



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

30/09/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
28/09/13	ON ÉS EL DIÀLEG AMB ELS COL·LEGIS PROFESSIONALS? PER ORIOL RUSCA d'Advocats de Barcelona / L'ECONOMIC	Degà de l'Il·lustre Col·legi 6	1
28/09/13	EL COL·LEGI DE PERIODISTES PREMIA LA COMUNICACIÓ DE LA UNIÓ DE CONSTRUCTORS / DIARI DE GIRONA	7	1
28/09/13	ELS ENGINYERS TÈCNICS INDUSTRIALS GIRONINS AL·LEGUEN A LA LLEI DE COL·LEGIS PROFESSIONALS / DIARI DE GIRONA	8	1
29/09/13	US HA CANVIAT LA VIDA GOOGLE? VEIEU BÉ QUE UNA EMPRESA CONCENTRI TANTA INFORMACIÓ? / PRESENCIA	9	2
29/09/13	ELS PERIODISTES, OBJECTIU DE LA GUERRA DE SÍRIA / ARA	11	2
29/09/13	LOS PROCURADORES PRESENTAN ALEGACIONES CONTRA LA LEY DE COLEGIOS / ABC (ED. SEVILLA)	13	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
28/09/13	LAS 'TELECOS' LLEVAN SU GUERRA DE TARIFAS A LA TELEVISIÓN DE PAGO / CINCO DIAS	15	1
28/09/13	ELS EFECTES DE L'AL·LÈRGIA ALS MITJANS / ARA	16	1
28/09/13	NACE «ABC EN 20», EL PRIMER PERIÓDICO PARA LEER EN EL MÓVIL / ABC (EDICION NACIONAL)	17	1
28/09/13	EL JUDICI PER L'ERO DE CANAL 9 SE CELEBRARÀ EL 21 D'OCTUBRE / ARA	18	1
28/09/13	ORANGE REMOZA SU TV DE PAGO Y LA EXTIENDE A TABLETAS Y MÓVILES / EL ECONOMISTA	19	1
28/09/13	LA FEINA DELS CORRESPONSALS / EL PERIODICO DE CAT. (TELETODD ED. CAT.)	20	1
28/09/13	MENYS ESPOTS I ABONATS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	21	1
28/09/13	NOS FIJAMOS EN... / EL ECONOMISTA	22	1
29/09/13	JUEGO DE TRONOS EN LA PASARELA / EL MUNDO (MAGAZINE)	23	3
29/09/13	GIUSEPPE TRINGALI, conseller delegat de Mediaset España / EL PERIODICO DE CAT. (ED. CAT) DOMINICAL	26	2

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
29/09/13	EL CORRESPONSAL DE GUERRA D'EL PERIÓDICO COMPLEIX 25 DIES SEGRESTAT A SÍRIA. MARGINEDAS SUMA 20 ANYS DE CRÒNIQUES EN DIVERSES TRINXERES. RECUPEREM UN CAPÍTOL DEL SEU LLIBRE 'PERIODISMO EN EL CAMPO DE / EL PERIODICO DE CATALUNYA(MES PERIODICO)	28	3
29/09/13	LA FOTO VAL SI ÉS BONA, PEP COLLELLEDMONT / EL PUNT AVUI (GIRONA)	31	1
29/09/13	ARISTÒCRATES I MENESTRALS / ARA	32	1
29/09/13	EL DEBAT I EL TRUC PER DESCOBRIR QUI DIU MÉS ANIMALADES / REGIO 7	33	1
29/09/13	TOPÓNIMOS LIMÍTROFES, POR TOMÀS DELCLÓS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	34	2
29/09/13	CREDIBILITAT I CONFIANÇA, JOSEP ROVIROSA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	36	1
29/09/13	MILLORAR EL PERIODISME / DIARI DE GIRONA	37	1
29/09/13	LA PERIODISTA CARMEN CHAPARRO HA ESTAT MARE PER SEGON COP / ARA	38	1
30/09/13	LA CENSURA RESURGE EN EGIPTO / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	39	1
30/09/13	BATALLA A LES ONES: A LA RECERCA DEL PROTOTIP D'OIENT / ARA	40	1
30/09/13	UN PERIODISTA RIPOLLÈS FA A PEU LA VIA CATALANA PER FER REFLEXIONAR SOBRE LA PAU / EL PUNT AVUI (GIRONA)	41	1
30/09/13	SECUOYA SUMA 100 MILLONES EN CONTRATOS Y CRECE UN 8% / EXPANSION	42	1
30/09/13	Xavier Palomino. gironanoticias.com: "VAIG CREAR EL MITJÀ PERQUÈ ES VETAVA INFORMACIÓ" / EL PUNT AVUI (GIRONA)	43	1
30/09/13	LA CCMA REBRÀ DEL GOVERN 225 MILIONS ANUALS FINS AL 2016 / ARA	44	1
30/09/13	SE ACABÓ EL PERIODISMO por Enrique Arias Vega / DIARI DE TARRAGONA	45	1
30/09/13	Óscar Pierre: «NUNCA PEDÍ DESPIDOS EN RTVE» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	46	1
30/09/13	DERECHOS DE EMISIÓN GRATIS PARA TV3 / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	47	1
30/09/13	ORANGE LLANÇA UNA OFERTA DE TELEVISIÓ DE PAGAMENT PER 10 EUROS / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	48	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
30/09/13	NOVES TECNOLOGIES JORNADA SOBRE LA FUSIÓ DE TELEVISIÓ I INTERNET / EL PUNT AVUI	49	1
30/09/13	PUBLICITAT CAU LA INVERSIÓ PUBLICITÀRIA A LES TELEVISIONS / EL PUNT AVUI	50	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



