per exemple, Google ofereix, nodrint-se desaperseïtament del treball informatiu d'altres, el famós cercador elabora unes dades sobre la personalitat de l'internauta que utilitzarà posteriorment per anar posant-li en safata les notícies o l'anàlisi que més li poden agradar, com si en comptes d'informació plural es tractés

d'encertar-li a un el gust musical.

Aquesta ultrapersonalització permet araconar l'internauta, quan la novetat o la capacitat de sorprendre són elements inseparables del bon periodisme. Suposi per un moment que acostuma a manifestar-se (fent clic) en una determinada direcció quan se li plantegen qüestions sobre aquest o un altre assumpte. Que és partidari, per exemple, de dir orangutans als congoleesos, com els dirigents de la Lliga Nord a Itàlia. El lector haurà demostrat llavors per a la intel·ligència artificial encarregada de compondre la seva personalitat un perfil racista que el portarà d'ara endavant a rebre únicament i exclusiva notícies relacionades amb el nacionalisme de Padània, en el seu pla més favorable, quan es tracti de l'actualitat política d'Itàlia. Obviament, qualsevol capaç de considerar orangutans als congoleesos tindria merescut un aïllament informatiu: no hi ha forma de recuperar per a la pluralitat a algú que es comporta d'aquesta manera com un energumèn.

Però sortint d'aquest exemple maximalista, hi ha molts més cliquejos en els cercadors de notícies que poden condemnar el lector a la uniformitat informativa. De la mateixa manera que la publicitat, les notícies o els missatges polítics circularan de manera polaritzada: un futur aterridor, com bé alerta Eli Pariser en el seu llibre sobre el filtre bombolla d'Internet.

Un futur tan espectral i perillós des del punt de vista del periodisme i de la llibertat d'informació com el que ens planteja *Narrative Science*, utilitzat per *Forbes* i artífex d'un software que, basant-se en l'anàlisi de dades financeres, és capaç de trans-

formar-les, mitjançant un algoritme, en articles periodístics que podria assemblar-se als escrits per un periodista. El més inquietant del robot és que no només pot presentar en temps real diferents versions d'una mateixa història sinó també escriure textos amb tons i estils diferents segons l'audiència a què es dirigeixi. Si el present està resultant difícil per als mitjans de comunicació per la incertesa econòmica i tecnològica, no voldria saber un cap a on es dirigeix l'ofici d'explicar històries en el futur.

El cofundador de *Narrative Science*, **Kris Hammond**, professor d'Informàtica i Periodisme a la Universitat de Northwestern, es va mostrar orgullós del seu software i, una mica ufanós, va predir que una màquina dotada d'aquestes característiques podria obtenir el premi Pulitzer en un termini de cinc anys. *Narrative Science* treballa per a les companyies de web marketing que es lucren amb les dades dels consumidors i, a la vegada, elaboren amb ells un perfil ultrapersonalitzat per subministrar-nos una informació al gust de cadascun. No obstant això, resultaria impossible esperar d'aquest programa una anàlisi conscienciosa de la situació política espanyola, per posar un exemple, o un d'aquests reportatges o històries arrencades de la vida que han caracteritzat els grans reporters al llarg de la història del periodisme. No crec, per tant, que *Narrative Science*, invent ciberliterari, guanyi el Pulitzer, però la seva presència inquietant exemplifica un micropersonalisme automatitzat i un perillós biaix d'autoconfirmació enfront de la notícia plural i la llibertat informativa.



Los periodistas, de lejos y sin preguntar

Los profesionales se quejan de que el Gobierno intente convertir las noticias en “mera propaganda oficial”

ROSARIO G. GÓMEZ
Madrid

España continúa en la lista negra de las organizaciones internacionales de periodistas. Prácticas como las ruedas de prensa sin preguntas, el veto a las cámaras de televisión en los mítines electorales, los videocomunicados y los discursos transmitidos solo por circuitos cerrados de televisión ponen en entredicho el estado de la libertad de prensa en España. Este año se añadirá otro motivo: la prohibición de fotografiar y tomar imágenes de vídeo de determinados actos oficiales del Gobierno

El pasado martes, el presidente del Ejecutivo, Mariano Rajoy, recibió al Consejo Empresarial de la Competitividad, que agrupa a los líderes de las grandes compañías (Telefónica, La Caixa, Santander, BBVA, Repsol, Inditex...). La convocatoria no era secreta. Figuraba en la agenda diaria que el Gobierno facilita a la prensa. Pero tres horas antes de la reunión, La Moncloa remitió

un SMS a los medios con este aviso: “El acto no tendrá cobertura gráfica y más tarde se repartirán imágenes y fotos”. A las redacciones de los periódicos llegaron tres fotografías. En todas ellas Rajoy charlaba con aspecto distendido con los empresarios. Era la imagen que quería difundir el palacio presidencial. Y lo logró. Los rotativos, entre ellos EL PAÍS, publicaron en primera página las instantáneas dejando claro que habían sido distribuidas por el Ejecutivo.

Este nuevo giro restrictivo en la política comunicativa ha generado el rechazo de las organizaciones profesionales. “El Gobierno tiene que saber que este tipo de actuaciones debilita los derechos constitucionales de libertad de expresión e información”, dicen. Además, consideran que estas trabas “solo buscan convertir la información en mera propaganda oficial”.

Sacudido por los escándalos que rodean al PP, Rajoy elude su presencia ante la prensa en los momentos informativos cumbre



El ministro de Economía, Luis de Guindos, en el Congreso en octubre de 2012. / ULY MARTÍN

(la publicación de los papeles de Bárcenas, el encarcelamiento del exesorero del PP). Solo comparece cuando está obligado. Es decir, tras las reuniones con presidentes o primeros ministros de otros países. En estas ocasiones, los periodistas aprovechan para preguntar por el caso Bárcenas. Este mes lo hicieron ante la canciller alemana Angela Merkel en Berlín y ante el primer ministro polaco, Donald Tusk, de viaje oficial en España.

Siguiendo la tradición, los periodistas pactaron los temas de las dos preguntas a Rajoy y quiénes las formularían (en esta ocasión la agencia Efe y el diario *El*

Mundo). Rompiendo el acuerdo, Rajoy le dio la palabra al representante de *Abc*. La Asociación de la Prensa de Madrid, cuestiona estos pactos entre los informadores —“limitan el trabajo de los periodistas y, consecuentemente, los derechos constitucionales de libertad de expresión y de información”— pero entiende que son la única posibilidad de hacer preguntas sobre asuntos concretos en unos tiempos en los que las ruedas de prensa de los representantes públicos “son cada vez más escasas, sobre todo cuando se encuentran en dificultades”. La Moncloa se disculpó más tarde argumentando que fue un ma-

lentendido por estar de vacaciones la persona que se ocupa de estos asuntos.

Episodios como este ponen de manifiesto que “entre las debilidades del Gobierno no está la de comunicarse con los medios”, afirma el catedrático de Periodismo José Luis Martínez Albertos, que critica la moda (ya menos frecuente) de las ruedas de prensa sin preguntas. “Las trabas del Gobierno a la libertad de información son una muestra más de la brecha existente entre los grandes partidos políticos y el ciudadano de a pie”, añade Víctor Manuel Marí Sáez, profesor de la Universidad de Cádiz.



Posi una mentora en la seva vida. És un consell per a les dones que compta amb garantia

d'èxit, segons les estadístiques elaborades sobre el tema. Tenim l'origen mitològic de la fórmula, desenvolupada per l'escultor Pigmalión amb la seva creació Galatea. I tenim també, a mà per a aquest estiu, l'obra de **George Bernard Shaw**, *Pigmalión*, i la seva extraordinària versió cinematogràfica, de **George Cukor**, *My fair lady*, protagonitzada per **Audrey Hepburn** i **Rex Harrison**. Ara, evolucionat aquest primigeni vincle, parlem de dones mentores de dones i, derivada lògica, d'una relació que té lloc en un pla horitzontal, no vertical. El benefici, també, queda repartit entre l'aspirant i la consolidada.

