



# RECULL PREMSA CAP DE SETMANA

16/09/2013



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**





# PREMSA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
14/09/13	JOVES PERIODISTES. L'ACCIÓ COMENÇA A L'INSTITUT / ARA (ARA CRIATURES)	5	1
14/09/13	MÁS DEPORTES PARA LA SER / LA RAZON	6	1
14/09/13	ENRIQUE CEREZO LANZA EL PRIMER CANAL DE CINE ESPAÑOL DE AMÉRICA / ABC (EDICION NACIONAL)	7	1
14/09/13	ADÉU A UN MESTRE DEL PERIODISME, martin ferran / DIARI DE TERRASSA	8	1
14/09/13	L'ACTRIU DENUNCIA EL FOTÒGRAF UN PAPARAZZI ATROPELLA AMB UNA BICI NICOLE KIDMAN / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	9	1
14/09/13	EL MAYOR MERCADO DE PRENSA EUROPEO SE DIGITALIZA / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS	10	1
14/09/13	NOMBRAMIENTO, José Luis Pastor / ABC (EDICION NACIONAL)	11	1
14/09/13	260.000 DESCÀRREGUES, A CATALUNYA RÀDIO / EL PUNT AVUI	12	1
15/09/13	HISTORIAS DE MUNDOS TRANSPARENTES / EL PAIS (DOMINGO)	13	2
15/09/13	CANTERA DE PERIODISTAS PARA TODOS LOS SOPORTES / EL PAIS (SUPLEMENTO ESPECIAL)	15	1
15/09/13	'PRIME TIME' CADA VEZ MÁS LATE' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
15/09/13	HEM MARCAT LA VIA, EL DEFENSOR DEL LECTOR / EL PUNT AVUI	17	1
15/09/13	ABC.ES ESTRENA MAÑANA UNA TERTULIA EN DIRECTO SOBRE FÚTBOL / ABC (EDICION NACIONAL)	18	1
15/09/13	MANNING SE LLAMA CHELSEA, POR TOMÁS DELCLÓS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	19	2
15/09/13	L'ALTRA GUERRA SIRIANA, DEFENSORA DE LA IGUALTAT / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	21	1
15/09/13	CARTES, ESCOTS I FUTBOL; DEFENSOR DEL LECTOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	22	1
15/09/13	EL DEGÀ DELS PERIODISTES, INTERVIUAT per Irene Polo / ARA	23	1
15/09/13	40 AÑOS DESPUÉS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	24	1
16/09/13	RTVE PREVÉ TERMINAR EL EJERCICIO 2013 CON UN DÉFICIT DE AL MENOS 70 MILLONES / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	25	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
16/09/13	RICARDO CARRERAS: «LA FÓRMULA DE CERCA DE GOOGLE ÉS MÉS SECRETA QUE LA DE COCA-COLA» / REGIO 7	26	1
16/09/13	CANAL SUR PIERDE AL DÍA CASI 71.000 EUROS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	27	1
16/09/13	María Rosario de Parada, PERIODISTA Y NOVELISTA ARAGONESA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	28	1
16/09/13	HISPASAT PRESENTA SU CANAL DE 'ULTRA ALTA DEFINICIÓN' POR SATÉLITE / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	29	1



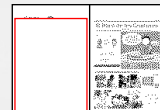
# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

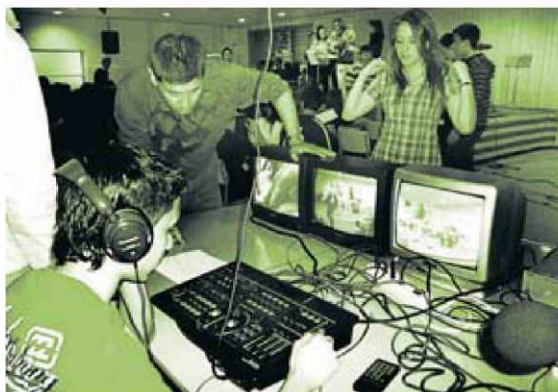
SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



## Adolescència



**CONTACTE.** Els alumnes de l'Institut Manuel de Montsuar, a Lleida, tenen contacte amb l'expressió periodística en un moment o altre.

# Joves periodistes

## L'acció comença a l'institut

Molts instituts del país tenen mitjans de comunicació propis en què els alumnes poden fer periodisme local i **aprendre les bases de l'expressió periodística**

**CRISTINA SERRET**

FOTO: INSTITUT MANUEL DE MONTSUAR

A l'Institut Manuel de Montsuar, a Lleida, els alumnes disposen de diversos mitjans per difondre les notícies, reportatges i opinions sobre el que passa, tant a dins del centre com a la ciutat. Des de primer d'ESO fins a segon de batxillerat se segueix una línia educativa segons la qual tots els estudiants tenen contacte amb l'expressió periodística en un moment o altre dels seus estudis. Aquestes experiències es vehiculen a través de les assignatures optatives, i queden penjades a la web del mateix institut.

Allà s'hi poden llegir, per exemple, els articles

de l'*Ull Crític*, escrits pels alumnes de primer d'ESO i que reflexionen sobre les notícies i activitats del centre educatiu, o els continguts de *Camp de Tralla*, la revista editada pels alumnes de segon de batxillerat. També hi ha experiències radiofòniques i un projecte de producció audiovisual, el Canal Montsuar.

Francesc Alamon és professor de llengua a l'institut i professor associat a la Universitat de Lleida en el grau de comunicació i periodisme audiovisuals, i explica que la tradició periodística al centre es remunta a més de vint anys enrere. "Al principi vam veure que era una bona manera d'incentivar els alumnes en l'expressió en llengua

catalana—explica—. Però de seguida vam comprovar que en realitat era una via molt potent per aconseguir-ho, i amb un alt rendiment, perquè els alumnes se senten molt motivats. Per a ells no és el mateix dir-los que facin una redacció per al professor que explicar-los que el que escriuran tindrà una transcendència, se'n farà difusió i ho llegiran els seus companys, potser tot l'institut. I en aquest sentit estem contents, perquè hem tingut continguts amb gairebé un miler de visites".

### Sentit crític

Els alumnes que participen en el projecte del Canal Montsuar comencen el curs visualitzant cinema, notícies i progra-

### Plataformes

Els primers articles

— Alguns mitjans de comunicació ofereixen plataformes en què els instituts poden publicar els seus articles per crear i editar un diari propi a la xarxa.

— **Diari Jove**  
[www.diarijove.elperiodico.cat](http://www.diarijove.elperiodico.cat)

— Una iniciativa d'*El Periódico* que ofereix, a més del suport digital, interessants tutorials.

— **Escoles en xarxa**  
[www.escolesenxarxa.vilaweb.cat](http://www.escolesenxarxa.vilaweb.cat)

— Un projecte d'Òmnium Cultural i Vilaweb. Adreçat a centres de primària i secundària.

mes d'entreteniment, i els analitzen des del punt de vista dels realitzadors i productors. Després treballen el llenguatge audiovisual i formen grups de treball, que discuteixen a partir d'una idea, per decidir com la presentaran i quin enfocament hi donaran. "El que els costa més —explica Francesc Alamon— és passar del llenguatge escrit a l'audiovisual, presentar de manera breu i organitzada el que volen explicar. També mirem de treballar el sentit crític i el rigor periodístic, la nostra feina és sobretot fer-los reflexionar, assenyalar quan un contingut és incomplet, s'ha tractat de manera superficial o cal donar-hi una volta més".

Aquesta generació de periodistes d'institut tre-

balla amb telèfons mòbils, blogs penjats a la xarxa, emissions radiofòniques i televisives que s'emeten per internet... ¿Això pot donar lloc a un nou llenguatge periodístic nascut a les aules d'ESO i batxillerat? Imma Tubella, catedràtica de comunicació de la UOC i titular de la Càtedra d'Educació i Tecnologia del Collège d'Études Mondiales de París, n'està convençuda: "Sí, esclar que hi ha un nou llenguatge periodístic, i són els joves els que l'han creat. No acabem d'entendre que estem vivint una revolució cultural profunda, els líders de la qual tenen de 5 a 30 anys. I en el cor d'aquesta gran revolució hi ha la comunicació, els nostres joves tenen unes competències comunicatives que nosaltres no tenim, han creat noves formes, una nova estètica, i tot plegat és molt important, perquè al cap i a la fi la comunicació és al mig del canvi de la societat". "Per això la nostra feina és guiar-los perquè tinguin una capacitat crítica, reflexiva—diu Tubella—. El nostre paper ha de ser simplement el de mentors".

### Agafar volada

Pep Martorell, professor de llengua catalana a l'Institut Tarragona i responsable de la posada en marxa de *Què m'endius*, la revista del centre, coincideix en aquest aspecte amb Tubella: "Jo tinc molt clar que el nostre paper en aquest projecte és el de guies. Hem d'acompanyar els alumnes en la creació de la revista i en la formulació dels continguts, però el nostre objectiu és que els estudiants vagin sols".

Un bon exemple del que explica el Pep és el Marc Anguera, un alumne de l'institut que es va apuntar a la revista "per conèixer gent nova i treballar la llengua d'una manera diferent". El Marc va participar en la definició de la publicació a partir del full en blanc, en la decisió del format, el títol, les seccions, el disseny. S'hi havien apuntat alumnes de segon, tercer i quart d'ESO, i el primer any era dels petits del grup. Però l'any passat es va trobar que hi havia menys gent i es va atrevir a escriure-hi articles. "Vaig descobrir una faceta meua que no coneixia, jo sempre he tirat més cap a les ciències, i m'ha agradat molt", diu. —



# Más deportes para la Ser

## La cadena concede más tiempo de su parrilla a estos espacios

S. Díaz - Madrid

Empieza el nuevo curso radiofónico, pero los presentadores y los programas son los mismos. Esta temporada de la Cadena Ser está definida por la continuidad, excepto para la redacción de deportes, ya que, gracias a un acuerdo con la empresa norteamericana Stats, contará este año con una base documental sobre datos deportivos.

En cuanto a los espacios de actualidad, destaca «Hoy por hoy», que conserva sus señas de identidad y abrirá de lunes a viernes a las 06:00 horas con Pepa Bueno y Gemma Nierga al frente. Mientras que la primera se encargará de proporcionar la información, el análisis y la opinión sobre los temas de la jornada, la segunda conectará con las preocupaciones de los ciudadanos, ya que pretende «poner el acento en lo que les interesa». Además, todos los lunes, el director de informativos de la cadena, Rafael de Miguel, dará «Las claves de la semana».

### Más información

Un análisis de la actualidad llegará a partir de las 20:00 horas con Angels Barceló, que repite como presentadora de «Hora 25». Todos los lunes acogerá a representantes de los grupos parlamentarios, que formarán parte activa de la «tertulia política». El espacio mantiene el equipo habitual de colaboradores y las secciones «La mirada» y «El dietario», de

### «El larguero» adelanta su hora

Tras 24 años en antena y más de un millón de oyentes, «El larguero» comenzará esta temporada media hora antes. José Ramón de la Morena y su equipo vuelven con toda la información más destacada de este año en la cadena Ser. «El sanderín» seguirá comentando los principales acontecimientos de los equipos de fútbol sin perder de vista al resto de deportes con sus correspondientes figuras.

Josep Ramoneda. Además, los miembros de «Carne cruda» darán su particular visión de las noticias en un espacio diario dentro de «Hora 25». La información vespertina tendrá la voz de Carles Francino, que dirige el magacín «La ventana». El humor será un punto importante en el programa, que contará con su sección «Todo por la radio», con Toni Martínez y Javier Coronas, los miembros de Especialistas Secundarios y de «El Mundo Today».

El entretenimiento llegará de la mano de «A vivir que son dos días». El programa que quiere ayudar a los oyentes a olvidar sus problemas estará dirigido y presentado por Javier del Pino, que ha afirmado que poten-



José Ramón de la Morena sigue al frente de «El larguero»

ciará el «componente de juventud» que caracteriza a su equipo. Por otra parte, en esta temporada, el espacio refuerza su apuesta por la ficción con el fichaje de Juan Cavestany, que realizará una serie radiofónica con uno de los temas de actualidad de la jornada como hilo conductor.

El programa de las madrugadas, «Hablar por hablar», vuelve con Macarena Berlín y su equipo, que seguirán ahondando en el lado social y solidario con las secciones «Unidad de madres», «Punto de poyo» y «Reflejos». El deporte es el centro de los cambios y una de las informaciones con más peso dentro de la Cadena Ser para este curso. Así, adelanta su

emisión «Carrusel deportivo», que los domingos empezará una hora antes. Con Manu Carreño a los mandos, contará con los mismos colaboradores y tendrá las retransmisiones deportivas en directo como contenido principal. En cuanto a Michael Robinson, vuelve en la madrugada del sábado al domingo con su «Acento Robinson» para mostrar los entresijos de las competiciones deportivas. Además, como novedad, estará disponible previamente en CadenaSer.com. La programación deportiva la completan «Ser deportivos», conducido por Jesús Gallego, y «Hora 25 Deportes», presentado por Francisco José Delgado.





Enrique Cerezo, rodeado de películas, cree que nuestro cine podrá superar la barrera del lenguaje

IGNACIO GIL

## Enrique Cerezo lanza el primer canal de cine español de América

- MIS Películas pretende que «los americanos se acostumbren a ver cine con acento español»

LAURA OLÍAS

**P**elículas de la talla de «Tesis», de Amenábar, y «La caja 507», de Urbizu, y actores tan internacionales como Penélope Cruz, Antonio Banderas y Javier Bardem tienen un hueco reservado en los televisores de Puerto Rico gracias a MIS (Made in Spain) Películas, el primer canal de cine español de América. La distribuidora de Enrique Cerezo, Videomercury Films, se lanza a la pequeña pantalla con este proyecto que pretende «que los americanos se acostumbren a ver las películas con acento español», cuenta a ABC el también presidente del Atlético de Madrid.