On és el diàleg amb els col·legis professionals?

ORIOI

RUSCADegà de l'Il·lustre Col·legi
d'Advocats de Barcelona

El Consell de Ministres va aprovar el 2 d'agost passat l'avantprojecte de llei de serveis i col·legis professionals i va decidir sotmetre'l a informació pública. La forma en què s'ha dut a terme el tràmit (sense publicació al BOE ni comunicació de la memòria de l'avantprojecte als col·legis professionals fins ben entrat el mes de setembre) no demostra voluntat de diàleg amb els col·legis professionals, ni amb el sector que representen.

Respecte a això, hem de recordar que, segons el mateix Ministeri d'Economia i Competitivitat, el sector de les professions col·legiades representa el 8,8% del PIB i aquest avantprojecte de llei comprèn no tan sols aquests professionals, sinó tots en general. Només per la seva transcendència en l'economia espanyola, la tramitació de la futura llei hauria de respondre a un mínim de consens amb el sector.

Però aquest consens serà difícil, perquè la llei no respon a una necessitat dels professionals ni dels seus col·lectius. Tampoc no respon a cap necessitat d'adaptació a la normativa comunitària (establerta en la coneguda com a "directiva de serveis") perquè aquesta adaptació ja es fa ver en l'anomenada llei òmnibus. La raó última de la llei deriva de l'assumpció de determinats compromisos de liberalització de l'economia espanyola assumits pel govern espanyol en el memoràndum d'acords amb la Unió Europea. Però, en tot cas, el problema radica en el fet que la forma en què el govern vol acomplir els seus compromisos (com es diu en el memoràndum, d'adopció de "mesures complementàries per a l'obertura dels serveis professionals") va més enllà del que la mateixa normativa comunitària ha previst, a més de no restar sotmès a cap indicació específica sobre la seva concreció. Dit d'una altra manera, estem davant d'una norma amb un molt elevat grau de discrecionalitat i d'intervencionisme que va més enllà de les exigències de la normativa comunitària.

Però, a més, ens trobem davant d'un text que no millora la protecció dels consumidors. Ans al contrari; no s'obligarà els professionals a assegurar la seva responsabilitat civil amb caràcter general i la previsió general de no-col·legiació obligatòria impedirà un control efectiu sobre la quali-



PEP DUXANS

Hem de recordar que, segons el mateix Ministeri d'Economia i Competitivitat, el sector de les professions col·legiades representa el 8,8% del producte interior brut

tat de molts dels serveis professionals que es prestin.