La transformació no és gratuïta, neix d'una concepció diferent de la societat i, en el fons, d'un criteri igualitari sobre aquesta. Es tracta, en moltes ocasions, de combatre el desànim que pateixen les més joves davant l'adversitat laboral o social causada pel diferent tracte rebut pel fet de ser dones. Ajudar **Hepburn** a pronunciar correctament la famosa frase que, doblada al castellà, deia: «*La lluvia en Sevilla*

DEFENSORA DE LA IGUALTAT



EVA
Peruga

'La lluvia en Sevilla es una maravilla'

es una maravilla».

Centrats en el món laboral –de fet hi ha empreses que integren aquesta pràctica–, les dones amb experiència actuen de crossa necessària per a les més joves. ¿Quantes desitjarien utilitzar l'experiència de la veterana per millorar, per acostumar-se a participar, per estimular la confiança, per aprendre a valorar-se, per aconseguir un ascens, per saber-lo negociar? És un plantejament que va a l'arrel dels problemes de les dones que, juntament amb la falta objectiva d'igualtat d'oportunitats, les deixa diversos esglaons per sota dels homes. En el procés s'aborda un projecte, es contempla la possibilitat que sembla adquirida per a tothom pe-

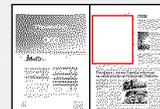
rò que no és evident per a elles: tenir un futur. En aquest cas laboral i que, segons les experiències més habituals, té la mateixa empresa com a àmbit d'interrelació entre la mentora i la mal anomenada aprenenta. Però el terreny a explorar és molt més extens.

El 2002, va néixer a Copenhaguen KVINFO, una audaç iniciativa per aparellar dones consolidades en el mercat danès amb immigrants. **Elisabeth Moller Jensen** va escriure personalment a 300 professionals de tots els sectors per convidar-les a integrar-se en un laboratori de barreja d'edats, professions i classes socials. Amb un full de ruta a complir per les parelles i quatre àrees d'acció: educació, carrera, temps

lliure i xarxa social. D'aquesta manera, les immigrants es formen sobre com aprofitar les seves habilitats i com moure's en una societat que no és la seva, malgrat que algunes ja han nascut a Europa. Les mentores no es fiquen en la vida personal de les seves protegides ja que actuen com una eina per a la projecció social i laboral. Així ho va explicar a Barcelona **Mette Österberg**, directora de KVINFO Mentor Network, al seminari *Mentoria per a la inclusió*, impulsat per Punt de Referència, Servei Solidari, Fundació Èxit i Universitat de Girona.

I caminant es troben nous camins. Durant el desenvolupament de l'experiència, l'organització ha topat amb la dificultat d'encaixar agendes, de tal manera que moltes mentores potencials declinaven el repte. D'aquesta necessitat va néixer l'*e-mentoring*, virtual i amb horaris i dies més flexibles. Les noves tecnologies són un punt de suport fonamental de les joves i també l'abisme que les separa de les seves mares. *E-mentoring*, idea a explorar. ¡Busca parella! ≡

 defensoraigualtat@elperiodico.com
 [web: defensora.elperiodico.cat](http://web:defensora.elperiodico.cat)



'8 al dia' tanca el mes de juliol amb rècord d'audiència

Cuní acaba la segona temporada amb 161.474 espectadors



JORDI RIBOT

L'entrevista de Cuní a Rosell va tenir 454.000 espectadors

BARCELONA Redacció

El programa *8 al dia*, que pilota Josep Cuní, ha tancat aquest mes de juliol amb les millors dades d'audiència de l'any. Això suposa que ha assolit un 8,4% de quota de pantalla amb 161.474 espectadors de mitjana en més de tres hores i mitja diàries de programa. Respecte al juliol de l'any passat, ha estat seguit per 5.000 especta-

dors més. Aquest mes el magazine informatiu de la televisió del Grup Godó ha aconseguit el seu rècord absolut d'audiència arribant al 16% de quota de pantalla i als 454.000 espectadors amb l'entrevista que Cuní va realitzar al president del Barça, Sandro Rosell, dilluns passat, dia 15.

Les dades a l'hora de tancar aquesta segona temporada i fer balanç indiquen que la quota mit-

jana de pantalla ha estat del 7,2% i 169.113 espectadors. Això suposa que s'ha superat en dos punts i en més de 53.000 espectadors l'audiència de la temporada anterior. Per tant, el programa ha aconseguit situar-se al top 10 de les emissions televisives més vistes a Catalunya.

La influència d'aquest magazine d'actualitat té la seva repercussió en les xarxes socials. Ja hi ha 51.000 persones que el segueixen diàriament a Facebook i a Twitter, la qual cosa suposa un augment de 29.000 seguidors respecte a la temporada passada. Es pot assenyalar que el mes d'abril passat, el programa tenia 15.000 seguidors a Facebook i 34.000 a Twitter, per la qual cosa l'augment és progressiu. La mitjana mensual de visites al web de *8 al dia* se situa en les 240.000.

Quant a l'aplicació en mòbils i tauletes de 8tv, ja s'ha arribat a les 41.000 descàrregues. La cadena televisiva va llançar una aplicació de vídeos que permet seguir la programació i interactuar amb la redacció des dels dispositius digitals d'Apple i Android de manera totalment gratuïta. L'abril passat havia registrat 40.000 descàrregues. ●



A la tres

Xevi Xirgo

xxirgo@elpuntavui.cat



Sense Diada a TV3?

Que els treballadors de TV3 hagin anunciat que faran vaga l'Onze de Setembre a mi em sembla que no deixa de ser una constatació, una altra, que potser viuen en un altre món, i que corren el risc de desconnectar-se de la realitat que els envolta. Ja ho sé que és una provocació (tant com la meua en escriure això) i que han escollit justament aquesta data perquè és la Diada Nacional i el dia en què TV3 hauria de servir la imatge de la cadena humana al món. Si fas vaga, tant per tant que es noti. És clar. I escridassa el conseller Homs o la vicepresidenta Ortega, quan l'entrevisti l'Oltra a TV3 o en Fuentes (el dels matins "sense estelada") a Catalunya Ràdio. I fes vaga preventiva el dia de l'inici de campanya electoral o per endarrerir la retransmissió de les havaneres de Calella. Fantàstic. A TV3

“Que els treballadors de TV3 facin vaga per la Diada no és només una provocació. És la constatació que viuen en un altre món”

i a Catalunya Ràdio ara només passa una cosa. I és que per primer cop algú vol posar coses a lloc. Se'n sortirà? No ho sé. Només sé que gràcies a aquesta picabaralla (una picabaralla que ni Pujol ni el tripartit van voler tenir mai, i que ara molts es pensaven que ERC no permetria) potser finalment hi haurà transparència a la *corpo*. Ara sabem els sous, sabem que hi havia un centenar de caps que cobraven complements després de deixar de ser-ho, que hi havia secretàries a preu de catedràtics i, a poc a poc, anirem coneixent, suposo, les factures d'algun milió d'euros per temporada que passen a la *corpo* algunes productores, i que de moment a la casa no han pas provocat cap vaga en senyal de protesta. Serà interessant la discussió. Tant com la que hi ha per saber el nom del substitut de Manel Fuentes. O substituta, és clar.