Puerto Rico es solo la primera parada de este viaje. Desde el pasado 5 de septiembre, algunos de nuestros mejores títulos están disponibles a través del canal por cable Liberty Cablevision, el más grande del país, que llega a unos



200.000 hogares, según los cálculos de Cerezo. «Puerto Rico es la puerta para entrar en Estados Unidos», afirma, consciente de la dificultad de introducirse en un mercado que «prácticamente tienen copado los mexicanos». Considera que nuestro deje y pronunciación tendrán dificultades para calar en los espectadores americanos, pero que nuestro cine superará poco a poco la barrera del lenguaje.

«El cine español en el extranjero está muy reconocido», dice. Este mes los puertorriqueños podrán disfrutar de «Los girasoles ciegos», «Días de fut-

bol» y «Bienvenido Mister Marshall», entre otras cintas. El catálogo lo han elegido en función de los «gustos», explica: «Las películas que gustan aquí, lo hacen en todos sitios». También es importante el tirón de algunos actores que aterrizaron con éxito en América, aunque insiste en que, en general, se aprecia el cine *made in Spain*: «No te hablo solo de Javier Bardem, Penélope Cruz o Jordi Mollà». El canal intentará ofrecer estrenos que se intercalarán con clásicos como «La caza», de Saura, o «La calle sin sol», de Rafael Gil, en 24 horas ininterrumpidas de cine. De momento, no están previstos programas de producción como reportajes o entrevistas, pero Cerezo espera poder incluir documentales.

MIS Películas es una ventana de exhibición más para nuestro cine y Cerezo, aunque se muestra prudente, espera que suponga un impulso para la cultura española. El empresario prevé que la iniciativa, cien por cien financiada por capital privado —«sin ningún apoyo oficial»—, llegue a Chile a finales de año. Además, ya mantiene conversaciones con plataformas de los EE.UU. «Nos gustaría dar a conocer el cine español en todos los lugares del mundo», concluye.



# Adéu a un mestre del periodisme

JOSEP BALLBÈ  
I URRIT



**S**ÓC home de costums fixos. Me'n vaig a dormir tot regirant la premsa. I gairebé em llevo de la mateixa manera. Aquest costum s'agreuja els caps de setmana. Disposar de més hores de lleure m'amplia el ventall. És comuna droga que em domina. La pròpia informació, m'encén el flaix per bastir un nou article.

El darrer dia d'agost, el cor m'ha fet un bot. M'he sentit colpejat per una notícia sobtada. Al seu voltant, voldria fer-hi un seguit de reflexions.

Quan s'és petit, uns volen imitar en Messi o en Raúl. Altres s'emmirallen en la figura del metge Broggi. Més enllà, alguns s'enamoren de la religiositat de figures com el Papa Roncalli. Alguna noieta pretén ésser una altra Naomi Campbell. Qualsevol icona o referent és bona a l'hora d'arrelar la pròpia vocació professional.

En el camp periodístic, recordo la sobrietat dels malaurats Carles Sentís i Joan Castelló i Rovira. La precisió i per-

sonalitat d'en Diego Carcedo i n'Iñaki Gabilondo. Per damunt d'ells –sense desmerèixer ningú– situo la veu i l'escriptura de l'inoblidable Manolo Martín Ferrand.

Qui no recorda –en començar la dècada dels 70– el naixement d'Hora 25? Un programa radiofònic estel·lar que va crear addicció en tota la meva generació. El pare de la criatura fou ell. Conjugava magistralment les pauses amb el silenci. La inflexió de la seva veu donava un plus afegit a qualsevol de les seves opinions. Gairebé diria que sempre sentava càtedra.

Tal com un cuiner afamat, amania un producte de molta qualitat. Com si pintés uns quadres d'un realisme fora de tot dubte. O pastés un pa amb una escorça ben cruixent. Lluny del sensacionalisme de la premsa fàcil, marcava un estil ben consolidat. Ho feia –a més a més– des d'una exquisida humilitat. Això el duia a mantenir un sentit record pels seus mestres: "Tot el que sé els hi ho dec"... Un tarannà ben allunyat, per exemple, d'*stars* egòlatres i prepotents com el propi Jesús Hermita. Una manera diferent de fer periodisme de qualitat i etiqueta.

En les circumstàncies actuals, és prou just recordar-lo com un dels pares de

la televisió privada espanyola. No oblidem el seu pas per Antena 3 Televisió. Allà en fou director general... Fins que va tenir la valentia i la clarividència de dimitir. No es podia doblegar a la presència de gent estranya en el sector. Autèntics *pools* de pressió com el grup Zeta, Banesto o el propi Rupert Murdoch... Tots ells l'haurien obligat a plegar de la seva independència. A sotmetre's –a la pràctica– a la disciplina. Com si es tractés d'un partit polític.

Som molts els qui hem sentit la guspira de la pròpia vocació professional a partir de gent com ell. A l'albira de la seva professionalitat. La que el dotava d'un estil inconfusible. Un segell personal i propi. Una manera de fer diferent a qualsevol altra.

Més d'un em podrà retreure que tot plegat no deixa d'ésser un tòpic. Que és prou fàcil recordar-se d'algú quan ja no hi és. Sense cap mena de dubte, els homenatges cal fer-los en vida.

Aquest escrit no deixa d'ésser un sentit agraïment personal. Sempre vull que mantingui la seva vigència.

Trobaré a faltar l'acidesa de la seva ploma. La qualitat del seu producte. La fondària de la seva bonhomia. La picantor de la seva anàlisi.

Descansa en pau, mestre!

**L'ACTRIU DENUNCIA EL FOTÒGRAF**

# Un paparazzi atropella amb una bici **Nicole Kidman**

**Nicole Kidman** va ser atropellada dijous per una bicicleta que conduïa un paparazzi a tota velocitat quan tornava a l'hotel després d'assistir a la desfilada de Calvin Klein a la Setmana de la Moda de Nova York. L'estrella va caure a terra i, encara que no va patir ferides importants, va reaccionar de forma furiosa contra el ciclista, a qui va denunciar davant la policia. Després d'aixecar-se de terra, es va treure els talons i se'n va anar corrent descalça cap a l'hotel. El causant de la brutal enquesta es diu **Carl Wu**, un conegut fotògraf de famosos que fa tres anys va protagonitzar un altercat amb els guardaespalles de **Lady Gaga**

quan la intentava fotografiar en un aparcament. Una vegada denunciat davant l'autoritat, **Wu** ha rebut tres multes del Departament de Policia de Nova York. Una per circular en bicicleta per la vorera, una altra per no portar casc i l'última per conducció temerària, segons informa *People*. Després de refer-se de l'ensurt a l'hotel, **Kidman** es va arreglar per assistir a la festa en honor de **Francisco Costa**, el dissenyador de la marca Calvin Klein. «Ara estic dreta, caminant, però estava espantada», va assegurar l'actriu a *People*.

Vegeu el vídeo d'aquesta notícia amb el mòbil o a e-periodico.cat



YOUTUBE





# El mayor mercado de prensa europeo se digitaliza

Pilar C. Sánchez

El editor de prensa germano Gruner+Jahr (G+J) invertirá cientos de millones de euros en su expansión digital, como ya han hecho otros de sus homólogos para compensar el descenso de ventas de periódicos y revistas en formato físico, según informa Reuters.

Alemania es el mayor mercado europeo de prensa escrita y había mostrado mayor residencia que

Los fieles lectores de prensa alemanes han comenzado a consumir noticias 'online', lo que obliga a las cabeceras a digitalizarse

otros países de la zona a la irrupción del mercado digital hasta el pasado año.

G+J cuenta con cabeceras como *Stern* y *Brigitte*, y un 74,9%

de la empresa es propiedad de Bertelsmann. "La transición de G+J es a largo plazo. Tenemos claro que los próximos tres o cinco años serán de inversión", afirman desde la compañía.

G+J, que el pasado año cerró su *Financial Times Deutschland* (FTD) después de acumular millones de euros en pérdidas durante los 12 años de vida de la cabecera, ha desmentido los rumores de que esta transición supondrá el recor-

te de puestos de trabajo.

"Es cierto que distribuiremos a nuestra plantilla en las distintas áreas paso a paso", reconoció la directora ejecutiva de G+J, Julia Jaekel, a lo que añadió que habrá una significativa creación de empleo en la división digital de la compañía.

La fidelidad de los lectores germanos a su periódico se ha erosionado en los últimos años a medida que los lectores se han acostumbrado a consumir más prensa

digital. La muestra más clara de esto es el cambio de tendencia en la publicidad dentro de la prensa.

Los beneficios por publicidad en los periódicos teutones han descendido un 11,4% en el segundo trimestre, mientras en las revistas se ha rebajado un 1%.

Por ello, los medios de prensa alemanes, incluyendo al editor del periódico líder, *Bild*, y Bertelsmann han tenido que lanzarse a la esfera digital.

**NOMBRAMIENTO****José Luis Pastor se incorpora a la directiva del Grupo COPE**

El periodista José Luis Pastor ha sido nombrado director de Coordinación del Grupo COPE, donde impulsará el acuerdo estratégico entre COPE y Vocento y coordinará la expansión de la emisora en sus diferentes formatos. Pastor ha desarrollado su carrera en Vocento, donde fue miembro del



Comité de Dirección y director general de ABC Punto Radio. También fue director de la red de emisoras de Onda Cero y director general de los diarios «Qué» y «Hoy» de Extremadura.

**«Gran Hotel», premiada en Asia**

La serie de Antena 3 ha sido premiada en los Seoul International Drama Awards, un festival en el que concurrían series como «House» y «Scandal». La

ficción de Bambú ganó el Golden Bird Prize. La gran vencedora fue la israelí «Prisoners of War», en la que se inspiró «Homeland».

**«Amish Mafia», granjeros al margen de la ley**

Discovery Max estrena esta noche en abierto, a las 22.30, «Amish Mafia», serie que promete cambiar la imagen que tenemos de esta comunidad. No confían en la Policía ni en la justicia e imponen su propia ley ante cualquier problema.



#### INTERNET

### 260.000 descàrregues, a Catalunya Ràdio

L'emissora Catalunya Ràdio ha arribat a les 260.000 descàrregues de les cinc aplicacions per a mòbils intel·ligents i tauletes que es van estrenar a l'inici de la temporada passada. L'aplicació principal de Catalunya Ràdio, que permet sentir les quatre emissores del grup, és la més descarregada i arriba gairebé als 165.000 usuaris. ■ REDACCIÓ



## LEY DE TRANSPARENCIA

# Historias de mundos transparentes

La legislación que permite el acceso de los ciudadanos a la información oficial llega a España con retraso y, pese a su avance, aún queda lejos de los países más abiertos

Por JOSEBA ELOLA

Los 27 alumnos de la escuela primaria de Roy Bridge, pequeña y remota población de las Highlands escocesas, estaban a punto de quedarse sin colegio. Era diciembre de 2006 y las autoridades regionales habían decidido enviarlos a Spean Bridge, pueblo situado a unos cinco kilómetros, donde se construirían nuevas aulas. Un informe que se manejaba en el Departamento de Educación aseguraba que esta medida reduciría costes. Pero la asociación de padres de alumnos decidió que no se iba a quedar cruzada de brazos.

Enarbolando la ley de acceso a la información escocesa, toda una referencia para aquellos que creen en las bondades de la transparencia, pidieron que se hicieran públicos los informes en los que se había basado la decisión. Una vez conseguidos, los remitieron a expertos para que los revisaran. Hallaron graves errores en las proyecciones demográficas y financieras del informe: el ahorro esgrimido por las autoridades no era tal.

Tras 18 meses de batalla, en mayo de 2008, consiguieron que la escuela del pueblo no cerrara.

Esta pequeña historia ilustra la capacidad que pueden tener los ciudadanos de influir en las decisiones políticas cuando cuentan con una ley de una transparencia amplia. Algo que no sucederá en España, según afirman varias organizaciones que desde hace años abogan por una legislación moderna. El jueves se votaba en el Parlamento la ponencia que ahora es remitida al Senado. "La situación de opacidad va a cambiar muy poco", declara Victoria Anderica, abogada y coordinadora de campañas de la organización Access Info en las céntricas oficinas de la organización en Madrid. "No nos vale una ley mediocre".

José Luis Ayllón, secretario de Estado de Relaciones con las Cortes y hombre que ha estado al frente del buque de la ley en España, discrepa de este análisis: "Es una de las leyes más dialogadas de las últimas legislaturas", declara. "En muchos casos supera a las de otros países: esa es la ventaja cuando llegas último".

Efectivamente, España, en este campo, llega como integrante del pelotón de cola. Que a día de hoy, año 2013, España aún no cuenta con una ley de transparencia es algo que provoca asombro fuera de nuestras fronteras. Suecia la tiene desde 1776. Los países latinoamericanos, en líneas generales, las elaboraron en los años 90. España aún está trabajando en ello.

El caso de la pequeña escuela de Roy Bridge acabó desencadenando un cambio legislativo de modo que, desde entonces, las autoridades locales tienen que ser consultadas ante medidas como el cierre de un colegio. Pero todo fue posible gracias a la ley de transparencia y a los poderes otorgados al comisionado, la figura, generalmente elegida por los Parlamentos, para

velar por la aplicación de la ley. "Las autoridades se negaron a entregar la información demográfica", recuerda Kevin Dunion, comisionado en aquellos días. "Siempre es complicado pedir explicaciones a los gobernantes para que aclaren en qué basaron sus decisiones".

En Escocia, argumenta Dunion, que ocupó el cargo durante ocho años, las autoridades están obligadas a entregar los informes internos y estudios en los que basan sus decisiones si el comisionado se los reclama; la legislación también incluye el contenido de *e-mails* intercambiados por funcionarios desde sus cuentas de correos públicas. Si las autoridades no quieren entregar algún documento, son ellas las que tienen que explicar por qué lo retienen y qué daño se causa si se revela la información. "Y esta es una de las claves", apostilla Dunion. "Hacer que estén disponibles las estadísticas y datos en que basan sus decisiones los políticos es fundamental para

**La ley permitió a los padres de alumnos de Roy Bridge impedir el cierre de la escuela del pueblo**

**"La situación de opacidad en España va a cambiar muy poco", declara Victoria Anderica, de Access Info**

un gobierno moderno; ayuda al ciudadano a entender que la toma de decisiones no es fácil". No saber hacer mucho más daño a la credibilidad, arguye Dunion.