En particular, en el cas dels advocats l'avantprojecte trenca la unitat de la col·legiació obligatòria dels advocats sense justificació raonable. Pretén que l'advocat s'hagi de col·legiar si actua en processos judicials i extrajudicials en què sigui obligatòria o facultativa la seva intervenció, i també per prestar assistència lletrada o assessorament en dret en representació d'un tercer, però exceptua -pel que fa a l'assessorament- el cas en què l'advocat hagi establert una relació laboral amb el seu client. Així doncs, es crea la figura de "l'assessor jurídic assalariat" en perjudici del ciutadà i de la qualitat del servei: es genera inseguretats jurídica i pèrdua de confiança en els assessors jurídics, que no oferiran la garantia de l'exigència formativa dels advocats col·legiats, ni el control que generen les normes deontològiques i professionals.

No sembla aquest el camí per fomentar l'activitat econòmica en el sector de l'advocacia. Encara més, seria una altra mesura perjudicial a sumar a d'altres molt perjudicials i de-

sincientivadores, com la implantació de les taxes judicials. Això, deixant de banda que els mateixos professionals que pateixen aquesta davallada de l'activitat s'han vist sotmesos a un important increment de les retencions tributàries, en un sector de perfil majoritàriament autònom o de petita o mitjana empresa. Per això, si la finalitat que hi ha al darrere d'aquesta llei és abaratir els preus de les activitats professionals i tenim present tot el que acabem de dir, el que la llei provocarà en aquest moment de crisi econòmica serà l'expulsió de molts professionals del mercat i una destrucció dramàtica d'activitat econòmica. No sembla tampoc la millor manera de fomentar o d'afavorir l'ocupació (com manifesta expressament la memòria de l'avantprojecte de llei).

En conclusió, ens trobem davant d'una llei que pretén una desregulació general del mercat de serveis que el farà més inestable i insegur, que no fomentarà l'activitat econòmica en el sector i que pot comportar greus perjudicis als professionals que viuen de la seva activitat.

Per tot això, malgrat el moment i la forma en què s'estan fent els tràmits, els diferents col·legis que agrupen les moltes diverses professions d'aquest país s'han mobilitzat en defensa dels interessos dels seus col·legiats i de les seves respectives professions. En aquesta línia d'actuació es troba l'ICAB, perquè des del punt de vista de l'advocacia en particular i de les professions en general les modificacions que preveu l'avantprojecte de llei resulten molt transcendents i poden esdevenir dramàtiques per a molts dels seus col·legiats.



El col·legi de Periodistes premia la comunicació de la Unió de Constructors

► La UEC va fer campanya per denunciar l'intrusisme i fomentar la contractació legal de professionals

GIRONA | DDG

■ El Col·legi de Periodistes de Catalunya ha atorgat el Premi al Millor Pla de Comunicació a la campanya «A casa teva no te la juguis» organitzada per Unió d'Empresaris de la Construcció de les Comarques Gironines.

El jurat del Col·legi ha destacat el Pla de Comunicació de la UEC «per l'encert, l'oportunitat i l'èxit de la campanya. Una campanya amb eficiència contrastada i que ha sabut trobar la fórmula per connectar un problema professional amb una necessitat col·lectiva. En la valoració del jurat, s'ha reconegut la visió integral de la comunicació que ha incidit en tots els públics implicats». El lliurament dels premis serà el novembre.

«A casa teva no te la juguis» és el títol de la campanya que des de

Unió d'Empresaris de la Construcció es va dur a terme durant el 2012 i que tenia per objectiu lluitar contra l'intrusisme laboral que pateix el sector de la construcció a les comarques gironines.

La campanya pretén sensibilitzar als consumidors perquè optin per contractar empreses i professionals legalment constituïts, assegurant així que l'execució de l'obra es fa amb les degudes garanties de seguretat i coneixent les possibles responsabilitats davant incidències.

Els premis del Col·legi inclouen, apart del primer al Premi al Millor Pla de Comunicació, uns guardons de caràcter específic: a la millor estratègia de comunicació interna, que ha estat per la Cooperativa Saura; i a la creativitat i innovació, que ha estat per l'Ajuntament del Prat de Llobregat. L'objectiu dels premis és reconèixer i impulsar la tasca dels gabinets de comunicació i dels professionals que hi treballen. Els premis s'atorguen amb una periodicitat anual.



LEGISLACIÓ

Els enginyers tècnics industrials gironins al·leguen a la llei de col·legis professionals

GIRONA | DdG

■ El Consell de Col·legis d'Enginyers Tècnics Industrials de Catalunya (CCETIC), entre els quals s'hi compta el de Girona, ha presentat un escrit d'al·legacions a l'Avantprojecte de Llei de serveis i col·legis professionals. Entre d'altres, denúncien la vulneració de les competències exclusives de la Generalitat en matèria de col·legis professionals i l'exercici de les professions titulades, així com la centralització desmesurada de funcions per part dels Consells Generals estatals.