Barrett Brown, el «filtrador» que s'enfronta a 100 anys de presó

Anàlisi

WASHINGTON | RAQUEL GODOS (EFE)

El seu nom és Barrett Brown i el seu cas amb prou feines ha tingut ressò en els mitjans de comunicació i xarxes socials. Un dia, inspirat per la plataforma Wikileaks, va decidir obrir un portal per centralitzar dades governamentals i lluitar per la transparència. Avui s'enfronta a una possible condemna de 100 anys.

La pàgina de Brown, coneguda com Project PM, va arrencar el 2009 i va dedicar part dels seus esforços a analitzar els arxius de sig-

La pàgina que va obrir analitzava els arxius de signatures d'intel·ligència privades. Des que va començar la seva persecució molts periodistes s'han posicionat a favor de la llibertat del jove nord-americà

natures d'intel·ligència privades que el grup de pirates «Anonymous» va sabotejar, com la companyia Stratfor, a la qual també va accedir la plataforma de Julian Assange i entre els clients dels quals hi ha les Forces Armades nord-americanes o companyies com American Express o Goldman Sachs.

Però Project PM no es dedica al pirateig informàtic, sinó que centralitzava la informació que

altres pirates havien fet pública i n'analitzava els seus continguts.

Brown va començar a fer aparicions televisives per parlar sobre aquells «papers digitals» i alguns el van titllar de portaveu de l'organització, de la qual cosa més tard es va voler desvincular. Tot just un any després de començar a analitzar les dades dels documents obtinguts pels pirates informàtics, a principis de 2012, el Buró Federal d'Investigacions dels EUA (FBI)

va procedir a registrar la casa de Brown i va confiscar diversos dels seus objectes personals, entre ells el seu ordinador.

El jove, que es dedicava al periodisme d'investigació, va decidir penjar a Youtube diversos vídeos en què explicava què ha passat amb els agents federals i n'amenaçava un d'ells de manera directa.

Finalment, Brown va ser acusat el 3 d'octubre d'aquest any de tres càrrecs relacionats amb el vídeo i dos mesos més tard es van afegir a la causa 12 càrrecs federals més en contra seva per la filtració dels arxius de Stratfor, i dos més per obstrucció a la justícia.

Està reclòs en una presó de Da-

llas (Texas) des de llavors i aquesta setmana es van confirmar els càrrecs que pesen en contra seva i la pena a què podria fer front: un màxim de 105 anys.

Glenn Greenwald, el periodista del diari britànic *The Guardian* que va entrevistar Edward Snowden, i va filtrar primer les informacions a què va tenir accés, també coneix de prop el cas de Brown, a qui ha pogut entrevistar en diverses ocasions. «La persecució excessiva del Govern dels EUA dirigida a activistes d'Internet, periodistes, defensors de la llibertat i persones similars, està dissenyada per aixafar els esforços significatius que desafien el seu poder i la seva conducta», va escriure.



Rajoy i l'oasi mediàtic que no va poder ser

'El Mundo' ha intensificat l'hostilitat amb el president espanyol amb el cas Bárcenas

Anàlisi

ÀLEX GUTIÉRREZ M.
BARCELONA

Quan, el febrer del 2012, *Público* va anunciar que tancava la seva edició en paper, el panorama mediàtic no podia ser més engrescador per al PP. Tot just feia tres mesos que havien guanyat les eleccions i la renúncia de Jaume Roures a seguir invertint en un diari imprès feia que el quiosc quedés orfe de diaris d'abast estatal favorables al PSOE, a excepció d'*El País*. I, a la televisió, tenien la clau de la pública i la teòrica simpatia de Lara i Berlusconi, propietaris d'Antena 3 i Telecinco.

Poc comptaven que les lluites intestines al si del Partit Popular se celebrarien precisament en aquesta arena de paper de premsa i tinta. L'hostilitat d'*El Mundo* amb Rajoy era manifesta ja des de l'endemà de la seva victòria electoral. La primera estratègia es va basar a disseminar la idea que si Espanya era rescatada -tal com semblava- ja se'l podia donar per amortitzat. Un periodista de la màxima confiança de Pedro J. Ramírez li concedia set mesos de legislatura. També Luis María Ansón va suggerir que Rajoy seria un president breu.

A mesura que el gallec anava resistint, la temperatura editorial d'*El Mundo* contra ell es va apujar. Primer, jugant la carta de l'hipotètic retorn d'Aznar. I, ara, dirigint aquest cap nuclear que és l'afer Bárcenas directament contra la seva figura. Qui espera discretament la defenestració de Rajoy? Diversos entorns: Ga-

llardón, Rato, Aguirre, Aznar-Botella. L'ala dura es pronuncia discretament en públic, però des de les pàgines d'*El Mundo* es pot sentir com esmolen els ganivets.

Aquesta ofensiva ha provocat un moviment reactiu de *La Razón*, que ha accentuat la seva vocació de diari sempre disposat a sortir al rescat de Rajoy. Només cal veure com, aquest divendres, mentre *El Mundo* titulava "Quatre bancs d'inversió destaquen el 'deteriorament' que pateix Rajoy", el diari de Planeta obria amb "El mercat confia en Rajoy".

L'*Abc* no és tan descaradament *Rajoyista*, però amb l'afer Bárcenas ha volgut erigir-se com l'alternativa sensata a *El Mundo*, a qui mira d'arrabassar-li la posició de diari referencial de la dreta: divendres mateix apel·lava als seus 110 anys d'història. De moment, però, encara té lluny el *sorpasso*: al mes de maig, les vendes afavorien el diari de Pedro J., amb 128.635 exemplars per 97.754 de l'*Abc*. ■



Rajoy l'any 2001 condecorant l'actual director de *La Razón*. EFE

EL DEFENSOR
DEL LECTOR

Josep Rovirosa

Compra i venda
de futbolistes

A l'hora de titular, els periodistes lluitem contra l'espai. Escriure que "El Barça ven Villa a l'Atlètic de Madrid per 5 milions" (portada del 9 de juliol) és més curt que no pas dir que el traspasa. Però la preocupació pel rendiment de l'espai ens fa oblidar sovint els valors que transmet el llenguatge.

El lector Jordi Pericot ens n'adverteix: "En la portada d'avui, *La Vanguardia* es serveix del terme *vendre* -i també el de *comprar* en les pàgines interiors- per fer referència a la contractació d'una persona, en aquest cas un futbolista que canvia d'equip. Tractar amb tota naturalitat a una persona com a una cosa o mercaderia denota una manca total de sensibilitat".

Cal eradicar aquestes expressions? El Defensor ho ha preguntat als catedràtics d'Ètica Victòria Camps i Norbert Bilbeny i als òrgans que vetllen per la correcció lingüística, l'Institut d'Estudis Catalans (IEC) i la Reial Acadèmia Espanyola. Malauradament, d'aquesta última no n'ha pogut obtenir cap resposta.

El diccionari. L'IEC fa la següent consideració: "Per bé que la Secció Filològica no s'hagi pronunciat a propòsit dels verbs *comprar* i *vendre* aplicats a un esportista, cal reconèixer que es tracta d'usos habituals no solament en català, sinó també en altres llengües romàniques com el castellà, el francès i l'italià". La resposta de l'IEC esmenta l'equivalència entre fitxar un jugador i comprar-lo, no en sentit literal sinó en sentit figurat. I afegeix que "malgrat que els diccionaris catalans i castellans no recullen *comprar* i *vendre*" en el sentit al·ludit, "alguns diccionaris italians, com el *Garzanti* o el *Grande dizionario italiano dell'uso*, de Tullio de Mauro, sí que ho fan. Per aquest motiu, ens plau fer-vos saber que amb vista a una propera actualització del DIEC2 estudiarem la possibilitat de recollir-hi aquestes accepcions figurades de *comprar* i *vendre*".