El acceso a los correos electrónicos de funcionarios también permitió comprobar que la decisión del cierre de la escuela de Roy Bridge estaba tomada de antemano.

La ponencia de la ley de transparencia española remitida al Senado incluye la publicación de "memorias e informes que conformen los expedientes de elaboración de los textos normativos"; pero excluye que se pueda pedir "información que tenga carácter auxiliar o de apoyo como la contenida en notas, borradores, opiniones, resúmenes, comunicaciones e informes internos o entre órganos y entidades administrativas (nuevo artículo 18)".

"Esto es lo más inaceptable", exclama indignada Helen Darbishire, de la coalición Access Info. "Las limitaciones de esta



## Leyes de referencia

» **ESLOVENIA.** La ley está considerada como una de las más avanzadas del mundo. Otorga poderes a la comisionada para ordenar la apertura de correos electrónicos oficiales, si el interés público lo justifica, y para inspeccionar en organismos públicos. Natasa Pirc, expedientista, lleva nueve años en el puesto.

» **ESCOCIA.** Las autoridades tienen un plazo de 20 días para contestar a una información requerida por el comisionado.

Si no lo hacen, deben explicar por qué. Kevin Dunion, que fue comisionado durante ocho años, está considerado como una voz de referencia.

» **SUECIA.** Dispone de una ley de transparencia desde hace más de dos siglos. Los expertos coinciden en que este es uno de los países más transparentes del mundo, no solo por su ley, sino por la cultura de acceso a la información que existe.

ley reflejan el comportamiento actual de la administración en España".

La frontera entre lo que es o no un informe interno es difusa y en la administración, de hecho, no existe una tipología específica para determinar cuáles serían accesibles y cuáles no.

El secretario de Estado José Luis Ayllón arguye que las legislaciones de países como Francia, Alemania o Portugal no abren la puerta a que se conozcan correos electrónicos y estudios preparatorios y explica que lo importante es lo que afecta directamente a los ciudadanos y no las opiniones vertidas en el proceso de toma de una decisión. "Excluir los *e-mails* y los borradores otorga mucho espacio a las autoridades para ocultar información", declara el canadiense Toby Mendel, presidente del Center for Law and Democracy (Centro para la Ley y la Democracia). Y cuenta que en su país, si son de interés público, se puede

reclamar que se abran: "Los *e-mails* son el equivalente a lo que antes era el correo ordinario", argumenta.

En Eslovenia, la legislación funciona de manera similar a la escocesa o canadiense en este campo. Son las autoridades las que tienen que demostrar que desvelar una información es perjudicial, y que el daño que puede causar prevalece sobre el interés de la opinión pública, para no liberarla. Como botón de muestra, un ejemplo sonado. El llamado Caso Patria. Un asunto cuyas derivadas han terminado conduciendo al exprimer ministro esloveno ante los tribunales por incurrir en una presunta corrupción.

Ocurrió en 2007. La comisionada tuvo que pronunciarse sobre una petición de información sobre la compra de armamento militar. El Ministerio de Defensa sostenía que se trataba de información clasificada. Pero en Eslovenia la comisionada tiene



## LEY DE TRANSPARENCIA



Manifestaciones en Liubliana, en enero, contra el ex primer ministro Janez Jansa por su implicación en un caso de corrupción destapado gracias a la ley de acceso a la información. Foto: Srdjan Zivulovic (Reuters)



Natasa Pirc, comisionada de Información de Eslovenia y Kevin Dunion, excomisionado de Escocia.



» **NUEVA ZELANDA.** Su ley se puso en marcha en los años sesenta. Su sistema se basa en la figura del *Ombudsman*, una figura de prestigio a la que es complicado negar acceso a información. Se puede ac-

ceder a comunicaciones internas e incluso a las agendas de reuniones oficiales.

» **BRASIL.** La cuestión allí ya no es solo la transparencia, sino el gobierno abier-

to. Los ciudadanos disponen de herramientas para fiscalizar el gasto público; y, en ciudades como Porto Alegre, para intervenir, a través de Internet en las decisiones de las autoridades. •

una mayoría cualificada. Serrano, de todos modos, cuestiona el que se elija eso que viene en llamarse un experto independiente: "¿Experto en qué? ¿E independiente de quién? eso no lo hay", espeta. "No tiene sentido que sea un filtro, ni tampoco un activista", señala. "Lo normal es que sea un jurista, porque aquí la cuestión será actuar contra la administración que obstaculiza demandas de información".

Manuel Villoria, catedrático de Ciencia Política, y miembro de la organización Transparencia Internacional, señala que la ley española va a superar, en términos generales, los requisitos mínimos, pero avisa: "El Consejo puede acabar siendo un órgano de comisarios políticos nombrados por la mayoría parlamentaria". David Cabo, director de la plataforma Cívico, que aboga por la transparencia, ahonda en la misma dirección: "Habrá gente nombrada a dedo por el Gobierno".

Hay varios modelos de transparencia en el mundo, y los que mejor funcionan no son siempre los que tienen una legislación más avanzada. La clave está en la cultura de transparencia que haya y en las competencias y voluntad del comisionado. En Nueva Zelanda se apostó en los años 60 por la figura del *Ombudsman*, una figura similar a la del Defensor del Pueblo, aplicada a cuestiones de acceso a la información. "El coste político de no atender una petición del *ombudsman* es muy alto en ese país", relata en conversación telefónica desde Montevideo Fabrizio Scrollini, estudioso de la transparencia afincado en Londres —donde está elaborando una tesis sobre los modelos neozelandés, chileno y uruguayo— y presidente de DATA (Datos Abiertos, Transparencia y Acceso a la Información).

Scrollini cuenta que en Uruguay el debate está de plena actualidad; explica que la ley de transparencia permitió acceder a información sobre los problemas del agua potable de Montevideo que inicialmente no fue entregada alegando que se podría generar alarma pública. "Eso es una gran mentira", arguye Scrollini, "la alarma la sembraron los rumores y se extendió porque el gobierno no dio la información a

*"Es una de las leyes más dialogadas de las últimas legislaturas", dice el secretario de Estado José Luis Ayllón*

*"Esto siempre es una lucha. Un tira y afloja continuo con las autoridades", dice la Comisionada eslovena*

poder para desclasificarla en nombre del interés público.

Así lo hizo. En el informe que redactó, dijo que al tratarse de un contrato público y de la mayor compra de armamento militar de la historia en Eslovenia, el ministerio debía entregar la información que se le requería. Y el ministerio la entregó. "La información era altamente relevante", explica Kristina Kotnik, vicecomisionada eslovena. "Si no llega a ser accesible, no se habría sabido del caso de corrupción de nuestro ex primer ministro".

Los tribunales acabaron condenando a dos años de cárcel al ex primer ministro Janez Jansa por haber aceptado un soborno en la operación de compra de 135 vehículos blindados por valor de 278 millones de euros. Jansa, líder del Partido Demócrata esloveno, hoy en la oposición, ha recurrido al Tribunal Supremo.

Un comisionado comprometido con la

transparencia y con poderes vinculantes para forzar a las autoridades a desclasificar información en nombre del interés público es una de las claves de una ley de transparencia moderna, señalan desde Access Info. Eslovenia escogió para el puesto a Natasa Pirc, una periodista con formación en Derecho. "La clave de una ley de transparencia es un comisionado que tenga coraje y energía para mover las cosas", dice sin asomo de dudas la comisionada desde su oficina en Liubliana. "Hace falta conocimiento y persistencia. Si el comisionado es nombrado por motivos políticos y le dan una oficina y gente que le traiga café, no servirá para nada".

Pirc cuenta con un equipo de 30 personas, que velan tanto por la transparencia como por la protección de datos. Diez se dedican en exclusiva a trabajar por el acceso de los ciudadanos a la información.

En España, la Comisión de la Transpa-

rencia estará integrada por un presidente (único miembro con dedicación exclusiva), un diputado, un senador y representantes del Tribunal de Cuentas, el Defensor del Pueblo, la Agencia Española de Protección de Datos, la secretaría de Estado de Administraciones Públicas y la Autoridad de Responsabilidad Fiscal. "Me hubiera gustado que pudieran ser doce miembros con dedicación exclusiva", explica el secretario de Estado José Luis Ayllón, "pero el país no está para eso en estos momentos".

El presidente del Consejo (y la Comisión) de la Transparencia será alguien elegido por el Parlamento. Y no hará falta una mayoría cualificada para votarlo, lo que forzaría a los partidos llegar a un acuerdo; será suficiente una mayoría absoluta. De eso se queja José Enrique Serrano, representante socialista en el trámite parlamentario, que sostenía la necesidad de

tiempo. En un mundo interconectado, lo que asusta a la gente es no tener información".

Scrollini dice que Uruguay cuenta con una ley de alcance amplio, pero señala que al estar conferida a los jueces, genera altos costes legales para quien decida pedir información. Y explica que Chile cuenta con un Consejo de la transparencia bastante independiente. "En América Latina quedan pocos países sin una ley de acceso a la información. La mayoría tiene estándares muy altos y se desarrollaron a lo largo de los años 90".

El experto uruguayo señala que una vez aprobada la ley, es cuando empiezan los problemas: "Es entonces cuando se inicia la gran lucha contra la resistencia a la transparencia", dice. La comisionada eslovena incide: "Esto siempre es una lucha. Un tira y afloja continuo con las autoridades". •





# Cantera de periodistas para todos los soportes

LA ESCUELA DE PERIODISMO UAM-EL PAÍS CAMBIA PARA ADAPTARSE A LAS NUEVAS TENDENCIAS, PERO SIN OLVIDAR SU ESENCIA: PRÁCTICA Y ENFOCADA A INCULCAR LOS FUNDAMENTOS DE LA PROFESIÓN



Más de mil periodistas se han formado en las aulas de la escuela, de las que ha salido el 30% de la plantilla de EL PAÍS.

IRENE LÓPEZ (CINCO DÍAS)

**D**urante los meses de julio y agosto, las aulas de la Escuela de Periodismo de EL PAÍS han permanecido vacías, pero los alumnos de la XXVII promoción del máster organizado por el diario y la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) no han estado de vacaciones. El verano les ha servido para hacer uso, en medios de comunicación del grupo PRISA, de los conocimientos y habilidades que han adquirido desde enero. Han puesto en práctica algo que, paradójicamente, llevan meses realizando. Y es que la única diferencia entre el trabajo que han estado desempeñando recientemente y el que han llevado a cabo durante el curso está en el número de lectores u oyentes a los que se han dirigido.

La formación que imparte este posgrado, que tiene el valor de título propio de la UAM, se caracteriza por hacer especial énfasis en la práctica de la profesión. Para ello, los alumnos se organizan en pequeñas redacciones que deben sacar adelante un diario (digital y en papel), un informativo de radio y una revista semanal. Búsqueda de contenidos, redacción, fotografía, maquetación, video, audio... todo corre de su cuenta. Los profesores (que ejercen en la escuela como lectores y oyentes) son los encargados de dar su veredicto a los productos finales, sin poner nunca una puntuación numérica. "No es una cuestión de notas, no puede serlo", asevera Macu de la Cruz, profesora del taller de radio. "El objetivo es practicar el periodismo, hacerlo mal, regular, mejor, peor y mejorar en cada paso", apunta.

Este tipo de enseñanza echó a andar con la creación del máster en 1986 gracias a un convenio entre la universidad madrileña y el grupo PRISA. Desde entonces, más de mil periodistas se han formado en las au-

las de la escuela con un método que ha ido evolucionando, según afirma Manuel Morales, redactor en EL PAÍS y profesor en el máster, "con el propio periodismo, el modelo empresarial y la formación periodística". Morales, que también cursó este posgrado, considera que la renovación dentro del programa es constante, pero siempre con los conceptos esenciales del oficio como referente.

## NUEVOS TALLERES

En esa revisión se enmarcan los cambios que el máster ha preparado para la próxima promoción. En lugar de arrancar en enero y terminar en diciembre, las clases de la XXVIII edición darán comienzo en octubre y se prolongarán hasta agosto del año siguiente, cuando empezará un periodo de 12 meses de prácticas remuneradas en medios de PRISA que los estudiantes tendrán que completar para obtener finalmente el título.

"Los motivos para cambiar la estructura del máster han sido muchos", explica Belén Cebrián, directora adjunta de la escuela, "por un lado, se ha adecuando el curso al plan Bolonia y, por otro, hemos evitado forzar a los alumnos a esperar desde el final de un año académico—en julio—hasta enero para comenzar la formación". Con el nuevo curso se incorporarán varios talleres, como uno de periodismo de datos, otro de gestión de medios de comunicación y un tercero sobre emprendedores. El precio asciende a 13.300 euros, de los cuales el alumno recuperará alrededor de 9.000 gracias a las prácticas obligatorias remuneradas.

Esta transformación generará una situación a la que todavía no se ha tenido que enfrentar la Escuela de Periodismo, cuyas instalaciones se encuentran en el complejo que alberga las redacciones de EL PAÍS, *As* y *Cinco Días*. Dos promociones se solaparán, una finalizando el plan de estudios antiguo (que completarán

a final de año) y otra comenzando el nuevo. Desde la dirección del máster aseguran que, para afrontar ese periodo, el periódico ha previsto ceder dos salas y los profesores redoblarán su esfuerzo para atender a ambas promociones, que se encontrarán en fases diferentes del programa.

Desde principios de septiembre, los estudiantes de la XXVII edición han vuelto a las aulas, convertidas semana a semana en pequeños centros de trabajo para crear productos periodísticos. Los nuevos matriculados iniciarán el curso atendiendo a charlas y conferencias de profesionales en activo, pero también desde el primer momento empezarán a escribir, a locutar; en definitiva, a informar. Unas veces escucharán a periodistas; otras, a expertos en diversas materias que expondrán su punto de vista y su experiencia sobre temas de actualidad, pero nunca abandonarán la práctica.