Ricard Lahoz

Periodista. Director de la revista 'FET' i professor de la URV

● A mi me l'ha canviat radicalment. Google té molts avantatges i facilita l'accés a molta informació de manera ràpida i immediata, però també té inconvenients. S'ha creat una societat massa dependent dels buscadors i d'internet, que dona una fiabilitat total al que surt a Google, i això té uns riscos. A la facultat de periodisme encara es veu més, les noves generacions en tenen una dependència total i tot passa per Google.

“Dóna moltes facilitats però també té riscos, com la fiabilitat”



Josep Lluís Cadena

Periodista, president del Col·legi de Periodistes de Lleida

● Si mirem enrere, Google ens ha canviat els hàbits, les rutines de treball i les nostres vides en aquests 15 anys, fins al punt de fer-se omnipresent. Tenim la icona d'accés directe a l'ordinador, a la tauleta, al mòbil, i fins i tot a la televisió intel·ligent. L'avantatge és que, per molts de nosaltres, el desenvolupament de Google ha estat paral·lel al nostre creixent domini de les noves tecnologies, i hem après a destriar el gra de la palla.

“S'ha fet omnipresent, però ja sabem destriar el gra de la palla”



Josep Maria Crosas

Cap del Servei d'Arxiu Municipal de l'Ajuntament de Malgrat de Mar

● La resposta ha de ser forçosament generacional. En el meu cas, més que canviar-me la vida, el que ha fet és facilitar-me molts aspectes comunicatius i de recerca. Concentrar la informació: aquest és un altre problema. S'ha perdut la diferència entre el que és privat i el que és públic. I ens hem arribat a creure que totes aquestes grans companyies (Google al capdavant) ofereixen els seus serveis gratuïtament.

“S'ha perdut la diferència entre el que és privat i el que és públic”

Us ha canviat la vida Google? Veieu bé que una empresa centri tanta informació?

Quinze personalitats opinen sobre els efectes que ha tingut en la nostra vida quotidiana el cercador més popular de la història d'internet



Ernest Benach

Expresident del Parlament de Catalunya

● Correu electrònic, compartir i treballar documents en xarxa, videoconferències, xarxa social, etcètera. Si a algú que fa ús de totes aquestes aplicacions del Google no li ha canviat la vida, no li és tot molt més fàcil i no acaba sent més eficient, és que té un problema d'adaptació al món que ve. Sí, Google acumula massa informació, però és que viure a la societat de la informació també significa això, mal que ens pesi.

“Si no et canvia la vida, hi ha un problema d'adaptació al món que ve”



Toni Comin

Exdiputat del PSC

● Sí, et canvia la vida a millor, et permet ser més eficient i estar informat del que vols. Tanmateix, no crec que n'acumuli massa informació perquè precisament és un cercador. Què n'hi ha molta? Sí, però no pas massa. Entenc que Google concentra la informació que s'aboca a la xarxa, però que no se l'apropia ni la controla. Google et porta a la Fundació Comin, per exemple, però no té el poder de la informació.

“No acumula massa informació perquè és un cercador”



Albert Murillo

Director i presentador de 'Generació digital' de Catalunya Ràdio

● La sensació que tinc quan el faig servir no és bona. S'ha fet gran i ara controla els nostres mapes i moviments (Maps, Street View), els llibres (Books), els vídeos (Youtube), ens tradueix, i fins i tot s'ha apoderat d'una anècdota informativa com els aniversaris (Doodle). El fet que darrerament hagi fet públic que lluitarà contra l'envelliment (Calico) encara em dóna més sensació de desconfiança.

“S'ha fet gran i ara controla els nostres mapes i moviments”



Lluís Miñarro

Productor i director de cinema

● Google, juntament amb tots els aparells electrònics nous, m'ha creat una dependència que roba molt temps. Sembla que hem d'estar permanentment connectats, i intento ser jo qui decideix quan i com. Els serveis que més utilitzo són el de les cerques, el correu i també els mapes, molt pràctic quan no saps on ets. D'una banda ofereix molta informació, però de l'altra ja no es pot amagar res a ningú.