La visió ètica. Norbert Bilbeny, en canvi, és contrari a aquest ús d'ambdós verbs. L'autor de *Ètica del periodisme*, recentment publicat per Edicions de la Universitat de Barcelona, explica que "parlar de comprar o vendre persones, sigui quines siguin, falta a llur dignitat". I ho justifica així: "El preu de mercat d'un futbolista ho és exclusivament de la seva prestació professional, no de la seva persona, com en qualsevol altre individu que fa una tasca amb valor de canvi. Conclo, per tant, que és millor deixar d'aplicar aquests verbs".

Victòria Camps escriu sense embuts que "des de l'ètica, no es pot admetre que es comprin éssers humans, ni tan sols òrgans de persones". Però en aquest cas va als fets i diu que parlar de vendre jugadors "ens fa veure com efectivament els futbolistes es converteixen en una mena de mercaderies en un món on el que mana és la llei de l'oferta i la demanda". I admet que cal tenir una certa tolerància en el sentit figurat del llenguatge.

Sigui com sigui, va bé que els lectors ens facin adonar que les paraules no són neutres i que el llenguatge transmet valors. I val la pena reflexionar sobre el límit del que ens proposa el lector en la seva última reflexió: "Ja sé que aquest ús barroer del llenguatge és freqüent en el món de l'esport, però això no justifica que *La Vanguardia* participi d'aquest ús ofensiu i inapropiat del terme referit a una persona".

Els lectors poden escriure al Defensor del Lector (defensor@lavanguardia.es) o trucar al 93-481-22-99



MOR UN SÍMBOL DE LA CASA BLANCA

Adéu a una periodista sense mordasses

◉ Helen Thomas va cobrir deu presidents dels EUA des de Kennedy

IDOYA NOAIN
NOVA YORK

Per Helen Thomas no hi havia preguntes maleducades, ni encara que qui tingués al davant fos un president dels Estats Units. A deu, des de John F. Kennedy fins a Barack Obama, els va cobrir aquesta pionera del periodisme polític que va morir a l'ahir a Washington als 92 anys.

Professional convençuda que «els càrrecs electes ens deuen la veritat»

(«serveixen el públic, nosaltres els paguem»), Thomas defensava la imperiosa necessitat que la premsa pugui qüestionar directament un president i fer-lo responsable («en cas contrari seria un rei», deia). I la seva filosofia la va aplicar sense manies en els 70 anys que va cobrir la Casa Blanca, 60 com a reportera per a l'agència UPI, 10 com a columnista per al grup Hearst.

En aquests anys aquesta filla d'immigrants libanesos nascuda a Kentucky va aconseguir a més trencar el sostre de vidre que mantenia les dones allunyades del periodisme polític i de les seves associacions. I les se-

ves fites van ser moltes: va ser la primera presidenta del Club Nacional de Premsa, que fins al 1971 no va acceptar dones com a membres de ple dret, la primera cap de la Casa Blanca en una agència de notícies important i la primera dona admesa al Gridiron Club, un altre bastió d'homes durant 90 anys.

MOMENTS PER A LA HISTÒRIA // Les seves dècades de preguntes esmolades a presidents i secretaris de premsa van deixar moments per a la història. Va qüestionar Richard Nixon sobre els seus «plans secrets» per guanyar al Vietnam, va criticar Ronald



►► Helen Thomas.

Reagan per envair Grenada i va posar en dificultats George Bush pare per mantenir el pressupost de Defensa quan la guerra freda s'havia acabat. Durant la guerra de l'Iraq, va ser dura no tan sols amb l'Administració de George Bush («el pitjor president de la història»), sinó també amb col·legues que veia massa entregats a versions oficials. I tot i ser confessa progressista va apuntar contra Obama, en la seva opinió qui més ha intentat controlar la premsa.

El seu llegat queda entelat per unes declaracions del 2010 tan crítiques que la van fer jubilar. Va dir que els jueus «haurien de sortir d'un cop de Palestina» i tornar «potser a Alemanya o Polònia». Es va disculpar, però sabia que apareixerien en lloc destacat en el seu obituari. ▬



GOOGLE

Comportarse como un periódico

ROB COX

Alguna cosa que otra sabe Google sobre los cambios rápidos en el uso de la tecnología. Después de todo, el gigante de las búsquedas ha conseguido su capitalización de mercado de 300.000 millones de dólares arrebatando al mundo de los medios impresos su dinero de la publicidad a lo largo de la última década. Por eso es un tanto sorprendente —y una posible fuente de alegría por la desgracia ajena para aquellos a los que Google privó de su sustento— ver al grupo dirigido por Larry Page manejar torpemente una transición de mercado propia.

El monopolio de Mountain View no logró cumplir las expectativas de sus inversores en el segundo trimestre del año. Google presentó unos beneficios por acción de 9,56 dólares, inferiores a los 10,83 que habían previsto los analistas consultados por Thomson Reuters. Los ingresos también fueron escasos y alcanzando los 14.100 millones de dólares, en vez de los 14.350 millones que se habían vaticinado. Aunque Google, como es bien sabido, evita dar consejos a Wall Street, este es un fallo poco frecuente.

Al igual que para cualquier gran empresa, existen muchas razones. La más preocupante para los accionistas es la que los dinosaurios de los medios impresos más pueden entender. Google se gana el pan vendiendo clics relacionados con los anuncios colocados en sus sitios y en los de su Red. Para trazar una analogía, piensen en estos anuncios como si fuesen anuncios de periódicos. Cuanto más valiosa se vuelve una página, mejor venderá el espacio la editorial.

Sin embargo, en el segundo trimestre el valor de ese espacio disminuyó. Google afirma que el coste por clic medio ha bajado un 6% a lo largo del año pasado. Y bajó un 2% con respecto al primer trimestre, lo que supone una disminución anual aún más grande. La razón es que más gente está usando Google en sus aparatos móviles. Y un cliente que usa una pantalla diminuta mientras se desplaza es menos valioso para los anunciantes que uno que se sienta delante de un ordenador.

Los veteranos de la increíble desaparición de lo impreso del siglo XXI, sin embargo, todavía no se pueden deleitar con ninguna deliciosa ironía. Los clics de pago agregados en Google aumentaron un 23% en el trimestre con respecto a hace un año, y un 4% con respecto al primer trimestre. Por eso, aunque puede que el valor de las páginas de Google esté disminuyendo, los clientes están leyendo muchas más.

El reto para Google será manejar esta transición con más aplomo que sus predecesores de los medios impresos, y con más fiabilidad de lo que lo hizo en el último trimestre. ■



EL OYENTE

Efe ante la crisis

LUS OZ

«Las agencias de noticias viven de los medios y, si la situación de los medios es mala, la de las agencias también», afirmó José A. Vera, presidente de la agencia Efe, en una de las conferencias magistrales, al margen de los cursos, de esta semana en la UIMP de Santander.

«La italiana ANSA está liquidando su servicio exterior, la portuguesa LUSA está en venta y la alemana DAPD (no confundir con la DPA), en suspensión de pagos y en liquidación», añadió.

Con la desaparición y la fusión de periódicos y de emisoras, las agencias pierden clientes. Los medios pequeños prescinden de las agencias y se buscan la vida, lo que obliga a las agencias a buscar otros nichos de negocio.

La DPA los ha encontrado en comunicados de empresa, la austriaca APA en los servicios de análisis y otras en los llamados «mercados de eventos».

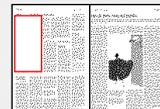
«Para competir, las agencias tienen que apostar por el rigor, por la inmediatez, por competir en texto, vídeo, audio, fotografía y digitales, y por ganar nuevos mercados», explica Vera.

«Los dos mercados principales de Efe son América (México, Miami y Brasil), donde producimos y vendemos; el mundo árabe, con un servicio especial; y el resto del mundo, donde producimos, pero no tenemos mercado».