El método de enseñanza que se aplica en la escuela ha servido para formar a más del 30% de la redacción de EL PAÍS (entre ellos, su actual director y muchos de los redactores jefes del diario) y a decenas de periodistas que pueblan las redacciones de otros medios nacionales e internacionales, principalmente latinoamericanos. También han sido varios los antiguos alumnos que han terminado dedicándose a la esfera de la comunicación empresarial, aunque el curso no está concebido para proporcionar este tipo de competencias.

Desde la dirección del posgrado (que siempre insiste en que este no garantiza un empleo, sino una empleabilidad) aseguran que la tasa de paro entre los que han obtenido el título puede definirse como baja, pero reconocen que la situación económica actual complica las salidas laborales. Sin embargo, también destacan que muchas puertas se pueden abrir. La directora adjunta pone el ejemplo de América Latina, donde

La XXVIII edición empezará en octubre y se prolongará hasta agosto, cuando comenzarán 12 meses de prácticas remuneradas en medios de PRISA

el curso cuenta con una excelente consideración. "Son muchos los latinoamericanos que vienen a hacer el máster, y es frecuente que al regresar a su puesto de trabajo sean ascendidos", dice Belén Cebrián. También son cada vez más los antiguos estudiantes españoles que han optado por hacer las maletas y cruzar el charco para ejercer allí la profesión.

"Los alumnos salen preparados para desenvolverse en cualquier soporte. El problema es que la industria tiene que encontrar su camino para ser rentable", asegura la responsable del curso. Pese a los problemas que atraviesa el sector, el profesorado del máster defiende que el futuro de la profesión sigue residiendo en los valores del buen periodismo. "Siempre necesitamos y preferimos leer o escuchar una historia bien contada. A las que simplemente están cortadas y pegadas, en cualquier formato, no les damos mucho valor, porque no lo tienen", subraya Macu de la Cruz.

Manuel Morales, como profesor del taller de periodismo digital, defiende que "el rigor, la calidad de la escritura y la precisión no deben estar reñidos con Internet, aunque a veces la velocidad que requiere este medio ocasione descuidos". En paralelo a la tendencia de la industria, la relativa a las nuevas tecnologías es una de las áreas que más se han potenciado en los últimos años en el programa académico de la escuela.

"Lo más importante es que, cuando hagan una pieza informativa para una web, sepan claramente que requiere unos tiempos distintos al papel y unos elementos específicos (enlaces, video, audio, Twitter, etiquetado)", concluye Morales.

Sea cual sea el formato, la Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS pretende seguir esforzándose para que los profesionales que por allí pasen aprendan, ante todo, los fundamentos de la profesión por medio de la práctica.



Los futbolistas del Barça celebran la Supercopa, el primer título que han ganado esta temporada. / LLUÍS GENÉ / AFP

## POLÉMICA

ARHOE pide que se adelanten los horarios de máxima audiencia en un país en el que el punto de mayor consumo televisivo está entre las 22.00 y las 22.30 horas

# 'Prime time' cada vez más 'late'

M. M.-L. / Madrid

Los partidos entre el Barcelona y el Atlético de Madrid de la última Supercopa se jugaron a las 11 de la noche, las series en las cadenas nacionales arrancan habitualmente a las 10 y media y terminan pasada la medianoche... Está claro que el *prime time* cada vez es más *late*.

La Comisión Nacional para la Racionalización de los Horarios en España (ARHOE) ha puesto en marcha una campaña, articulada a través de la plataforma de firmas *on line change.es*, para que se adelante la programación de las cadenas de televisión. Su intención es que los programas emitidos en horarios de máxima audiencia no terminen más allá de las 23.00 horas. «Así los ciudadanos podrán acostarse antes, descansar mejor y al día siguiente rendir más en el trabajo, aumentando la productividad y reduciendo el estrés y el absentismo laboral», según indica ARHOE en una nota de prensa.

Ignacio Buqueras, presidente de la Federación, sostiene que «España es el país que menos duerme de Europa». Buqueras lidera esta iniciativa apoyándose en tres puntos: «esto de quedarse hasta las tantas viendo algo en la televisión que te interesa perjudica la productividad, aumenta el estrés y el absentismo y la siniestralidad laboral y tiene mucho que ver con el fracaso escolar de este país. Ya sé que nadie te obli-



Los cuatro protagonistas de 'Vive cantando', la serie de Antena 3 líder en el 'prime time' de los martes.

ga a ver la tele, pero si te interesa una película o cualquier programa, no es de recibo que empiecen y acaben a esas horas». Abanderado de la causa, está empeñado en ponerse en contacto con los responsables de las cadenas nacionales. «Me he reunido con Alejandro Echevarría, con Leopoldo González-Echenique y en breve lo haré con Fernando Lara, presidente de UTECA».

Ante tanta vehemencia, los responsables de las diferentes cadenas le contestan lo mismo: «estaría bien, pero es una cuestión de hábitos».

Si el momento de mayor consumo de televisión del día, según los medidores de audiencia, suele ser entre las 10 y las 10 y media de la noche, las televisiones están atadas de manos. «Se trata de un debate muy antiguo. Si cambian los hábitos, de manera natural irá cam-

biando el *prime time*. Lo que está claro es que no corresponde a las televisiones cambiar los hábitos de la sociedad», sostienen fuentes de Atresmedia.

Buqueras es consciente de ello, pero no abandona la causa. «Por algún sitio hay que empezar. No se pueden programar reuniones a las siete de la tarde, no se pueden perder dos horas y media comiendo, somos el país que más horas pasa en el trabajo y el que menos produce».

En Italia la *prima serata*, como se llama al *prime time*, arranca a las 21.00 horas y suele terminar en torno a las 23.00 o, como mucho, a las 23.30 horas. Al fin y al cabo los italianos acostumbran a cenar pronto

(alrededor de las 20.30 horas), así que la televisión se adapta a su horario. Los televidios de la noche, por ejemplo, empiezan a las 20.00 horas y la típica película con la cual hacer la digestión ante la pequeña pantalla suele arrancar a las 21.00, según informa Irene H. Velasco.

En Gran Bretaña, la franja del *prime time* es muy amplia y va de las 6,00 a las 10,30, dividida en dos partes. El *prime time* familiar es de 6 a 8, y partir de ahí empieza el *prime time* de adultos. Los colegios en Gran Bretaña tienen normalmente horario intensivo y acaban a las 15.30, y las oficinas se empiezan a vaciar a las 17.00. El horario de la cena familiar es precisamente de 18.00 a 19.30, aunque en los últimos años

se ha producido una tendencia a retrasar los horarios de salida que ha producido también un cambio en los hábitos televisivos, informa Carlos Fresneda.

El caso francés es parecido, según informa J. M. Bellver. El televidio nocturno de France 2 se emite a las 20.00 horas. Entre las 20.45 y las 21.00 horas se programan las películas más populares o las teleseries de éxito masivo, quedando el horario que va de las 22.30 o 22.45 hasta la medianoche para filmes de culto, programas de debate o magazines nocturnos con invitados,



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep  
Collelledemont



Periodista

# Hem marcat la Via



JORDI SOLER

tasca. Crec que és un bon moment per recordar els principis del nostre diari, que són democràcia, independència, territorialitat i catalanitat. Aquests principis els hem de trobar en aquest producte que ens arriba a casa cada dia, ja sigui en paper o a través de molts mitjans informàtics, que cada dia són més i més sofisticats. Tot plegat corre tant de pressa, que pensar el que pot passar en un curs ja deu ser massa. Les sorpreses ja ens vénen cada dia. De moment ja podem llegir el diari per internet. He dit moltes vegades que a mi no m'agrada, necessito el paper, aquella olor de tinta, aquell girar pàgina rere pàgina. Però també he agraït, quan m'he trobat lluny, poder obrir el portàtil i llegir el diari de dalt a baix. Suposo que també hi ha qui el llegeix a través del mòbil; jo aquí sí que no hi he arribat, segurament perquè no em fa falta.

Com dèiem, entre tots hem de vetllar perquè el diari sigui català, que vol dir que cada cop la nostra llengua es vegi més enriquida i hi hagi menys errors. De democràtic, ni dubtar-ne. Ho hem estat sempre i crec que només cal vetllar perquè s'hi vegin representades totes les opcions democràtiques de casa nostra, encara que el diari, en el seu editorial, marcarà el punt de vista del mitjà. La independència del diari crec que està garantida, en primer lloc perquè la propietat ho va assegurar quan fa poc

**Comencem un nou curs, com els alumnes de les escoles, que han entrat a classe gairebé en el mateix moment que jo**

Com aquell qui diu, acabem d'arribar de donar-nos les mans amb milers de catalans per defensar la nostra llibertat. Sincerament, crec que tot el que s'havia de demostrar ja s'ha demostrat. Som un poble, variat, plural, amb sentiments molt diversos, però un poble al cap i a la fi. El defensor del lector ha tornat a la feina, que no depèn de mi sinó de vosaltres. De debò crec que tenim un bon diari, però que es pot millorar molt i molt. I els lectors hi teniu un paper molt important, ja que sabeu que sereu escoltats, sigueu qui sigueu i vingueu d'on vingueu. Aquest estiu he rebut només un correu per al defensor del lector i no el puc contestar –ho lamento– perquè he tingut un problema amb l'ordinador i m'ha desaparegut. Ho sento, gangues de les noves tecnologies. Sí que he rebut darrerament un correu de felicitació per a l'Imma Merino sobre un article dedicat a la novel·la *Guerra i pau*, que al nostre lector li ha recordat moltes emocions passades. Li passo a l'Imma. Encara que durant el mes d'agost no hagi donat senyals de vida, el diari ha estat present tots els dies a casa, l'he llegit

amb més deteniment que mai i n'he parlat d'ell amb molts i molts amics, amb qui ens hem trobat gràcies a la relaxació del temps de vacances.

La pregunta que ens hem anat formulant ha estat sempre la mateixa: El Punt Avui ocupa el lloc que ha d'ocupar un diari, amb un compromís obert i decarat sobre el dret dels catalans a decidir i fins i tot amb una simpatia no dissimulada per la independència del nostre país? Lògicament no tothom hi està d'acord. També hi ha gent que voldria un diari diguem-ne més informatiu i menys opinatiu, un diari que es limités a donar informacions del que passa i s'opina en el nostre país i deixés als lectors que en traguessin les seves conclusions. No negarem que el nostre diari ha triat una opció clara i sense embuts per un canvi radical del país. És cert que els responsables del diari han procurat que tothom tingués veu i no s'han deixat de publicar, al contrari, punts de vista molt diferents de la línia habitual.

Comencem un nou curs, com els alumnes de les escoles, que han entrat a classe gairebé al mateix moment que jo m'he posat a l'ordinador per reiniciar la

va assumir el risc de tirar endavant un diari gironí i també nacional, com ho va tenir en compte i va complir amb escrupolositat l'anterior propietari, en Joan Bosch. L'existència d'un consell editorial, plural tant pel que fa a idees com per la territorialitat, fa que hi hagi unes persones que vetllen per la independència d'El Punt Avui. Com a integrant d'aquest consell editorial, puc assegurar que els seus membres s'agafen la tasca amb una gran seriositat i posen damunt la taula qualsevol dubte en aquesta matèria. I pel que fa al tema de la territorialitat, es fa el que es pot, tot i que no és el que es voldria. Tant de bo hi haguessin moltes més edicions lligades als territoris, però en aquest punt l'economia ha frenat molts projectes. Amb tot, puc assegurar que no es tira la tovallola i de moment l'edició digital mira d'avançar en aquest punt. I acabo felicitant el diari per haver reintegrat El 9 a l'edició normal, tot i que si algú només vol el diari esportiu el pot comprar al quiosc. Posem-nos-hi, doncs: des d'avui espero les vostres opinions i els vostres punts de vista sobre el "nostre" diari. Som-hi.

Els lectors que es vulguin posar en contacte amb el Defensor del Lector ho poden fer trucant al telèfon 972 186 400, enviant un fax al número 972 186 420, per correu electrònic a l'adreça [defensor@elpunt.cat](mailto:defensor@elpunt.cat), o enviant una carta al carrer Santa Eugènia, 42. 17005 Girona. En les comunicacions escrites hi ha de figurar forçosament el nom, el domicili i el telèfon de l'autor. El Defensor del Lector les contestarà particularment, o bé per mitjà d'un article, quan consideri que tracten de qüestions d'interès general.



Desde la izquierda, Jaime González, I. Ruiz Quintano, Fernando R. Lafuente, Rosa Belmonte y David Gistau ABC

## ABC.es estrena mañana una tertulia en directo sobre fútbol

«La Liga ABC» buscará cada lunes a las 19.00 horas los ángulos más polémicos del deporte

ABC  
MADRID

Mañana empieza la liga: «La Liga ABC». A las 19.00 horas. En campo líder, en ABC.es. La web del periódico estrena su primer programa de televisión en directo: una tertulia deportiva en la que se analizarán los partidos disputados durante el fin de semana y se hablará de fútbol, mucho fútbol, sin complejos ni formalismos. Con pasión y distensión. Con imágenes de las mejores y más polémicas jugadas. Con el sello de calidad y garantía informativas de ABC.

Producido y emitido en vivo cada lunes por la tarde, «La Liga ABC» reunirá en el estudio a seis fanáticos del deporte rey. Presenta, conduce —y reconduce la situación— Fernando Rodríguez Lafuente, director del suplemento «ABC cultural», filólogo de profesión y futbolero de vocación, autor del blog «Campo de Estrellas». A su lado, se sentarán Jaime González, jefe de Opinión de ABC y confeso culé; y cuatro reconocidos periodistas de finas pluma y verbo, salvo cuando piensan en blanco o azulgrana: David Gistau, Ignacio Ruiz Quintano, Hughes y Rosa Belmonte.