“Té tanta informació que ara la privacitat ja s'ha acabat”



Cuca Canals

Guionista i novel·lista

● No puc viure sense Google. Ho faig servir per a tot. Per trobar qualsevol tipus d'informació, llegir, buscar imatges de referència, consultar el diccionari, traduir, aprendre, inspirar-me, tafanejar. També em serveix com a vàlvula de fuita: puc viatjar a altres països, entrar als museus o anar enrere en el temps... També m'encanta escriure malament una paraula al cercador i que, amb molta educació, em corregeixi.

“M'encanta escriure malament una paraula i que em corregeixi”



Giorgia Miotto

Professora d'EADA

● Com a consumidora, tinc la possibilitat de trobar qualsevol producte o servei, les seves característiques, preu, localització i, sobretot, l'opinió sincera i imparcial d'altres consumidors. En un aspecte més professional hem de treballar amb rigor i qualitat a l'hora de crear continguts útils i interessants sobre la nostra realitat i perquè la web d'EADA tingui un bon posicionament al cercador, fonamental avui en dia.

“Tenir un bon posicionament al cercador és fonamental avui dia”



Eduard Martín-Borregón

Periodista de dades i fundador de Data'n'Press

● No es pot entendre l'evolució que ha tingut internet sense Google, el seu cercador o el gestor de correu (per dir només dos productes). Han influenciat tant en l'ús quotidià de l'usuari com en la conceptualització de nous serveis innovadors. El seu negoci és trobar i emmagatzemar informació, els governs han de controlar quines dades privades guarda i els usuaris, ser conscients de què compartim dins dels seus serveis.

“ Els govern han de controlar quines dades privades guarda



Toni Roviras

Director de l'Espai Ter de Torroella de Montgrí (Baix Empordà)

● Google m'ha possibilitat estar en xarxa còmodament i la seva unificació de serveis em va fer decidir a triar-lo. M'ha facilitat estar més en contacte amb la xarxa de treball i d'amistats, ens facilita la vida. El meu treball, les meves vacances i les meves amistats passen per Google. La xarxa és un element de progrés, conscients que qui té la informació té el poder. Google haurà de ser transparent per mantenir el lideratge.

“ El meu treball, les vacances i les amistats passen per Google



Francesc Vaqué

President de l'Associació de Veïns i Amics de Calella de Palafrugell

● M'ha ajudat a avançar. Google ens canvia la vida com ens la va canviar el foc, la roda o la targeta de crèdit. És informació infinita a l'instant. Això sí, amb Google hem après a contrastar-ho tot. Jo no tinc cap problema en l'acumulació d'informació i no hi veig cap inconvenient, a menys que l'acumulació atempti contra les llibertats. Personalment, encara sóc contrari a canviar cap a determinats hàbits digitals.

“ Ens ha canviat la vida com la roda, el foc o la targeta de crèdit



Un empleat de Google passa amb bicicleta per davant del logo de l'empresa a la seu d'aquesta a Zuric, Suïssa. / CHRISTIAN HARTMANN-REUTERS



Xavier Busquets

Professor d'Esade

● Google és un dels referents de la època internet. D'acord amb la seva missió, està organitzant i posant a disposició dels usuaris tota la informació del món. Amb més de 2.000 milions d'usuaris, és difícil dir que Google és només una empresa: és en realitat una nova infraestructura informacional global que està transformant sectors i que permetrà l'emergència de nous models i formes organitzatives.

“ No és només una empresa, és una eina que transforma sectors



Tortell Poltrona

Pallasso

● M'ha canviat la vida absolutament, perquè abans, per anar a buscar qualsevol cosa, havia d'anar a la biblioteca o preguntar a la gent que en sabés, i ara ho resolc jo mateix. Però per altra banda, tinc la consciència que a vegades miro coses que són molt tendencioses, les grans corporacions estan molt presents a la xarxa i s'hi escriuen les coses que volen ells. A més, tinc por de quedar-me sense corrent.

“ Hi ha coses tendencioses, hi són molt presents les corporacions



Lluís-Anton Baulenas

Escriptor

● Google ha canviat radicalment la meua posició com a escriptor. Sobretot davant el fet de la documentació. Abans de Google, en molts casos, la cerca d'informació implicava presència física i, per tant, una experimentació indirecta de mil elements. Avui, amb Google, si bé guanyes temps i comoditat, també perds experimentació de la realitat: ara per ara, Google encara no et pot oferir olors, per exemple.