Para Vera, los 34 millones y medio de euros recibidos del Estado en el último año son poco más de la tercera parte de lo que recibe la francesa AFP en concepto de contrato de servicios al Estado. «Con la crisis, el contrato con el Estado se ha reducido un 22% y los ingresos en España un 36%, pero Efe cuesta menos que la más pequeña de las televisiones autonómicas», señala. Del Estado procede el 40% de los ingresos de Efe. El 60% restante corresponde a ingresos privados.

En un vídeo preparado para explicar la estructura de Efe se afirma que la agencia cuenta con unos 3.000 profesionales (colaboradores en su mayoría) en 180 ciudades de 150 países y 2.500 clientes (800 de ellos en América) y que produce 3 millones de noticias y 15 millones de imágenes al año. En su fototeca dice disponer de 15 millones de fotos.

«No competimos con los demás medios», aseguró Vera. «Nuestra página web es una forma de lucir el escaparate, sólo damos un titular y dos párrafos, noticias amputadas. El escaparate se utiliza para promocionar actos internos y patrocinio».



Limitación informativa

El editorial de ese diario titulado *Recorte de libertades* (jueves 18 de julio) repasa los malos hábitos de la política informativa del Gobierno, que tiende a ofrecer material gráfico, notas prefabricadas por los gabinetes oficiales de comunicación, en lugar de espacio para el trabajo normal de los periodistas y reporteros gráficos.

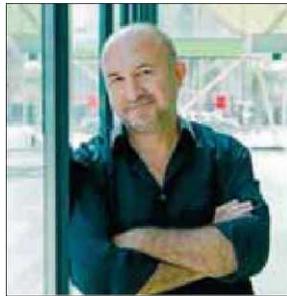
Existe una limitación creciente a la presencia libre de los medios en actos públicos. Lo peor es que una parte de nuestra clase política cree que eso es "normal". No lo es tampoco que la junta electoral imponga minutos de tiempo predeterminados de la información electoral, a los que los medios públicos tienen que someterse.

Recuerda el editorial cómo los partidos políticos mayoritarios tienden a imponer la entrega de imágenes empaquetadas y declaraciones editadas por ellos mismos. Abundan los intentos de imponer supuestas conferencias de prensa en las que las preguntas claves no existen; a veces, ni siquiera la posibilidad de preguntar. El periodista de turno, como mucho, se ve ante una pantalla en un lugar diferente, para seguir un acto que debería ser presencial y transparente. Se trata de una repetición malsana de maneras hostiles al ejercicio libre del periodismo.

En este sentido, no faltaban ya varias citas negativas hacia España contenidas en el informe de hace un año (junio de 2012) del Consejo de Europa, que firmaban los relatores Mats Johansson y William Horsley.

Al multiplicar esas malas prácticas, el Gobierno debería saber que en lugar de lograr silenciar sus aristas negativas ante la opinión pública, lo que consiguen es ampliar su eco internacional y europeo.— **Paco Audije.**

Comité Director de la Federación Europea de Periodistas, grupo europeo de la FIP.



RÀDIO

Sergi Mas fitxa pel despertador matinal de M80

El polifacètic Sergi Mas ha fitxat per M80 Radio, que pertany a Prisa, i es farà càrrec, a partir del 26 d'agost, d'un nou despertador matinal, *Mas Morning 80*, de les sis a les deu del matí. El programa despertador apostarà per la ironia i l'humor, a més d'una selecció musical de grans èxits dels 70, 80 i 90. Mas té una àmplia experiència en diversos mitjans, sobretot en cadenes de ràdio. A més de *Polònia* també ha treballat a *El informal*, *El hormiguero* i *Así nos va*. ■ REDACCIÓ



INTERNACIONAL

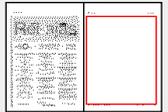
La cadena i24News inaugura sus emisiones

La recién nacida cadena de noticias internacional representa una alternativa a las consolidadas cadenas CNN y Al Yazira. i24News, que fue lanzada en la localidad de Yafo (Israel) –Estado del que no recibe financiación– transmite sus informaciones al resto del mundo en árabe, inglés y francés a través de varios canales. La primera emisión de los informativos, que tuvo que posponerse dos semanas respecto a la fecha fijada, fue conducida en inglés por la periodista Lucy Harish.



Els "inadequats" nous editors de TVE

Un informe del Consell d'Informatius de TVE, que desgranava ahir Verteles, atacava l'elecció per part del cap d'informatius de TVE dels nous editors dels informatius de La 1. Els considera "inadequats" per editar "uns informatius plurals, independents i amb criteris no polítics".



FUNDADO EN 1903 POR DON TORCUATO LUCA DE TENA

ABC

EL EFECTO WATERGATE

POR JUAN VAN-HALEN

«En el escándalo Watergate, el misterioso “Garganta Profunda”, muchos años después identificado como William Mark Felt, entonces subdirector del FBI, no mintió; es cierto que tenía con Nixon la cuenta pendiente de no haberle nombrado director del FBI a la muerte de Hoover en 1972, pero no era un enfado premeditado, sino sobrevenido. No habría sido capaz, como Bárcenas, de guardar mensajes telefónicos dos años para utilizarlos un día, naturalmente elegidos unos sí y otros no, a su conveniencia»

EL oficio de periodista supone un servicio a la verdad, a la información veraz. El caso Bárcenas va desparezándose cada día en sus aspectos colaterales, pero no ha dado un paso en el camino de aclarar de dónde sacó el ex tesorero esos millones que guardaba en Suiza y otros paraísos; parece no interesarles ni a abogados de las partes, ni a medios de comunicación ni a partidos políticos. La única obsesión es Rajoy y la estrategia de intentar su derribo.

El periodismo, al que he dedicado bastantes años de mi vida, tiene, como cualquier otro menester, el riesgo de la sobreactuación. Hace tiempo que calificué esa desmesura como «efecto Watergate». Como soy veterano recuerdo muy bien la investigación de Carl Bernstein y Bob Woodward que acabó en 1974 con la dimisión de Nixon, único presidente estadounidense que ha renunciado a su cargo. No olvidó el sentimiento cercano a un ingenuo fervor con el que visité el complejo Watergate en un viaje a Washington un año después del estallido. En aquel tiempo todos soñábamos con ser Bernstein y Woodward, trabajar en el «Washington Post» a las órdenes del editor Ben Bradlee, un ejemplo de tipo riguroso, sin arrebatos y sin pasiones, y cargarnos limpiamente la vida pública de un mandamás corrupto tras una investigación exitosa.

Bernstein y Woodward publicaron en 1974 «All the President's Men», que luego se convirtió en película. En «Todos los hombres del presidente» se encierra un auténtico manual del periodismo de investigación. En el blog «La columna quinta», de Juan Francisco Beltrán, se enumeraban hace un año, en el cuadragésimo aniversario del inicio de lo que sería gran escándalo, un buen número de estas enseñanzas. Pueden destacarse algunos de sus principios: 1. Rigor periodístico en todo. 2. Comportamiento ético siempre. 3. El periodismo no es una cacería de brujas. 4. No creas todo, te pueden engañar. 5. Los documentos pueden ser falsos. 6. Precisión y confirmación de datos. 7. En caso de duda no lo publiques.