No vienen para echar balones fuera: libres directos a la línea de flotación de los terrenos de juego. Duran-

### Equipo de primera

«La Liga ABC» se emite:  
· Cada lunes, a las 19.00 horas  
· En directo, a través de ABC.es



FERNANDO  
R. LAFUENTE



JAIME  
GONZÁLEZ



DAVID  
GISTAU



IGNACIO R.  
QUINTANO



ROSA  
BELMONTE



HUGHES

te 45 minutos, a un solo tiempo, a ver quién marca la diferencia. Los espectadores podrán seguir la tertulia a través de ABC.es. Desde el ordenador, la

tableta o el teléfono móvil, con la mejor resolución HD. Basta pinchar en el botón ubicado en la portada de la web o acceder directamente a [www.abc.es/laliga](http://www.abc.es/laliga). Allí encontrarán la emisión en vivo pero también, una vez finalizada, un vídeo de resumen para repasar en apenas tres minutos las mejores jugadas de «La Liga ABC». Podrán volver a disfrutarlas cuando deseen —también el programa completo— o comentarlos. El espacio dispone de una cuenta de Twitter y Facebook, también de una dirección de mail [ligaabc@abc.es](mailto:ligaabc@abc.es) para que los aficionados dejen comentarios durante toda la semana y aviven aún más el debate en directo con sus opiniones.

«La Liga ABC» está a punto de debutar. Un paso más en la estrategia digital del periódico, volcado en llevar al soporte online el periodismo riguroso, actual, responsable e independiente que distingue y premia en el quiosco a ABC. En el último año, la web ha experimentado un crecimiento del 54% en sus usuarios únicos, muy por encima de la competencia (19,8%, El Mundo y 8,8%, El País). Según el medidor de referencia comScore, ABC.es recibe cada mes 5.780.000 lectores distintos, que llegan atraídos por los contenidos informativos y especializados del portal. Junto a las noticias del momento, la razón de ser primera del periódico online, la audiencia dispone de completos canales temáticos dedicados al propio Real Madrid, viajar, calidad de vida (Loff.it), tecnología, salud... Una oferta de calidad y cantidad a la que desde mañana a las 19.00 horas se suma «La Liga ABC».



# Manning se llama Chelsea

**EL DEFENSOR DEL LECTOR.** La prensa estadounidense ha debatido sobre el tratamiento de género debido a la soldado tras manifestar su deseo de cambio de sexo. Este diario respetará su voluntad

**TOMÀS  
DELCLÓS**



Un día después de que se hiciera pública la condena, conocida el 21 de agosto, de 35 años de prisión y expulsión del Ejército, por la filtración de documentos diplomáticos y militares al portal Wikileaks, Manning, a través de su abogado, dio a conocer que "en mi proceso de transición hacia la siguiente fase de mi vida quiero que todo el mundo sepa quién soy en realidad. Soy Chelsea Manning. Soy una mu-

jer. Dado cómo me siento ahora y cómo me he sentido desde mi infancia. Quiero comenzar la terapia hormonal tan pronto como sea posible. También pido que a partir de ahora se dirijan a mí empleando el pronombre femenino (salvo en el correo oficial remitido al centro penitenciario)". Firmaba el comunicado como Chelsea E. Manning. Su abogado precisó días después que la inicial E. correspondía al nombre de Elizabeth, en lugar del de Edward.

Inmediatamente, en la prensa estadounidense se planteó de qué manera nombrar a esta persona, cuya notoriedad estaba vinculada al nombre de Bradley y con

tratamiento masculino. La agencia AP reaccionaba el mismo día con una nota en la que recordaba su guía de estilo y aplazaba una decisión definitiva hasta cerciorarse de la veracidad del comunicado. De todas formas, esta primera nota ya anticipaba la decisión que iba a tomar en la medida que la mencionada guía establece que debe usarse el tratamiento de género preferido por las personas que han adquirido el aspecto físico del sexo opuesto o se presentan ellas mismas de una forma que no corresponde a su sexo de nacimiento (si esa preferencia no se ha expresado, usan el pronombre, masculino o femenino, que mejor se ajusta a la

forma en que la persona vive públicamente). El día 26 de agosto, la agencia comunicaba que usaría Chelsea E. Manning y los pronombres femeninos, "de acuerdo con sus deseos de vivir como una mujer".

*Huffington Post* publicaba el 22 de agosto una información de Reuters sobre el comunicado de Manning y añadía una nota final en la que aclaraba que había cambiado los pronombres masculinos por los femeninos para respetar la voluntad de Manning. El responsable de la edición digital de *The Washington Post* se mostraba partidario de mantener el pronombre masculino "para describir a Man-

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



## Manning se llama Chelsea

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

ning, por ahora", pero no descartaba revisar este criterio, que defendía debido a que "el nombre de Bradley Manning tiene una fuerte identificación para nuestros lectores" porque es una figura pública muy visible. Sin embargo, en noticias reproducidas de AP respeta el tratamiento femenino. Menos dudas manifestaba *The Washington Times*, que despachaba la "ridícula" cuestión como un problema psiquiátrico del personaje a quien continuará tratando como hombre. En general, la prensa conservadora estadounidense, como señalaba MSNBC (en un artículo titulado "¿Quién llama todavía Chelsea Manning 'él'?", no únicamente es reticente a modificar el tratamiento. También lo es al cambio de sexo. *Slate*, el día 22, titulaba de forma programática la noticia del anuncio: "Bradley Manning es ahora Chelsea Manning. La prensa debería empezar a usar los pronombres femeninos inmediatamente".

No todo fue tan rápido. Algunos medios reseñaban, como ejemplo de la incomodidad que generaba la transición, un titular de *The Washington Post* sobre una información de Reuters el 22 que inicialmente decía: "Manning says is female...". Una corrección gramatical del mismo

complicó las cosas al introducir el pronombre masculino "he" en un baile dubitativo: "Manning says he is female...". En *The New York Times*, una pieza fue dedicada al tratamiento informativo del cambio de género. En la misma, un responsable del periódico teorizaba que el criterio del medio es respetar la voluntad de las personas, pero, en este caso, consideraba que un cambio repentino de nombre y género crearía confusión entre los lectores al tratarse de una persona que está en el centro de un gran despliegue informativo. No se trata, proseguía, de una decisión política, se trata de atender a los lectores. La defensora del lector del diario, por el contrario, se mostraba partidaria de respetar la voluntad de Manning. La directora del diario, Jill Abramson, en un debate en la Asociación de Periodistas Gays y Lesbianas, anunciaba el 26 de agosto un cambio de criterio que se comunicó públicamente al día siguiente. La Wikipedia en inglés, otro ejemplo, también adoptó el género femenino. Un portavoz de la radio pública estadounidense anunció inicialmente que sus emisoras mantendrían el tratamiento masculino hasta que el deseo manifestado por Manning se reflejara en un cambio físico. Mantuvo esta posición unas pocas horas. En un comunicado, explicaba que su criterio había evolucionado y que habían sido convencidos por quienes les planteaban la necesidad de repensar su decisión. Introducía la cautela de recordar el nom-

bre anterior de Manning, una aclaración cuya necesidad, afirmaba, se desvanecerá con el tiempo.

Mientras varios de los principales diarios anglosajones han adoptado este criterio, en otras zonas la cuestión no ha provocado un debate similar. En Francia muchos diarios mantienen el masculino y, a veces, por ejemplo en *Le Monde*, aparece una fórmula salomónica: Chelsea-Bradley Manning. La publicación en septiembre por EL PAÍS de una información posterior al anuncio de Manning, en el que, tras recordar su comunicado, se mantenía el tratamiento masculino, ha suscitado la queja de la Asociación de Lesbianas,

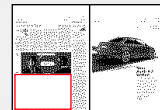
### Este diario, a partir de ahora, dará a Chelsea tratamiento de mujer

Gays, Transexuales, Bisexuales y Queers de la Universidad Complutense de Madrid, RQTR. "En este artículo, la soldado Chelsea Manning es tratada constantemente como un hombre, como si fuera necesario el cambio de sexo para poder ser tratada como una mujer —como aquello que se siente y es—. Si bien Manning no va a leer este artículo, personas trans vemos todos los días cómo se nos niega nuestras identidades en base a criterios que ni son los mismos ni están claros. (...)

Entiendo que la formación en temas de género parece a muchas personas algo marginal, banal o confuso. Pero para nosotros/as es importante. Y más si son las representaciones que llegan a millones de personas. Así que, desde nuestra asociación, os proponemos no que investiguéis sobre género y sexualidad —que estaría muy bien, para sensibilizarse y no meter la pata—, sino, para empezar, que dejéis que nosotros/as decidamos nuestros nombres y nuestro nombre. Tan fácil como eso. De tal modo que en el momento que Bradley se pasa a llamar Chelsea, sea Chelsea Manning (más la explicación oportuna para no perder al lector, si hiciera falta)".

Las autoridades de la prisión han declarado que Manning tendrá que cambiar su nombre legalmente para poder ser citada como Chelsea. Aunque el abogado de Manning ha precisado que en los trámites oficiales deberá seguir empleando el nombre de Bradley, es razonable que los medios respeten su voluntad (ya en 2010, Manning manifestó que se sentía mujer). Y así lo hará a partir de ahora EL PAÍS. Según me comunicó la dirección ayer, el diario deberá referirse a ella como Chelsea Manning e incorporar el tratamiento de género femenino, independientemente de que se recuerde su pasado como Bradley.

Los lectores pueden dirigirse al Defensor del Lector al correo electrónico [defensor@elpais.es](mailto:defensor@elpais.es) o telefonar al 913 378 200 o al 934 010 500.



Va passar en el marc de la segona guerra mundial i la historiadora nord-americana **Mary Louise**

**Roberts** ho documenta per primera vegada al llibre denuncia *What soldiers do. Sex and the american GI in World War II France*. No hauria de sorprendre'ns, ja que aquest estudi aprofundeix en com l'home utilitza el sexe com a arma de dominaci3n de les dones. En aquest cas, els soldats dels EUA van actuar de braç executor d'un pa3s naixent com a primera pot3ncia enfront de la que llavors lliscava cap avall, França. «L'Ex3rcit va considerar la qüestió de la prostituci3n i de les violacions com una manera d'establir una forma de supremacia», declara la professora de la Universitat de Wisconsin (Madison) al diari *Le Monde*.

No va ser, per descomptat, el primer conflicte armat en qu3 les violacions o la prostituci3n massiva formaven part d'un joc de matrioixkes. Encara que no va ser fins als anys 90 quan es va prendre consci3ncia d'aquesta conculcaci3n dels drets humans en qu3 a les dones se les utilitzava com a instruments i se les desposseïa de la seva condici3n de persones, i, a m3s, pagaven per aix3 la culpa amb els seus i amb l'enemic.

## DEFENSORA DE LA IGUALTAT



EVA  
Peruga

# L'altra guerra siriana

Fins que l'horror de Ruanda i de B3snia va rescatar del silenci les agressions sexuals i s'hi van posar n3meros, milions de dones havien patit no solament les agressions en els conflictes b3llics sin3 que n'havien arrossegat les seqüeles (embarassos no desitjats, infeccions, estigmatitzaci3n en la pr3pia comunitat) per sempre sense constar res del que havia passat. No n'hi ha hagut prou.

Avui passa a la guerra de S3ria. Organismes i oenag3s internacionals ja tenen acreditats segrestos i violacions per part de les forces governamentals i de la mil3cia Xabbiha, pro **Assad**, als controls viaris, les detencions o els assalts als domicilis a la recerca de rebels. En un dels testimonis recollits per l'ONU, un metge denuncia el cas d'una pacient, una jove siriana. Les forces de seguretat del seu pa3s van forçar el seu germà a vi-

olar-la. Els experts alerten que resulta dif3cil recopilar testimonis femenins pel conservadorisme de la societat, que, malgrat que viu un proc3s d'alliberament del dictador, carrega sobre les dones les agressions sexuals sofertes.

Una resposta c3nica. Com la recollida en el llibre de **Roberts** quan, davant l'onada de violacions que es va desfermar a la zona francesa alliberada pels nord-americans el 1945, les autoritats locals van voler frenar-la amb la proposta a les forces dels EUA d'adoptar un sistema de prostituci3n reglamentada. Van rebre un *no* amb l'argument que les dones i les n3vies d'aquells soldats no podien veure als mitjans de comunicaci3n l'exist3ncia d'aquesta pràctica organitzada. I les franceses van quedar ignorades sota un mantell d'impunitat que fins a entrats al segle se-

güent l'ONU no va intentar paliar amb un parell de resolucions (la 1820 i la 1888).

3s encara un desafiament, trencar la baula que uneix l'escalada de qualsevol conflicte amb l'augment del risc de viol3ncia sexual i de g3nere. Potser perquè la cadena té peces al davant i al darrere que es mantenen ocultes. ¿Qu3 ha passat amb els fills de les dones violades en el conflicte dels Balcans? ¿S'investiga el caldo de cultiu anterior als conflictes? **Roberts** destaca que al diari de l'Ex3rcit dels EUA *Stars and Stripes* es presentava França, abans del 1945, com una esp3cie de bordell, completament erotitzada. No deixa de ser la ceguesa de sempre.

Seguirà passant que les agressions a les dones no començaran ni s'acabaran en el moment de perpetrar-se. Acabar amb aquestes pràctiques passa obligat3riament per enterrar la impunitat que encara sobreviu. I passa per desterrar la ciutadania de segona i la supremacia masculina. Es tracta d'una guerra enorme. Però pot acabar passant. ≡



defensoraigualdad@elperiodico.com  
web: defensora.elperiodico.com



## EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

# Cartes, escots i futbol

**T**othom ho sap i ho diuen els estudis de mercat. Una de les seccions més llegides de *La Vanguardia* és la de *Cartes dels Lectors*. La brevetat, la diversitat temàtica i la necessitat de buscar afinitats o desacords amb altres lectors la fa molt singular. I no és estrany que molts busquin empara en el Defensor per coses que han escrit altres lectors, per missives no publicades o per errors, que també n'hi ha.