“ Guanyes temps i comoditat, però perds experimentació



PRÒXIM ORIENT

Els periodistes, objectiu de la guerra de Síria

Commoció pel segrest de Marc Marginedas, reporter d'El Periódico

Reportatge

CRISTINA MAS
BARCELONA

La guerra de Síria s'ha tornat massa perillosa, també per als periodistes. En un conflicte que acumula més de 120.000 morts, la principal amenaça per als reporters ja no són (només) els bombardejos, els francotiradors o les mines antipersona: ara s'hi afegeix el segrest. Aquesta setmana *El Periódico* ha decidit divulgar que Marc Marginedas, el seu veterà corresponsal de guerra, està retingut per un grup insurgent a Síria des del 4 de setembre. Almenys 15 periodistes estrangers més (entre els quals els nord-americans James Foley i Austin Tice, el francès Didier François i el jordà Baixar Fahmi) estan segrestats, retinguts o desapareguts a Síria, segons les dades del centre SKeyes per la llibertat mediàtica i cultural, amb seu a Beirut. Molts casos es mantenen en secret per la seguretat dels afectats i cal afegir-hi a més els professionals sirians o el personal local que treballen amb la premsa (*fixers*).

Alguns han estat segrestats pel règim i d'altres per faccions islamistes insurgents. Els motius també varien: des d'obtenir un rescat fins a guanyar notorietat, la rivalitat pel control del territori o senzillament silenci que qualsevol testimoni per poder actuar amb impunitat. En els últims mesos s'ha constatat un in-

crement dels segrestos a les zones controlades per grups opositors islamistes, en la majoria de casos formats i dirigits per estrangers d'arreu del món que van a Síria a lliurar la seva guerra santa. "El perill és a la carretera, als punts de control de grups jihadistes locals o estrangers que han adoptat un perfil cada cop més semblant als talibans, fins i tot en la indumentària", explica Joan Roura, periodista de TV3, que va ser a Síria per últim cop al juliol. "En l'últim viatge ens van aturar a 10 quilòmetres de la frontera amb Turquia, ens van demanar els passaports i ens van deixar passar, encara no sé per què. Potser si en aquell moment haguéssim trobat un altre comandant la història hauria estat diferent".

Controlar la premsa

La premsa estrangera ha d'escollir entre els viatges organitzats pel règim o bé "encastar-se" en una brigada (*katiba*) de l'Exèrcit Sirí Lliure per tenir algun tipus de protecció. Però ni tan sols així es poden evitar els segrestos per grups islamistes rivals que s'han infiltrat en la guerra. "Treballar sol a Síria és pràcticament impossible", conclou Roura. A principis de setembre un fòrum jihadista instava a segrestar periodistes, considerats "enemics dels mujahidins", i a revisar els seus ordinadors i material gràfic. El pretext és acusar els informadors occidentals de ser espies.

Ni tan sols corresponsals experimentats com Marginedas, que tenen



Amenaça
Almenys 15 periodistes estan retinguts o desapareguts a Síria

Mòbils
Els grups jihadistes volen diners, notorietat o silenci ar els testimonis

Silenci
Cada cop hi ha menys periodistes a Síria, i això augmenta la impunitat



SOBRE EL TERRENY
01. Periodistes buscant refugi als carrers d'Alep al desembre. MUZAFFAR SALMAN / REUTERS 02. Marc Marginedas en una entrevista a l'ARA. MANOLO GARCÍA

al darrere un gran mitjà, s'escapen del perill. Ho escrivia amb cruïra fa uns dies Janine di Giovanni, que ha treballat en gairebé totes les grans guerres des del conflicte dels Balcanes: "L'experiència sobre el terreny et pot donar l'instint per preveure quan començarà un tiroteig, però no per evitar que et vinguin com un tros de carn a un grup jihadista".

L'italià Domenico Quirico, veterà corresponsal de *La Stampa*, va ser alliberat el 8 de setembre després de 152 dies de captiveri. "Em va trair una revolució que ha perdut el rumb i ara pertany a fanàtics i criminals", va escriure poc després. La revolució ha estat segrestada, i ara ho són els periodistes que la cobreixen.