En el culebrón del caso Bárcenas no se están siguiendo varios de esos principios. Y lo escribo con el máximo respeto a la labor de quienes ejercen la libertad de expresión, sin duda con las mejores intenciones. Hace poco un periódico publicaba en portada unos documentos a los que se les daba la correspondiente –y al parecer inevitable– interpretación; o los documentos se interpretan por sí mismos o se descartan a sí mismos como no fiables; fueron desmentidos por la persona a la que afectaban; en lo publicado no había evidencia de lo con-

trario. «Precisión y confirmación de datos». Otro día un periódico publicaba la extraordinaria información de que unos abogados habían visitado a Bárcenas en la cárcel para trasladarle el recado de Rajoy de que si guardaba silencio el caso quedaría en nada y, de paso, le ofrecía la cabeza del ministro de Justicia, como Herodes ofreció a Salomé en una bandeja la cabeza del Bautista. Inmediatamente uno de estos abogados desmintió ese menester de correo que se le atribuía y tildó de falsas a las fuentes que habían gozado de credibilidad; también lo desmintió la cárcel de Soto del Real, ya que en la información se citaban fuentes penitenciarias. «No creas todo, te pueden engañar».

La historia del recado de Rajoy resulta rocambolesca porque para ceder al chantaje de Bárcenas el presidente del Gobierno habría tenido muchas ocasiones previas al cambio de estrategia del ahora encarcelado, y si se produjo el chantaje es obvio que no se aceptó. El juez, los policías, los funcionarios de la Agencia Tributaria y las fiscales que trabajan en el caso son los mismos que venían encargándose de la investigación con el anterior Gobierno socialista.

En algún tratamiento periodístico del caso Bárcenas han primado la sobreactuación o la obcecación, acaso comprensible pero confundidora, por llegar hasta donde se quiere llegar. En el caso Watergate el «Washington Post», fiel a uno de esos principios, no cargó las tintas; sencillamente, informó y dejó que los acontecimientos y sobre todo la Justicia, en aquella ocasión el pundonoroso juez John Sirica, hiciesen su labor. En el caso Bárcenas,

el Gobierno y el partido que lo sustenta, al contrario que las descalificaciones que recibe la juez Alaya por la instrucción de los ERE andaluces, han reiterado su colaboración y su apoyo al juez Ruz. En el caso Bárcenas se niega credibilidad al presidente del Gobierno y se cree a pies juntillas a quien se muestra como un mentiroso cambiante y parece que convulsivo que, por otra parte, se ha convertido en el inspirador de un socialismo desnortado, débil y sin liderazgo, y en el portavoz de quienes desde pocos meses después de tomar posesión el Gobierno piden elecciones anticipadas, como si el equipo de casa urgiese a repetir el partido cuando ha perdido por goleada.

Rubalcaba ha manifestado, a mi juicio sin rigor, que la continuidad de Rajoy en La Moncloa debilita a España. Lo que ciertamente puede debilitarla es una oposición echada al monte que se diría que teme lo que los españoles desean: que tantos sacrificios nos saquen de la crisis económica cuando antes. La salida de la crisis por las medidas de este Gobierno dejaría al PSOE y a otros partidos de la oposición sin discurso. Porque el caso de los nacionalistas catalanes es distinto. Ya ha declarado Xavier Trias, alcalde de Barcelona, que CiU apoyaría una hipotética moción de censura sólo si anunciara que Cataluña obtendrá su «derecho a decidir», es decir: si anunciara que se vulnerará la Constitución. Una moción de censura implica, además de un candidato alternativo, un programa de gobierno y un suficiente número de votos. Quien se examina es el candidato, no el presidente; el debate sería sobre el programa alternativo. Es una falacia que esa fórmula constitucional se entienda como la vía para que Rajoy dé explicaciones, que por otra parte ya ha dado, aunque obviamente no hayan satisfecho a quienes, como el PSOE, no quieren explicaciones, sino dimisiones, y en el caso de IU elecciones anticipadas.

En el escándalo Watergate, el misterioso «Garganta Profunda», muchos años después identificado como William Mark Felt, entonces subdirector del FBI, el orientador y fuente principal de Bernstein y Woodward, no mintió; es cierto que tenía con Nixon la cuenta pendiente de no haberle nombrado director del FBI a la muerte de Hoover en 1972, pero no era un enfado premeditado, sino sobrevenido. No habría sido capaz, como Bárcenas, de guardar mensajes telefónicos dos años para utilizarlos un día, naturalmente elegidos unos sí y otros no, a su conveniencia. Felt tampoco tenía que explicar el origen de suculentas cuentas en Suiza. A un tipo así no le habrían hecho ningún caso los del «Post». Con Nixon sus investigadores periodísticos no tuvieron que interpretar ni exagerar. Tras confirmar las fuentes, siempre más de una, creyeron a quienes les dijeron la verdad, y resultó que el mentiroso era Nixon, lo que a muchos no les sorprendió demasiado. Las famas cuentan.

JUAN VAN-HALEN ES ESCRITOR ACADÉMICO
CORRESPONDIENTE DE LA REAL ACADEMIA DE
HISTORIA Y DE BELLAS ARTES DE SAN FERNANDO



bancopopular.es
902 19 88 19





La burbuja de los derechos deportivos se pincha: el precio se hunde un 60%

La caída de la publicidad y la crisis en TVE fuerza una rebaja en las retransmisiones

Á. Semprún MADRID.

El pasado mes de diciembre las tres grandes cadenas se negaron a emitir el partido de clasificación para el Mundial 2014 que enfrentó a Bielorrusia y España. Sportfive, la empresa alemana propietaria de los derechos, quería cobrar 1,4 millones por el encuentro. La negativa de los grupos a pujar por el encuentro, que finalmente no se vio en televisión, supuso un punto de inflexión en el mercado de los derechos deportivos que en el último año ha caído en torno a un 60 por ciento.

La caída de la publicidad (el mercado se ha hundido casi un 50 por ciento desde 2008) y la crisis en RTVE, que ha visto reducido su presupuesto en casi 300 millones entre los ajustes del Gobierno y la caída de las aportaciones de las teles y las telecos, ha terminado por pinchar la burbuja de los derechos deportivos que en España llevó a las televisiones a pagar 40 millones por la Fórmula 1, 35 millones por los partidos en abierto de la Liga BBVA, 90 millones de euros por el Mundial de 2010 y hasta 35.500 euros, o lo que es lo mismo, dos años de salario de un mileurista, por cada minuto de la final de la Copa del Rey.

Renegociaciones a la baja

En la época de bonanza, las cadenas no eran capaces de rentabilizar la adquisición de estos derechos por lo que ahora, con un mercado en mínimos, se han visto obligadas a exigir ajustes para no poner en riesgo sus cuentas. Un ejemplo del pinchazo de los derechos televisivos está en el fútbol, en el tenis y en el baloncesto. Según explican fuentes del sector, hace dos años TVE pagó 7 millones por emitir el Roland Garros. El año pasado Mediaset pagó 2 millones y este año la factura se ha reducido a menos de la mitad.



Rafa Nadal celebra el triunfo en semifinales del Roland Garros. REUTERS

Esta rebaja de más de más del 91 por ciento en el precios de Roland Garros tiene un truco. Esta año 2013 Mediaset sólo ha comprado la final y la semifinal del campeonato de tenis con la condición de que Rafa Nada llegada a la final. Este contrato, que se firmó con la competición

ya empezada, demuestra que el mercado en España está de capa caída y que la manera de negociar también han cambiado. La falta de ofertas y la incertidumbre ha retrasado hasta el último momento la toma de contacto entre las partes que ahora están más abiertas a aceptar con-

diciones de las cadenas de televisión que antes, cuando todos los grupos pujaban por adquirirlos.

Otro ejemplo es el fútbol en abierto (el pago se mantiene por la guerra entre Mediapro y Prisa, ambas cerca de la quiebra). La Sexta pagó 35 millones por el partido de los sábados. Ante la falta de compradores, Mediapro se vio obligado a rebajar más de un 75 por ciento el precios de la competición eliminando de la oferta al Real Madrid y al Barcelona. Aún así, las cadenas presionaron para lograr un ajuste adicional de 35 por ciento y, finalmente, Mediaset se hizo con ellos por 22,6 millones por tres temporadas. El acuerdo eran unos 10 millones por año pero la primera temporada se adquirió casi terminada.