La mirada i les singularitats de l'escot en la indumentària femenina ha donat molt de joc aquest estiu, entre els lectors que escriuen. I en tornar de vacances, el Defensor ha trobat sobre la taula una pregunta repetida: per què tantes cartes sobre l'escot? La resposta dels responsables de la secció és senzilla. Perquè els lectors ho han volgut. A partir d'un article de Sergi Pàmies publicat el 4 d'agost, els lectors van començar a opinar i la polèmica s'ha alimentat sola. S'han rebut moltes més cartes de les que s'han publicat. I Jordi Berenguer es queixa que la seva sigui precisament una de les excloses. Josep Garcia, subscriptor des de fa més de 15 anys, no es queixa però fa la pregunta. Per què la seva reflexió sobre la pretemporada del Barça no s'ha publicat? És una llàstima, però per qüestió d'espai, només es poden publicar un deu per cent de totes les cartes rebudes.

Seguim amb l'escot perquè no tothom ho veu igual. El també subscriptor Joan Manzano creu que "si algú fes un estudi sobre el temari faria la sensació de que som una societat superficial" i que les cartes que parlen de l'escot "bé podrien anar a la secció de passatemp". El periodista Ismael Nafria va recollir en un llibre publicat el 2004 les polèmiques més sonades que s'han generat a la secció de Cartes. I Màrius Carol, en el pròleg, escriu que al costat de controvèrsies sobre els mitjons de rombes o

d'una au gegantina que suposadament sobrevolava Barcelona, "la història de les cartes dels lectors ens permetria trobar des de missives històriques, com una adreçada per Salvador Dalí (...) fins a una altre signada per Antoni Tàpies, Joan Miró, Oriol Bohigas o Le Corbusier contra la continuació de les

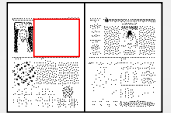
**Una correcció  
desafortunada canvia  
el sentit de la carta  
d'un lector; la polèmica  
sobre l'escot té  
partidaris i detractors**

obres de la Sagrada Família". Cal trobar, és cert, un equilibri entre tots els temes tractats a les cartes que es publiquen.

G. Ignasi de Tera Domènech denuncia que s'ha canviat el sentit de la seva carta "Futbolatria" publicada el 5 de setembre. I té raó. El lector escrivia que "amb el cost del fixatge de Neymar, 106 milions d'euros, es podria resoldre sobradament la desnutrició dels nens de Catalunya que denuncia el Síndic de Greuges". El lector escrivia Neymar. Però una mala correcció va provocar que el nom publicat fos el de Bale, el nou fitxatge del Madrid. El redactor que va editar la carta va interpretar que el lector es referia a aquest futbolista. La xifra de 106 milions s'acosta més a la quantitat que el Madrid ha fet oficial per la seva contractació que no als 57 milions que segons el Barça s'han pagat per Neymar. Però més enllà de les xifres, l'error és no haver contrastat amb el propi lector la interpretació de les seves dades. El subscriptor també lamenta que haguéssim tallat les últimes línies de la carta, on criticava la utilització de la senyera a la segona camiseta del Barça. En aquest cas, el Defensor entén la supressió del paràgraf perquè la carta excedia els 1.000 caràcters indicats a l'encapçalament de la secció i perquè, eliminant-lo, el sentit de la carta no canviava. ●

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





## ABANS D'ARA

D'un entreviu d'Irene Polo (Barcelona, 1909 - Buenos Aires, 1942) a *L'Opinió* (4-VI-1933).  
Temien que la ràdio acabés amb el diari imprès, com 80 anys després algú tem d'internet.

### El degà dels periodistes, entreviat

[...] Una vegada a Manresa, camí de Sallent, vaig escriure al registre de l'hotel, a la ratlla que posa "professió": periodista. A l'hora de sopar, al menjador, jo em fonia de vergonya; tothom badava de cara a mi; els clients i els cambrers. Després, una noia, molt tímida i esparverada, se m'atansà i em preguntà: -¿Sou periodista de debò, vós? -Ja ho crec! - li vaig dir, tot ensenyant-li el carnet d'identitat. L'emba-daliment de la noia, aleshores, va arribar al seu cim. -I... escolteu -es va atrevir a preguntar-me-, ¿com us ho feu per a saber les coses abans de llegir-les al diari...? [...]

Després d'haver-nos passat la vida fent entrevius a tort i a dret, cal reconèixer que també tenim dret a fer-nos-en un nosaltres. [...] Per a aconseguir aquest objectiu, sense vacil·lacions i amb tota la justesa, hem elegit el més vell de tots els periodistes de Barcelona. El degà dels nostres companys. El que ha fet més informació i el que s'ho té més ben guanyat... Aquest periodista és el redactor del *Noticiero Universal* Joan Simó i Aulèstia,



que compta 79 anys i mig, i que en fa 65 que fa diaris...  
-I, bé, senyor Simó -diem nosaltres-: ¿com trobeu el periodisme actual en comparació amb el del vostre temps?

-Home! -fa ell-. Immensament millorat. Abans els diaris començaven per tenir una misèria d'espai. Les notícies, per tant, s'havien de donar d'una forma la-cònica. Hi havia menys possibilitats de tot ordre. Avui, en canvi, la gent llegeix més que aleshores. Hi ha menys analfabetisme. Ha pujat una nova generació que ha anat a l'escola... I com més anirà, la premsa serà més important, encara. Tindrà, encara més influència damunt de l'opinió pública, fins a convertir-se en el seu veritable guia.

N'hi ha que diuen que si la premsa desapareixerà amb la mecanització; que si serà reemplaçada per la ràdio... Romanços! La premsa sempre serà la premsa, o sigui una de les primeres potències del món, més forta cada vegada.

**Irene Polo 1933**

#### PECES HISTÒRIQUES TRIADES PER JOSEP MARIA CASASÚS

PERIODISTA, ASSAGISTA I CATEDRÀTIC A LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA



## EL OYENTE

*40 años  
después*

LUIZ OZ

«Cuarenta años pasaron desde el golpe y aún hay mucho que no sabemos: historias y testimonios silenciados, imágenes que durante los 17 años de la dictadura estuvieron prohibidas en la televisión y que, tras 23 años de democracia, aún siguen olvidadas... Un archivo inédito que rescatamos del olvido y que, por primera vez, sale a la luz... Reconstituimos la historia de quienes fotografiaron y filmaron la dura trama de esos años, y también la de quienes protagonizaron esos días dolorosos...».

Así comienza el primer capítulo de la serie *Chile, las imágenes prohibidas* de Chilevisión (en <http://xurl.es/jzp10> video completo), presentada por el actor Benjamín Vicuña. En ella y en otros programas, como *Los 1.000 días* del Canal 13 o *Mentiras Verdaderas* de La Red, se cuenta sin tapujos lo que pasó.

Por fin los medios chilenos, salvo excepciones clamorosas como el diario *El Mercurio*, que sigue sin arrepentirse de nada a pesar de haber sido un arma fundamental de la CIA en el periodo 71-73, reconocen abiertamente sus responsabilidades y piden perdón. Por lo que publicaron y, sobre todo, por lo que callaron, los principales medios chilenos –como el resto de las instituciones– van admitiendo por fin su complicidad en las horas trágicas de aquel 11 de septiembre y en los años siguientes.

«No es que hubiera sólo una prensa que omitía», reconocía el presidente del Colegio de Periodistas chileno, Marcelo Castillo, el 6 de septiembre en la CNN. «Había una prensa directamente cómplice de las violaciones».

Pinochet tuvo claro desde el primer minuto la importancia de controlar la información. No es casualidad que, en su último mensaje, Allende destacara que los golpistas estaban bombardeando las principales emisoras de radio leales al Gobierno. La *Operación Silencio* se prolongó hasta el final de la dictadura y ha seguido condicionando la democracia hasta hoy mismo.

«Los que vivimos ese periodo en Chile nos enfrentamos a una realidad diaria de censura y de manipulación de la historia por los medios, controlados por los militares», afirma Pedro Azocar, director de *Imágenes prohibidas*, en Al Jazira.

«La prensa de izquierdas, que apoyaba a Allende, fue cerrada sin más, así que no se necesitó censura para silenciarla», explica Eduardo Gallardo, ex delegado de la agencia AP en Santiago de Chile. «Y los medios que siguieron abiertos lo hicieron mediante una autocensura radical».

«Después del 91, seguimos como si nada hubiera pasado», reconoce Javier Zúñiga, asesor de Amnistía Internacional. El pacto no escrito de silencio continuó.



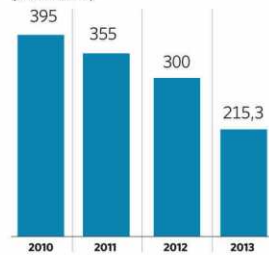
## La Corporación, en números

Una parrilla cuajada de series de éxito

	COSTE (€)				ESTRENO	SHARE (%)
	TOTAL	CAPÍTULO	MINUTO			
Isabel*	9.211.560	600.000	10.124		Septiembre de 2013	20,2
Cuéntame	15.354.000	808.123	11.545		Enero de 2013	21
Águila Roja	15.566.748	915.691	11.446		2013 (septiembre)	-
Gran Reserva	7.501.746	577.057	8.244		Enero de 2013	13,9
La República	9.866.905	580.406	8.292		No tiene previsto estreno	-

(\*) Telefónica asume un 20% del costo.

Inversión en contenidos de RTVE (millones €)



Evolución de la audiencia de La 1 en 2012 (en %)



Subvenciones de RTVE en millones de euros

	2010	2011	2012	2013*
Compensación Servicio Público	579,424	544,28	340,92	250
Tasa Espacio Radioeléctrico	250,406	326,199	326,09	326
Aportación Televisión Abierta	72,957	52,477	45,72	50**
Aportación Televisión Acceso Condicional	17,826	13,137	13,63	-
Aportación Telecomunicaciones	187,918	174,156	155,72	115***
Otras subvenciones	-0,036	-0,012	0,97	-
Subvenciones por cesiones activos	0,412	0,731	1,06	-
Ingresos actividad corporación	-	-	41,97	-
<b>Total Ingresos</b>	-	-	<b>926,08</b>	-

(\*) Previsiones (\*\*) Incluye la televisión de pago. (\*\*\*) La cifra se ve minorada por la salida de Vodafone.

Fuente: Barlovento, Kantar Media, RTVE y Presupuestos Generales del Estado.

**rtve.es** RTVE

Plantilla: 6.400

Gasto de personal: 380,0 MILL. €

Ingresos: 926,08\* MILL. €

% de costes laborales sobre ingresos: 41,00%

Resultado neto (2012): -115 MILL. €

Número de canales: 5

Audiencia % (agosto 2013): 17,2%

La semana pasada se celebraron dos reuniones y aunque las negociaciones van encaminadas a cerrar algunos flecos, como la rebaja de los pluses por programa, la política salarial o clasificación profesional, desde la Corporación no están tan seguros de que el plan vaya a recibir el apoyo de la mayoría de la plantilla de RTVE compuesta por 1.600 personas. "Yo no me comería el conejo antes de cazarlo", aseguran fuentes cercanas a la dirección. Desde los sindicatos explican que lograr el éxito del ajuste "no es tan fácil" y que todavía queda convocar el referéndum. "Los ajustes son el mal menor pero a nadie le gusta que le toquen el sueldo por lo que no sabemos qué va a decir la plantilla", dicen los sindicatos que han aprobado el principio de acuerdo. No hay que olvidar que CCOO ha rechazado apoyar la modificación del convenio colectivo que entre otras cosas suprime 9,7 millones en pluses salariales, comedor y ruta.

Por otra parte, la mala marcha de los ingresos y los constantes fiascos en la programación (Letris, +Gente, Gran Reserva, el Origen...) unido al enfado de Hacienda porque los ajustes en personal son meno-

**Ha financiado las pérdidas de 2012 con la aportación que hizo la Sepi al nacer la Corporación**

# RTVE prevé terminar el ejercicio 2013 con un déficit de al menos 70 millones

La 'tele' pública inicia el curso con el reto de bajar los gastos y subir la audiencia

Á. Semprún MADRID.

El equipo que dirige Leopoldo González Echenique calcula que RTVE cerrará 2013 con un déficit por encima de los 70 millones de euros pero que, en ningún caso, va a alcanzar los 100 millones de euros que se sobrepasaron en 2012, cuando la Corporación cerró con 112,98 millones de pérdidas. La cifra final dependerá del éxito o el fracaso de los ajustes que la televisión pública ha puesto en marcha y de la obtención de algunas líneas de financiación extra como los 40 millones que Telefónica tiene congelados a la espera de que el Supremo se pronuncie sobre un recurso que la teleco puso contra la CMT al no estar de acuerdo con la liquidación de 2010.

En el caso de que la Corporación logre cerrar con los trabajadores el nuevo convenio colectivo, que supone recortes de 30 millones, se continúe con la austeridad en la gestión y se mejore la financiación,

## Cinco 'fiascos' en una sola temporada

El equipo de Echenique no termina de cogerle el pulso al público. En la última temporada han estrenado varios programas para tratar de recuperar la audiencia de la tarde que no han terminado de cuajar. Las apuestas de RTVE como Letris, que ha costado más de 1,5 millones, Tenemos que hablar o Gran Reserva, El Origen han sido retiradas de la parrilla por las bajas audiencias sin que se emitiese todo lo grabado. Otros programas como + Gente también han desaparecido mientras que España Directo no cumple las expectativas.

RTVE podría reducir su desfase presupuestario hasta los 40 o 50 millones de euros. En caso contrario, fuentes cercanas a la dirección y los sindicatos prevén que las pérdidas se disparen por encima de los 100 millones ya que será muy difícil que la Corporación logre compensar los 30 millones que Vodafone ha dejado de ingresar ya que la aportación de la teleco pasa de los 155 millones de 2012 a los 115 millones previstos en 2013.

El presidente de la Corporación, Leopoldo González Echenique, inicia el curso con dos grandes retos: cerrar el nuevo convenio colectivo y subir la audiencia, que en agosto registró un mínimo histórico del 9,3 por ciento en La 1. El primer paso que ha dado ha sido incluir en la parrilla la segunda temporada de Isabel y la quinta temporada de Águila Roja, lo que supone un fuerte incremento de los gastos de programación para la recta final del año ya que la emisión de estas se-

ries no estaba prevista en los presupuestos inicialmente. Aunque cada capítulo de estas ficciones cuesta entre 600.000 y 700.000 euros la elevada audiencia que logran acaparar (un 20 por ciento de share) podrá impulsar la cuota de pantalla de la primera cadena. En cuanto a la serie de protagonista Michelle Jenner, RTVE ha conseguido rebajar un 21 por ciento los 600.000 euros que pagaba por capítulo al incluir a Telefónica en la coproducción de la serie.