El sentiment dels sirians que el món els ha abandonat afecta també els reporters que treballen sobre el terreny. "Al principi tothom et rebia amb els braços oberts perquè pensaven que les notícies farien que el món els ajudés, però tres anys més tard és més difícil explicar que ets allà perquè és important que el món sàpiga què passa a Síria", reconeix David Meseguer, periodista

Precarietat

La premsa britànica rebutja treballs de 'freelances'

La crisi de les empreses periodístiques es tradueix també en com es cobreixen les guerres. Molts mitjans no estan disposats a pagar les despeses d'enviar un dels seus reporters sobre el terreny i prefereixen comprar cròniques de Síria a col·laboradors *freelance*, que treballen en condicions molt precàries, sense recursos, amb poc equip de protecció i sense el suport d'un gran mitjà si es troben en situacions difícils. És el cas, per exemple, de la italiana Francesca Borri, que en un article recent titulat "*Women's work*" denunciava els mitjans perquè li pagaven 50 euros per crònica. Altres mitjans han decidit rebutjar treballs de *freelances*. Ho va fer el britànic *The Sunday Times* després de la seva corresponsal, Marie Colvin, va morir a Homs el febrer del 2012, juntament amb el fotògraf francès Rémi Ochlik, de la revista *Paris Match*. El diari argumenta que no vol encoratjar altres professionals a exposar-se a un "perill excepcional". *The Guardian*, *The Observer* i *The Independent* i Radio France van adoptar al mateixa política.

EL BITLLET

#MarcTesperem

Si hi ha algun aspecte que com a col·lectiu professional ens defineix i ens preocupa és la situació dels professionals de la informació que pateixen abusos per exercir el seu ofici. La llibertat d'expressió és la nostra eina fonamental de treball, que ens serveix per defensar altres drets humans. Quan els periodistes són silenciats, no són les úniques víctimes, sinó que també ho són totes les persones que es veuen privades del seu dret a la informació. Com a Col·legi de Periodistes, perquè en Marc és un dels nostres col·legiats i té una llarga trajectòria de més de dues dècades informant des de les zones més conflictives del planeta, demanem el seu alliberament immediat, juntament amb d'altres periodistes que estan en la mateixa situació, reclamem que els deixin fer la seva feina i que aviat tornin a casa.

JOSEP MARIA MARTÍ
DEGÀ DEL COL·LEGI DE PERIODISTES





freelance i col·laborador de l'ARA, que ha visitat diverses vegades el Kurdistan siriana en els últims anys.

“El mòbil dels segrestos pot ser econòmic, o intimidar la premsa internacional per evitar testimonis de les atrocitats que es cometen als dos bàndols –explica Ayman Mhanna, director del centre SKeyes, des de Beirut–. A més, vivim en una zona del món on proliferen les

Desconfiats Els sirians se senten abandonats pel món tres anys després

teories de la conspiració, i molts creuen que tots els periodistes estrangers són espies. Ens enfrontem al dilema de recomanar a la premsa que no vagi a Síria, perquè sabem que això implica silenci i impunitat”, afegeix. Cada cop hi ha menys periodistes a Síria. I aquesta guerra terrible serà encara pitjor si companys com Marc Marginedas no poden fer la seva feina. ■



COLEGIOS PROFESIONALES

Los procuradores presentan alegaciones contra la ley de colegios

S. L.

SEVILLA

El Colegio de Procuradores de Sevilla ha presentado un pliego de cerca de 9.000 firmas en la Subdelegación de Gobierno en Sevilla en contra del anteproyecto de la Ley de Servicios y Colegios Profesionales. Según ha señalado en una nota el propio Colegio de Procuradores de Sevilla, se trata de una ley que «perturba el normal desarrollo de la administración de justicia».

Los procuradores españoles ya dieron el pasado 17 de septiembre inicio a un calendario de movilizaciones con el que pretenden mostrar su «rechazo» al anteproyecto de la Ley de Colegios y Servicios Profesionales que impulsa el Gobierno porque consideran que «perjudica» a la administración de justicia, a los ciudadanos y supondrá una «absoluta incoherencia legislativa». Por ello, el colectivo no descarta una huelga en el sector y estudia otras medidas «contundentes».