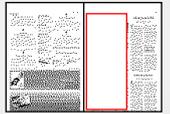
Este año, el partido se emitió los

Mediapro se vio obligada a ajustar en dos ocasiones el coste del partido de fútbol en abierto

lunes, pero de cara a la temporada que viene Mediaset parece que ha logrado que se emita los sábados.

El Mundial de Fútbol, que se celebra el año que viene en Brasil también ha visto reducida su factura por encima del 60 por ciento. El contrato ha cambiado porque la cadena de Fuencarral va a emitir 25 partidos (el resto se verán en Gol TV) a diferencia que en 2010.

La Copa del Rey, por la que no pujó RTVE, y la UEFA también se ha reducido a la mitad. Un camino que ha seguido el Baloncesto, los partidos de pretemporada del Real Madrid y el Barcelona y, sin duda, seguirán las competiciones de motor.



OBITUARIS



SAUL LOEB / AFP

Periodista sense fronteres

HELEN THOMAS (1920-2013)

Primera dona que va cobrir la informació de la Casa Blanca, on va seguir deu presidents

Va succeir el 2006, a la sala de premsa de la Casa Blanca. —“La seva decisió d'envair l'Iraq ha causat la mort de milers d'americans i iraquians i totes les justificacions d'aquest atac s'han demostrat falses”.

D'aquest tenor va ser el comentari que li va fer Helen Thomas al president George W. Bush.

—“Per què volia vostè realment aquesta guerra?”

Quan Bush va començar a explicar-se, ella el va interrompre:

—“No li han fet res a vostè o al nostre país?”

El president li va demanar que li concedís un segon. “Ells ho van fer. Els talibans van proveir un refugi segur a Al-Qaida, allà és on es van entrenar...”

—“Jo estic parlant de l'Iraq”.

Així se les gastava Helen Thomas, la periodista pionera a tantes coses, que va tenir l'oportunitat de dir a deu mandataris dels Estats Units el seu ritual “moltes gràcies senyor president” al final de totes i cada una de les rodes

de premsa. Va morir dissabte a Washington, als 92 anys, després d'una vida dedicada a la seva passió, el periodisme. La constància i la curiositat li van fer trencar fronteres en un món que quan va començar dominaven els homes.

“Helen va ser una pionera, obrint portes i trencant barreres

“Va ser una pionera, obrint portes i trencant barreres per a les periodistes”, ha dit Obama

per a generacions de dones periodistes”, va assenyalar el president Obama al comunicat de condol. “Va cobrir tots i cadascun dels inquilins de la Casa Blanca des del president Kennedy —va afegir Obama—, i durant aquest temps mai no va fracassar a l'hora de mantenir els presidents en alerta, inclòs jo. El que va fer Helen, la degana dels corresponents

de la Casa Blanca, no només consisteix en un llarg període de treball, sinó en la seva ferotge creença que la nostra democràcia funciona millor quan es pregunten qüestions difícils i es manté els governants sota control”.

Va néixer el 1920, un 4 d'agost, el mateix dia que Obama. El 2009, el president va irrompre per sorpresa a la sala de premsa on ella, Helen, fregia a preguntes als portaveus, i on, a primera fila, era l'única que tenia una cadira amb nom. El president portava pastissos per celebrar el seu 89 aniversari. “Helen —li va dir Obama— estic emocionat, aquest és el meu veritable moment inaugural”.

Als 16 mesos va desaparèixer d'aquesta primera fila. Va deixar la seva feina al grup Hearst. La seva franqueta la va portar a la tomba periodística. Va renunciar després que es difongués un vídeo on proclamava que els jueus “haurien d'anar-se'n amb el seu infern de Palestina”. Ella era filla d'immigrants libanesos que van fundar la seva nova llar a Kentucky. Després de llicenciar-se en Anglès, la seva primera feina a Washington va ser de cambriera. La va abandonar aviat perquè “no somreia prou”, deia.

Va entrar llavors com a noia dels encàrrecs al *Washington Daily News*. El 1943 va començar a UPI, agència en la qual romandria durant 57 anys. Li va tocar cobrir la carrera electoral de John F. Kennedy. En guanyar, Helen Thomas es va convertir en la primera periodista assignada a cobrir la Casa Blanca.

L'any 2000, amb el canvi d'amos a UPI, va trobar acomodatament a Hearst. I en una entrevista amb *The New York Times* el 2006 va deixar clara la seva filosofia: “Penso que no hi ha preguntes grolleres”.

FRANCESC PEIRÓN



LA FONTANA DE ORO

FÉLIX
MADEROPERIODISTAS Y
ALUCINADOS

Algunos de los nuestros que no son los míos creen que hay un periodismo de investigación urgente y necesario. Yo digo que no

LA Tercera de ayer de Bieto Rubido es de esas que uno, cuando jovencito y con ínfulas de periodista, guardaría en su carpeta azul de cartón. Si fuera un estudiante leería *Periodistas y gladiadores* una y otra vez; si fuera profesor, lo aconsejaría al comenzar el curso, sobre todo para que se sepa en qué consiste ser periodista, y para que los que quieran vivir de contar noticias tengan señalados los límites de una profesión que hoy es un farallón en medio de un mar asqueroso en el que cursan corruptos, aprovechados, distraídos y políticos de medio pelo. Todos sin excepción —al loro Rubalcaba a ver si se va a borrar del PSOE Felipe González—, están dirigidos por gentes que sólo desean demostrar que mandan mucho, tanto que echarán de La Moncloa a Rajoy. No pasará. El presidente es —¿y quién sabe cómo es?—, tardo, raro y complaciente con el tiempo y su administración, pero es una roca que no se mueve cuando detecta la presencia y los objetivos de tipos que, desde un periódico ofrecen desecho de tinta periodística al precio de periodismo de investigación. La mofa no por repetida deja de molestar. Si tuviera que elegir en este momento elijo estar cerca del presidente de mi país y no de tipos descarados que pierden el alma en las esquinas de la ensoñación; tipos que no sienten en el alma los efectos de la urticaria ni la llegada del vómito cuando se juntan hoy con Bárcenas, ayer con Roldán, con los jefes de ETA, Perote, Amedo, Domínguez y soplones del 11M. Bien, algunos de los nuestros que yo no reconozco como míos creen que esos trabajos nos hicieron mejores ciudadanos y reforzaron la democracia. Creo más bien que reforzaron la venta de un periódico y el ego de su director. Los métodos para conseguir las noticias son tan importantes como las noticias. Y cuando en el método lo primero son los intereses de quien desde el Periodismo busca notoriedad y poder, aparece la trampa. Por eso la maquinación se ceba buscando pruebas que incriminen a Rajoy y no en el enriquecimiento de Bárcenas, que no es otro que el periodista de investigación —sí, he dicho periodista— que pasa papeles al diario que los publica.

Pero el despiste, como el alucine, es general, y si lo es asumiré mi parte y responsabilidad. El sábado en Tele 5 un grupo de buenos periodistas, algunos de ellos amigos queridos, hablaban de Bárcenas —de qué iban a hablar, ¿verdad?—. Vi poco porque aguanté menos. Mis compañeros preguntaban a un invitado sobre este caso. ¿Qué hará Rajoy, qué pasará, cuál ha de ser la estrategia, cuándo se explicará, habrá elecciones? Me fui a la cama sorprendido, engañado y confundido. Mis colegas a quien preguntaban era a Risto Mejide, un publicista *echabroncas* que sabe lo que vale con la misma discreción que el periodista que está ayudando a Bárcenas. ¿Cómo hemos llegado a esto? Sé que me repito, pero sólo se me ocurre decir que degenerando, que es como un banderillero de Juan Belmonte llegó a gobernador civil en Huelva. Y no le demos más vueltas.