Echenique se ha animado a aumentar el gasto de la parrilla después de haber puesto sobre la mesa una rebaja de los gastos salariales. El presidente de la Corporación logró cerrar en julio un principio de acuerdo con los representantes sindicales para elaborar un nuevo convenio colectivo que contempla un ajuste salarial de unos 30 millones hasta 2015 a cambio de no llevar a cabo ningún Expediente de Regulación de Empleo (ERE).

res de lo previsto, hace temer a los representantes de los trabajadores que vaya a ser necesario emprender nuevos recortes de cara a 2014. La caída de la facturación de las televisiones y las telecos en España hace temer a la Corporación que los ingresos vayan a caer más de lo previsto, como pasó el año pasado.

Un descenso que se suma a la rebaja del 53 por ciento, unos 300 millones de euros, de la aportación directa del Estado que obliga a la Corporación a afrontar 2013 con un presupuesto que ronda los 900 millones. Sólo en gastos de plantilla la Corporación debe destinar 380 millones de euros. En este punto, la televisión no tendrá que preocuparse por ahorrar parte del presupuesto de 2013 para enjuagar el déficit de 112,98 millones con el que cerró 2012. "Hemos podido financiar el déficit de 2012 con las contribuciones que el accionista hizo cuando se creó la Corporación, sin necesidad de recurrir a endeudamiento o financiación externa", aseguró la Corporación.

"Desde la dirección nos dicen que la cosa va a mal y que cerraremos con un desvío presupuestario", explican los sindicatos que abogan por un cambio en el modelo de financiación. "Se debe mejorar y abrir la capacidad de captar fondo vía patrocinios, que sea todo más claro y legal", explican.

elEconomista



## Entrevista Ricardo Carreras Lario

**Empresari, expert en Internet.** Desentranja en el seu llibre *Toreando a Google* els secrets del cercador que porta de cap autoritats i editors europeus a gestionar gairebé en monopoli la publicitat i utilitzar sense pagar els continguts de tercers

### «La fórmula de cerca de Google és més secreta que la de Coca-Cola»

«Internet cerca més la immediatesa que la qualitat, però estic segur que el bon periodisme té un gran futur si sap pujar al carro tecnològic»

#### Calidoscopi

NATALIA VAQUERO/EPIPRESS

■ Doctor per la Universitat Complutense de Madrid i llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales per l'EAP -París-Oxford-Berlín i en Ciències Polítiques per la UNED, Carreras Lario té a més un màster en Gestió Política per la Universitat de George Washington, a Washington DC. Per completar aquest extens currículum, aquest saragossà de 41 anys llança una obra amb la qual vol treure la careta a Google. La fórmula de cerca de la multinacional nord-americana és un secret molt més complicat de resoldre que el de la Coca-Cola, assegura abans de revelar una altra de les seves facetes: la d'activista a favor de la democràcia a Cuba. Tant ajuda les Damas de Blanco de l'illa caribenya com funda una reeixida consultora en comunicació digital, Top Position, o lidera des de la base d'operacions a Saragossa l'empresa familiar dedicada a la logística i el transport. La seva defensa dels drets humans i el seu suport a l'oposició cubana irri-ten la dictadura castrista

#### ■ Com es toreja Google ?

■ Coneixent el seu algorisme, el seu cercador. Aquest va ser el tema de la meua tesi doctoral. L'algorisme de Google és una fórmula secreta molt més complicada que la de Coca-Cola. El que vaig fer és dilucidar com funciona aquest cercador, com Google classifica els resultats de les seves recerques. Així es veu com i per què triomfen alguns llocs web a Internet.

#### ■ Què cal per triomfar a Google?

■ El que es tracta és de desenvolupar continguts originals, bons i extensos, aconseguir molts enllaços de qualitat, des de llocs web rellevants, i complementar aquesta estratègia des de les xarxes socials. La nostra pàgina web ha d'estar allotjada, a més, en un lloc web ancià per als ulls de Google, creïble, gran i important. Això últim, lamentablement, compta cada vegada més.

#### ■ Per què lamentablement ?

■ Perquè s'ha posat fi a aquesta il·lusió participativa dels inicis d'Internet. Google reforça amb el seu cercador els llocs grans i penalitza els nous perquè no se'n fia. És clar



Ricardo Carreras ha esdevingut un defensor de la democràcia a Cuba

que les tres primeres posicions del cercador són fonamentals i aquestes posicions ja estan ocupades pels grans, el que resta capacitat participativa a Internet.

#### ■ Així que l'important és la família a la qual pertany la teua pàgina perquè tingui més visites?

■ Efectivament. Google està enamorat de la Wikipedia perquè és un lloc relativament vell, de nou anys, que a Internet és molt, gran perquè conté més de 10 milions de pàgines web, que rep molts enllaços, més de 60 milions, i és fiable. Això fa que un article de la Wikipedia sigui en moltes ocasions el primer resultat quan busquem una paraula en singular a Google. També domina la primera posició de noms propis i llocs. Aquesta tendència va a més.

#### ■ Posi'm un exemple de fracàs en posicionament.

■ A Google no li agrada, per exemple, el lloc web de la Reial Acadèmia Espanyola de la Llengua, [www.rae.es](http://www.rae.es), entre altres motius perquè no està optimitzat, tot i tenir molt rigor i qualitat. Aquesta pàgina és un exemple de fracàs pels errors tècnics a l'hora de programar. No té categoria per a Google.

#### ■ Com a expert en Internet, què creu que cerca Jeff Bezos en comprar The Washington Post ?

■ Influència i prestigi, però, sobretot, experimentar i innovar. Internet en si no és la principal amenaça de la premsa escrita. El principal handicap dels diaris és la seva incapacitat o lentitud a adap-

tar-se a la revolució tecnològica. Internet cerca més la immediatesa que la qualitat, però estic segur que el bon periodisme té un gran futur si puja al carro tecnològic.

#### ■ Quin final augura al plet que mantenen els editors europeus amb Google?

■ Google no obliga ningú a publicar les seves notícies, així que veig amb poc fonament la demanda dels editors, que, per cert, van donar la seva autorització en el seu moment a Google per usar els seus continguts.

#### ■ Com va passar de l'activisme tecnològic al polític en defensa de la democràcia a Cuba?

■ Des que vaig visitar l'illa vaig pensar que calia fer alguna cosa per ajudar la societat civil independent, els activistes que promouen els drets humans, els presos de consciència i els seus familiars, en especial les Damas de Blanco. Vaig ser un dels fundadors d'una ONG que dona suport als demòcrates cubans, Solidaritat Espanyola amb Cuba.

#### ■ No m'estranya que els Castro no el rebien amb els braços oberts!

■ Borden, per tant cavalquem.

#### ■ Què creu que li va passar a Oswaldo Payá ?

■ No podem fiar-nos del que diu una dictadura com la cubana, que ha mentit moltes vegades. S'hauria de fer una investigació internacional. Lamento la pèrdua de Harold Cepera i d'Oswaldo Payá, qui era un referent moral i polític, a més del meu amic.



# Canal Sur pierde al día casi 71.000 euros

Acumula ya una desviación de 17,6 millones en los ocho primeros meses del año

ANTONIO SALVADOR / Sevilla

La Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) registra de media en lo que va de año unas pérdidas de casi 71.000 euros al día, casi un 20% más de lo que la dirección de la cadena pública preveía cuando elaboró el presupuesto.

De acuerdo con los últimos datos facilitados al consejo de administración, que abarcan hasta el 5 de septiembre, Canal Sur acumuló una desviación presupuestaria negativa de 17,6 millones de euros en los ocho primeros meses. Esta cifra representa el 80% del total que la empresa prevé perder este año (22.080.712 euros).

De mantenerse este ritmo en el

último cuatrimestre, la RTVA cerraría el ejercicio con un resultado negativo de unos 26 millones de euros, cifra superior a la prevista pero inferior a la registrada al término de 2012: 38,9 millones de euros, 8,4 millones más de lo presupuestado en su día.

Este comportamiento se explica fundamentalmente por el hundimiento que el mercado publicitario viene experimentando en los últimos cinco años, con una caída media en el sector del 42%. Canal Sur está lejos de alcanzar los ingresos comerciales que se había marcado para 2013, como ya ocurrió en los ejercicios precedentes.

El pasado año, la RTVA presupuestó unas ventas totales –la partida más importante dentro de este epígrafe son los ingresos netos de publicidad en televisión, radio e internet– por 39,20 millones de euros. Al cierre del ejercicio, sin embargo, la cantidad facturada por este concepto fue de tan sólo 19,29 millones, menos de la mitad.

Para este ejercicio, la cadena autonómica se fijaba recaudar por la venta de inserciones publicitarias 22,42 millones, un 16% más de lo facturado en 2012. Salvo inesperado cambio de tendencia, la RTVA no alcanzará su objetivo.

El desplome de esta vía de in-

gresos está teniendo una notable repercusión en la cuenta de resultados de la cadena pública, que hace sólo dos años presupuestaba ventas por 59,77 millones.

La situación económica-financiera de la RTVA es muy delicada, como demuestra el hecho de que la deuda a proveedores se haya incrementado hasta los 45 millones de euros por su falta de liquidez. A cierre de 2012, el 90,55% de los pagos de la empresa pública a sus proveedores se hacía más allá del plazo máximo que prevé la ley.

Según las fuentes consultadas, la cadena tiene ya prácticamente agotado el saldo de las dos pól-

zas de crédito suscritas con Caixabank y Banco Sabadell por un importe total de 5,5 millones de euros. Los problemas de tesorería le obligaron el 19 de noviembre de 2012 a solicitar un préstamo al BBVA de 15 millones de euros que ya ha dispuesto en su totalidad.

De no tener el sustento de la Junta, la RTVA habría entrado en disolución. Según se detalla en el informe de auditoría correspondiente a 2012, elaborado por la firma BDO, Canal Sur Televisión y Canal Sur Radio presentaban un patrimonio neto negativo agregado de 18.729.098 euros.

Para corregir esta situación, la Junta de Andalucía se comprometió a inyectar este año 20 millones de euros en su capital. Así se recoge en el presupuesto de la RTVA, si bien hasta la fecha no ha procedido aún a su desembolso.



## > R. DE PARADA

# Periodista y novelista aragonesa

JAVIER ORTEGA

María Rosario de Parada fue una pionera del periodismo aragonés y autora de varias novelas, libros de viajes y de temas diversos. Su vida, intensa y azarosa, fue novelada en 2011 por la escritora Carmen Bandrés en el libro *El arte de vivir*. Según confesó la autora: «Me impresionó su talla literaria y sobre todo su talla humana, pues fue una mujer que abrió caminos». Rosario de Parada fue una mujer vitalista, incansable, que superó no pocas pruebas como la muerte de dos hijos, uno de ellos arrollado por un tranvía en el Coso o la muerte de su esposo Hernán Palacio, que fue director de la Alcoholicera de Madrid.

A principios de los años cincuenta, con su esposo y sus hijos, emigró a Argentina, donde durante dos años sobrevivió en Mar de Plata tricotando. En 1959 se matriculó en la Escuela de Periodismo de Barcelona (en 1981 obtendría la licenciatura no sin grandes esfuerzos) y trabajó en medios como *El Noticiero*, *Amanecer* y *Hoja del lunes*. Fue corresponsal del *Diario de Barcelona*. En los años 90 fue articulista de *El Periódico de Aragón*. En 1996 recibió el premio a toda una trayectoria otorgado por la Asociación de la Prensa de Aragón; presidió la Asociación Aragonesa de Amigos del Libro, y entre 1960 y 1963 ganó tres concursos con guiones históricos en Radio Nacional. Algunos de sus relatos también fueron escenificados en la Cadena Ser.

María Rosario de Parada fue activa colaboradora del Ateneo de Zaragoza, de cuya revista fue redactora y directora. Publicó varios libros sobre temas diversos. Entre sus novelas destacan los títulos *Entre dos fuegos*, *El testamento de la reina*, centrada en la figura de Isabel la Católica o *Erminda Borgheti, una mujer*, con la que fue finalista del Premio Planeta de 1996, que narra la historia de su colaboradora mientras estuvo en Argentina.

María del Rosario de Parada Gómez-Terrones, periodista y escritora, nació en 1921 en Zaragoza, ciudad en la que falleció el 13 de septiembre de 2013.



## Hispasat presenta su canal de 'ultra alta definición' por satélite

**elEconomista** MADRID.

El operador español de comunicaciones por satélite Hispasat presentó ayer en Amsterdam su nuevo canal de televisión vía satélite en Ultra Alta Definición (UHD, por sus siglas en inglés), denominado Hispasat 4K, en el marco de la feria IBC 2013. La compañía emite desde ayer en abierto, de manera permanente, este canal vía satélite, y lo pondrá a disposición de la industria para que se puedan realizar pruebas y desarrollar soluciones avanzadas para los nuevos formatos de vídeo.

De este modo se pretende contribuir a la generación de contenidos en esta tecnología e impulsar su desarrollo para poder ponerla al servicio de los espectadores lo antes posible. El canal Hispasat 4K permite desde ayer la difusión de contenidos en UHD, el primero de los cuales será un documental de 50 minutos sobre el Museo del Prado, realizado por Televisión Española y coproducido por Hispasat. El evento contó con la participación de representantes de Abertis Telecom, Thomson, RTVE, todos ellos socios tecnológicos de Hispasat junto con LG.