Els drets de l'ofici

LLUÍS DíEZ-SOLANO (1941-2013)

Fotògraf

El fotoperiodista Lluís Díez-Solano va morir a Barcelona, als 72 anys, segons va informar el Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC), de la direcció del qual va formar part fins fa pocs mesos. Amb una fecunda trajectòria professional i sindical, Díez-Solano havia ocupat càrrecs directius en les executives del SPC i de la Federació de Sindicats de Periodistes (FeSP).

Segons ha explicat el secretari general de la FeSP, Dardo Gómez, Lluís Díez-Solano havia triat "per vocació vital exercir els seus dots professionals com a 'freelance' sense desmerèixer la seva vocació social i la seva solidaritat professional".

Militant sindical destacat, fins fa pocs mesos va ocupar diverses secretaries: *Periodistes a la peça* i *Drets d'autoria*. "Els drets d'autor era un tema que li inquietava profundament i va ser dels primers periodistes que va fonamentar, va analitzar i va impulsar la reivindicació d'aquest dret entre els professionals de la informació", segons ha recordat Gómez.

Va participar en tots els congressos de la FeSP i va recórrer molts sindicats aportant, a través de tallers, xerrades i conferències, la seva experiència formativa sobre els drets d'autoria. Una experiència guanyada en les seves llargues estades laborals fora d'Espanya, que li havien permès conèixer molt de prop l'organització dels periodistes en països com França i Itàlia, "el que el portava alternativament a desesperar per la situació dels informadors en aquest

costat del Pirineu o a insuflar-se d'indignació reivindicativa", segons Gómez.

Entre els anys 70 i 80, Lluís Díez-Solano va residir a París treballant, sempre "per lliure", per a destacades capçaleres franceses, i aportant entrevistes i reportatges de la vida parisenca a publicacions espanyoles. La seva tornada a Barcelona va coincidir amb les albors de l'organització sindical dels periodistes a la ciutat, a la qual es va afegir amb entusiasme.

La seva passió per la fotografia el va fer protagonista d'una infinitat d'exposicions col·lectives i individuals de les seves obres.

Entre els anys setanta i vuitanta va residir a París treballant per a capçaleres franceses

Aquesta mateixa inquietud el va portar a presentar el 2003 la primera exposició del sindicat català en el Festival de Fotoperiodisme *Visa pour l'Image* de Perpinyà, de la qual va ser comissari.

El 2006 va rebre el premi Professionnel d'aquest festival pel conjunt de fotografies de la seva exposició *Briznas*. L'últim any, la malaltia que li afligia "ens va anar privant de la dinàmica de la seva presència en el SPC i en la FeSP, però sempre va estar al dia de les nostres actuacions i participant de les nostres inquietuds", rememorava Dardo Gómez / Efe

Jobé presenta *El món a RAC1*. RAC1

RAC1 dona el protagonisme a les veus de la casa aquest estiu

J.C.

BARCELONA. Els noms que sonen a RAC1 al llarg de l'any seran els que sonaran també al capdavant dels programes de l'emissora del Grupo Godó a la programació d'estiu, que comença avui. Als matins, *El món a RAC1* continuarà funcionant amb David Jobé encapçalant l'equip. Un format que serà de 7 h a 12 h i que donarà pas a *La Competència. Especial 50 anys*, una giragonsa irònica del programa per continuar en antena aquest estiu a través només de material gravat. És a dir, un *greatest hits* de la temporada. Una fórmula que també segueix *La segona hora*. El *Tot és possible* serà fidel al seu esperit de servei, però amb la veu d'Esther Muñoz.

A les 16 h començarà *Versió estiu*, que tindrà la batuta d'Emma Aixalà als micròfons. Després, Raül Llimós abordarà les novetats futbolístiques a *El primer toc*. Víctor Vives intentarà posar "la informació en ordre" amb mitja hora diària a *La nit a RAC1*. A les 21 h, arribarà un clàssic dels estius de l'emissora: *No hi som per festes*. Un magazín que s'interessa per temes de tot tipus i que s'allargarà fins a les 23 h. I d'onze de la nit a la una de la matinada, *Tu diràs*, amb Jaume Mullor al capdavant.

Els caps de setmana tindran el campament de *La primera pedra* muntat de 7 a 9 h. Un programa amb la música com a principal ingredient i Ferran Torrent com a col·laborador. De 9 h a 14 h Xavi Bundó pilotarà el *Via lliure*, atent a l'actualitat i "amb debats seriosos sobre les millors braves". L'equip d'*El Barça en xanquetes* retransmetrà la pretemporada culer. —



La UE avala la obligación al fútbol en abierto

El “derecho a la información” prima en este caso sobre la libre competencia

Redacción Madrid

El Tribunal de Justicia de la Unión Europea desestimó la pasada semana los recursos de la UEFA y la FIFA contra las sentencias de la Corte General relativas a la retransmisión televisiva de la Copa del Mundo y la Eurocopa, de manera que los países podrán pedir que se emitan en abierto en determinados casos.

El Tribunal sigue así la recomendación del abogado general y recuerda la existencia de una directiva que permite que los Estados prohíban la retransmisión en exclusiva de acontecimientos que consideren de gran importancia para la sociedad, especialmente, en aquellos casos en que dicha retransmisión prive a una parte importante del público el disfrute de esos eventos en una televisión de libre acceso.

En sus sentencias dictadas en los últimos días, el Tribunal considera que el hecho de que un Estado califique ciertos acontecimientos como de gran importancia para su sociedad y prohíba su retransmisión de manera exclusiva, “constituyen obstáculos a la libre prestación de servicios, a la libertad de establecimiento, a la libre competencia y al derecho de propiedad”. Sin embargo, reconoce que esos obstáculos están justificados, si así se protege el “derecho a la información” y si se “garantiza un amplio acceso del público a la cobertura televisiva de tales acontecimientos”.

La Corte destaca que corresponde “exclusivamente a los Estados miembros determinar cuáles son esos acontecimientos” y que la función de la CE en este ámbito se limita a comprobar si éstos respetan el Derecho de la Unión.

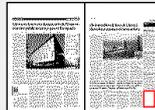


Google trabaja en una aplicación web para ver la TV en 'streaming'

elEconomista MADRID.

Google podría dar un disgusto a los grandes grupos de comunicación en el caso de que se confirme la información que difundió el diario *The Wall Street Journal*. Se trata de un servicio de televisión en *streaming*, a través de Internet, objetivo por el que la multinacional de Mountain View ha comenzado a negociar la compra de las licencias que permitan ofrecer todo tipo de contenidos, especialmente series, películas y distintos programas de televisión. La principal ventaja para los usuarios es que éstos podrán disfrutar de la oferta de contenidos audiovisuales de Google en cualquier sitio donde exista conexión a Internet de banda ancha, y no sólo en el hogar.

Según informa *Ep* citando al diario estadounidense, Google e Intel ya negocian con los proveedores de televisión de pago con el objetivo de llegar a un acuerdo antes de final de año. El fabricante de procesadores ha mantenido conversaciones con varias empresas de medios para comprar las licencias de la banda ancha de servicios con una permanencia de un año.



CATALUNYA

Anul·lat l'ERO al mitjà municipal de Cambrils

CAMBRILS | EFE/DDG

■ El Tribunal Superior de Justícia de Catalunya ha anul·lat l'ERO de la radiotelevisió municipal de Cambrils, tal com havia reclamat el Sindicat de Periodistes de Catalunya. La sentència es basa en què «no hi va haver voluntat negociadora per part de l'entitat Cambrils Audiovisual en no facilitar la documentació i la informació necessària als treballadors».