# INTERNET

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



## Periodisme i Mitjans de comunicació

<b>Data</b>	<b>Titular/Mitjà</b>	<b>Pàg</b>	<b>Docs.</b>
14/09/13	Ross entra en el negoci de Newsroom Control System (NRCS) / Panorama Audiovisual	34	2
15/09/13	Qué distingue un periodista de internet de uno que escribe para el papel / 233grados.com	36	2
15/09/13	Madrid y México DF acogen el World Press Photo 2013 / Periodistas en Español	38	1
15/09/13	12º Premio de Periodismo SEOM / Periodistas en Español	39	2



# Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Ross entra en el negocio de Newsroom Control System (NRCS)

**Dissabte, 14 de setembre de 2013**

Ross pretende cambiar el tradicional workflow en NRCS proponiendo un entorno más comprensivo, fácil de usar y que responda a las necesidades de hoy en las redacciones. Ross Video entra de lleno en este IBC 2013 en entornos de Newsroom Control System (NRCS) con el lanzamiento de Inception News. Esta solución, con la que Ross da un paso más para satisfacer toda la cadena de producción desde captación a emisión, permitirá a los periodistas crear directamente contenidos para emisión, social media y web con publicación en una creciente lista de servicios como Twitter, Facebook, Youtube, Flickr, Brightcove, BIM y WordPress. Ross pretende cambiar el tradicional workflow en NRCS proponiendo un entorno más comprensivo, fácil de usar y que responda a las necesidades de hoy en las redacciones. Y es que, como ha asegurado David Ross, CEO de la empresa, al inicio de este IBC 2013, una de las cosas que les encanta a los profesionales de Inception es su capacidad para llevar a primer plano los social media y la web a lo largo de toda la cadena de producción de noticias lineal. Inception News sitúa a Ross en una posición única en el panorama de soluciones para producción de informativos actualmente en el mercado. Inception permite integrar redes sociales con grafismo on-air en una combinación muy sencilla de utilizar y que una vez instalado el sistema en el servidor, bastará un web browser para acceder a él desde cualquier punto del planeta. Carbonite 2S Ross suma ahora a su lineup de mezcladores Carbonite, el nuevo Carbonite 2S. Este mezclador de 2 ME incorpora numerosas funciones ya típicas en esta gama de producto como su hermano mayor, Carbonite 2X pero en esta ocasión con 24 botones de selección en lugar de 32. Cuenta con botones individuales para llamada de efectos de memoria, algo a lo que está muy acostumbrados los realizadores en programas deportivos. El nuevo panel 2S puede configurarse con cualquier motor de procesamiento Carbonite, incluyendo el nuevo Carbonite Extreme. Incorpora además el control de producción táctil ViewControl y las interfaces gráficas de usuario LiveAssist. Otros artículos que podrían interesarte: Riedel MediorNet soporta ahora las consolas Studer La nueva tarjeta MN-ST-AL-2 proporciona dos puertos, cada uno con... LiveU anuncia en IBC un nuevo enlace celular de reducido tamaño y la integración de sus equipos con TriCaster Su peso, de apenas un kilo, ofrece la combinación perfecta... Clipster incorpora nuevas herramientas para entornos IMF La nueva herramienta IMF genera versiones para paquetes multilingües de... AJA TruZoom permite a MLB Network extraer detalles en vivo de imágenes 4K El software AJA TruZoom junto al hardware Corvid Ultra de... Snell presenta Kahuna Maverik, una nueva superficie de control modular para Kahuna 360 El nuevo panel permite producciones en vivo con múltiples M/E... La nueva serie de monitores QS de Kroma, en IBC Este nuevo quad-split, que se presentará por vez primera a... La nueva familia de monitores DVM de Wohler ofrecen una solución para supervisión multiseñal en una sola unidad Debido a que una sola unidad DVM maneja las entradas... Telestream apuesta por automatizar procesos de postproducción En IBC 2013 lanzará

## Panorama Audiovisual

<http://www.panoramaaudiovisual.com/2013/09/14/ross-entra-en-el-negocio-de-newsroom-control-system-nrcs/>

**Ds, 14 de set de 2013 12:53**

**Audiència:** 14.665

**Ranking:** 5

**VPE:** 35

**Pàgina:** 2

**Tipologia:** online

Post Producer, una solució destinada a... Sony presenta el futuro del sector del broadcasting en IBC 2013  
Sony acudirà un año más al IBC para mostrar su... Riedel asegurará la intercomunicación digital en el Auditorio  
IBC Big Screen Durante los eventos que se celebren en el auditorio, una...

## Qué distingue un periodista de internet de uno que escribe para el papel

**Diumenge, 15 de setembre de 2013**

Es el viejo debate en las redacciones.

¿Hay realmente diferencias entre los periodistas que escriben para el papel y los que escriben para internet?

Estas son las reglas que debería seguir un periodista de internet. Salta a la vista lo que le distingue del 'viejo periodismo'.

Escribe corto y ve al grano: los lectores de internet tienen menos paciencia que los de papel. Oraciones cortas y párrafos cortos.

En los temas candentes, escribe varias versiones: la primera que sea un flash, por ejemplo, "dimite el Gobierno de Francia". Mételo en redes sociales inmediatamente. Y luego, ve ampliando la noticia y corrigiendo erratas. Añade fotografías y videos: los CMS (los sistemas editoriales) te permiten meter en medio del texto, al principio o al final, toda clase de imágenes fijas o móviles. En caso de los videos de YouTube debes copiar e insertar el código del video (usando html) en tu artículo. Se llama embeber. A veces, tienes que cambiar el ancho del video: entra en el código html y cámbialo. Es coser y cantar

Llena tu artículo de enlaces: los enlaces salen subrayados y si el lector pincha en ellos, se va a otro artículo que le puede ampliar la información, y que puede ser una fuente (por ejemplo, el CSIC) u otro periódico. Así trabajan todos los periodistas de lainformacion.com

Introduce noticias de tu propio medio: en los márgenes o en la parte inferior, añade artículos de tu propio medio para ampliar la información.

Introduce noticias en medio del texto: entre dos párrafos, puedes meter un artículo entre corchetes con este encabezamiento: [Te gustará leer también...]

Firma arriba con tu nombre en Google Author. Y arriba o abajo, con tu avatar en Twitter.

Cuando vayas a contar algo, piensa qué es mejor: ¿texto corrido o bolitos como este post? Acostúmbrate a los bolitos, las listas, las numeraciones, las cronologías...

Las fotogalerías con buenos pie de foto han demostrado ser una nueva forma de narrar: úsalas en lugar de largos textos corridos.

Destaca con negritas las palabras más importantes.

En los grandes acontecimientos, empieza tu titular con las palabras clave que la gente está buscando en ese momento. No es difícil saberlo. Si hay elecciones en Cataluña, pon en Google "elecciones..." y verás que el buscador te añade todas las que salen. Escoge la primera cadena de palabras para Cataluña y titula por ahí: "Elecciones Cataluña 2012: primeros resultados".

Si tienes una buena historia, y te extraña de que no haya triunfado, cambia el titular por uno con más garra.

Usa las redes sociales para divulgar tus artículos: por la mañana, la tarde, la noche y otra vez al día siguiente. Si puedes, ábrete una cuenta en meneame.net y lanza tu artículo por ahí.

Sigue la evolución de tu artículo en Google Analytics: verás cuánta gente entra al segundo, a qué hora, de qué país, por qué medio y en qué dispositivo. Aprende a sacar conclusiones y a corregir tus errores.

Consulta Google Insight para saber cuáles son las tendencias: puedes incluso captar las tendencias anuales y preparar artículos con antelación. Es una de las razones del éxito de Practicopedia.

Vuelve a usar ese artículo que escribiste hace un año. Actualízalo, cambia la fecha y publícalo. Avisa al lector de la fecha de origen si crees que hay confusión.

Trata de conocer las nociones básicas del lenguaje html: te permitirá partir titulares, ampliar el tamaño de los videos y resolver cuestiones sencillas sin necesidad de molestar a los técnicos (total, no vas a comprender lo que te dicen).

Si consigues una gran exclusiva o tienes el super-reportaje, todo lo anterior pasa a segundo plano.

## Madrid y México DF acogen el World Press Photo 2013

### Diumenge, 15 de setembre de 2013

La organización del WPP reafirma la autenticidad de la foto ganadora, zanjando la polémica sobre la acusación de montaje. El Museo Franz Mayer de la Ciudad de México desde el pasado 30 de agosto y el Círculo de Bellas Artes de Madrid desde el pasado viernes 13 de septiembre acogen a ambos lados del Atlántico la itinerancia internacional del World Press Photo 2013. Son selecciones forzosamente limitadas a la exhibición en paneles estandarizados para las itinerancias internacionales de las fotografías premiadas entre las 103.481 imágenes 5.666 fotógrafos de 124 países. Paul Hansen, World Press Photo 2012. En esta ocasión, la exhibición llega rodeada por la polémica sobre el posible montaje de tres instantáneas distintas que habrían dado lugar en un teórico montaje en photoshop a la imagen ganadora, obra del fotoperiodista sueco Paul Hansen que muestra a unos hombres palestinos llevando en brazos a sus hijos muertos tras un ataque israelí contra la población civil en la franja de Gaza. No queremos investigar todas las imágenes que exponemos, es imposible analizar la ética de cada uno de los participantes en este concurso; tener un manual que describa nuestras políticas es difícil, queremos celebrar el fotoperiodismo, afirmó Laurens Korteweg, comisario de la exposición en México. La polémica surgió a raíz de la afirmación de un bloguero estadounidense quien afirmó que la imagen era el resultado de un composite, un montaje de varias fotografías de la misma escena. La organización del concurso World Press Photo respondió con un comunicado contundente en el que niega la manipulación de la imagen tras haber consultado a expertos en imagen digital, quienes confirman la integridad digital de la fotografía de Hansen. Manuel López. Huyendo a la carrera de la masacre al cementerio La entrada aparece primero en Periodistas en Español.

## 12º Premio de Periodismo SEOM

### Diumenge, 15 de setembre de 2013

La Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM) tiene como uno de sus objetivos comunicar a la población qué es el cáncer, cómo se previene, cómo se diagnostica y cómo se puede tratar. Para difundir esta información la SEOM cuenta con distintos recursos a su alcance, pero sin duda es primordial el relevante papel de altavoz que tienen los medios de comunicación. Los avances en Oncología no son suficientemente conocidos ni reconocidos por la población. En SEOM queremos crear un estado de opinión favorable sobre la relevancia de estos logros; por pequeños que sean, ya que en la lucha contra el cáncer no existen los avances pequeños. Con el lema En Oncología, los avances se escriben con mayúsculas queremos resaltar que cada paso alcanzado y acumulado ha supuesto un cambio en las posibilidades de curación y en los tiempos de supervivencia de muchos tipos de cáncer y no solo en estadios precoces. Los logros alcanzados en cáncer avanzado han incrementado notablemente las probabilidades de supervivencia prolongada en muchos tumores; en ocasiones sumando beneficios de pocos meses pero que agrupados son de gran importancia. Otro aspecto fundamental en el que la SEOM lleva varios años trabajando y donde los medios de comunicación tienen mucho que aportar es la desestigmatización de la palabra cáncer. Desde aquí agradecemos el apoyo prestado por los periodistas y su contribución a ayudarnos a normalizar el cáncer. Además, queremos seguir recapacitando sobre la importancia de no hacer un mal uso de la palabra cáncer e invitar a la reflexión y al cuidado especialmente de los titulares, sobre todo incidiendo en no ser especialmente negativos ni positivos y en no generar falsas expectativas y esperanzas. Por duodécimo año la SEOM, con la colaboración de la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS), convoca una nueva edición de los Premios de Periodismo SEOM. Animamos a todos los profesionales de los medios de comunicación a que continúen participando con el mismo entusiasmo y excelente nivel que año tras año nos manifiestan y, a los que no lo hayan hecho en ocasiones anteriores, les brindamos la oportunidad de presentar sus reportajes, artículos y crónicas a este Premio que cuenta con una clara trayectoria de independencia y pluralismo. Bases de participación

1. El tiene como objetivo premiar la labor divulgativa de los medios de comunicación y su contribución a la difusión de mensajes positivos relacionados con el cáncer. En la presente edición, el jurado valorará aquellos trabajos que:  
Más contribuyan a la desmitificación de cáncer como enfermedad terminal.  
Más promulguen la no estigmatización de la palabra cáncer.  
Más difundan la importancia de la prevención.  
Más divulguen la labor de la Oncología española
2. Para concurrir al 12º Premio de Periodismo SEOM se establecen dos categorías:  
a) Categoría prensa escrita: Podrán optar el autor o autores de todos los reportajes y crónicas publicados en la prensa escrita y digital, tanto general como especializada, de todo el territorio nacional durante el período comprendido entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2013.  
b) Categoría medios audiovisuales: Podrán optar el autor o autores de todos los artículos y reportajes emitidos



**Audiència:** 7.542

**Ranking:** 5

**VPE:** 21

**Pàgina:** 2

**Tipologia:** online

en radio, televisión e internet de todo el territorio nacional durante el período comprendido entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2013. 3. El premio estará dotado con 3.000 ¤ para la categoría de prensa escrita y con 3.000 ¤ para la categoría de medios audiovisuales (impuestos no incluidos). 4. Para poder optar al Premio, se enviarán seis copias del trabajo y un original donde se publicó. En su defecto se debe enviar un certificado o carta oficial del medio de comunicación en donde se indique la fecha de publicación o emisión del mismo. Dirección de envío: Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM) Dpto. de Comunicación Ref. Premio Periodismo C/ Velázquez, 7, 3ª Plta. 28001 MADRID 5. Las candidaturas a la categoría medios audiovisuales deberán enviarse en formato de reproducción estándar (7 CD o 7 DVD). 6. La fecha límite de recepción de trabajos será el 31 de marzo de 2014. 7. El jurado estará compuesto por la SEOM y la ANIS, y su composición se dará a conocer en el momento del fallo. 8. La decisión del jurado será inapelable. 9. Oportunamente se comunicará la fecha y el lugar donde el jurado anunciará el fallo del premio. 10. No se procederá a la devolución de los trabajos presentados a concurso, reservándose la Sociedad convocante el derecho de su publicación en un volumen único. 11. Los participantes asumen la plena aceptación de estas bases. Enlaces: [www.escriitores.org](http://www.escriitores.org) La entrada 12º Premio de Periodismo SEOM aparece primero en Periodistas en Español .