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Prensa: Diaria
Tirada: 42.937 Ejemplares
Difusión: 30.650 Ejemplares

Orange sacude al sector con una oferta de 10 euros al mes

Las 'telecos' llevan su guerra de tarifas a la televisión de pago

La guerra competitiva que mantienen las *telecos* se ha trasladado a la televisión de pago a través de internet. Un negocio que tiene un gran peso en las ofertas integradas, cada vez más extendidas. Este viernes, Orange anunció el lanzamiento de su nueva tele online por 10 euros al mes. Un movimiento con el que responde a las ofertas presentadas por rivales como Telefónica, Vodafone y Jazztel en las últimas semanas.

SANTIAGO MILLÁN Madrid

La pugna competitiva que mantienen las operadoras se está trasladando a la televisión de pago. Y es que estos servicios se están convirtiendo en un punto clave de las ofertas integradas, a su vez, punta de lanza de las políticas comerciales de las *telecos*. Así, los contenidos ganan peso en las políticas para atraer nuevos clientes.

En este escenario, el último gran movimiento ha sido el protagonizado por Orange. La operadora anunció este viernes una profunda renovación de su oferta televisiva con el lanzamiento de Orange TV, un servicio de televisión de pago por un precio de 10 euros al mes. "Es un precio rompedor en el mercado", dijo Samuel Muñoz, responsable de la unidad de negocio fijo de la operadora.

La oferta incluye 25 canales de pago de alta definición, con contenidos como series, películas, documentales y programación infantil. Los usuarios podrán acceder al servicio, sin coste adicional, a través de *tablets*, *smartphones* y PC. Además, Orange TV ofrece acceso a un videoclub con más de 600 títulos, al servicio Disney Movies on Demand y otorga a los clientes la opción de contratar Canal+ Liga por 15 euros.

Con este movimiento, Orange venía a responder a sus rivales. Telefónica eliminó la pasada primavera la histórica marca Imagenio en favor de Movistar TV. Hace pocos días, comunicó que ha



Un usuario mira la oferta de contenidos de la nueva Orange TV. PABLO MONGE

PAGO A RTVE

- **El pago del canon** para la financiación de RTVE sigue escociendo a las operadoras. A finales de 2012, por ejemplo, Vodafone canceló sus servicios de TV para evitar su pago y ahora distribuye la oferta de Yomvi.
- **Orange mantiene su oferta televisiva**, desarrollada por los equipos de la propia empresa. La *teleco* defiende su posición señalando que aunque debe pagar el canon por RTVE, tiene capacidad plena para decidir sobre sus estrategias en televisión.

configurado dos únicas ofertas, Movistar TV, con 70 canales incluyendo los partidos de la Champions y la liga española de fútbol por 15 euros al mes; y Movistar TV Mini, una oferta de canales como Fox, AXN, Cosmo y TNT, sin coste para sus clientes de fibra.

Además, Telefónica lanzó Movistar GO, una funcionalidad que permite acceder a su oferta de TV *premium* desde cualquier lugar a través de dispositivos conectados como *tablets*, móviles y PC.

Otras propuestas comerciales

Vodafone, que a final de 2012 decidió cancelar su oferta televisiva para dejar de pagar el canon por la financiación de RTVE, ha centrado sus apuestas en Yomvi. La operadora anunció a principios de septiembre un acuerdo con Canal+ para comercializar sus contenidos, incluyendo el fútbol. La operadora dijo que, en la fase piloto, sus clientes po-

drán acceder a Canal+ Liga y Canal+ Liga de Campeones por 10 euros al mes.

Jazztel mantiene su apuesta con Canal+ en ofertas como Jazzbox. En sus distintas propuestas comerciales incluye el acceso al contenido del fútbol con Canal+ Liga. En su último movimiento, Jazztel ofrece a los clientes que contratan su ADSL, la posibilidad de comprar una Samsung Smart TV HD y con conexión wifi desde solo 10 euros al mes durante 24 meses. Los usuarios también pueden acceder a Canal+ Liga con el paquete Canal+ Liga Online de Yomvi.

En la pugna se mantiene Ono con tres ofertas de televisión de pago, Esencial, Extra y Total, que van de cinco a 15 euros al mes. La mayor apuesta de la operadora es la televisión interactiva TiVo, que el cliente puede contratar por cinco euros más al mes. Ono también ofrece fútbol proporcionando a los clientes acceso a Canal+ Liga y Canal+ 1.

La caída de ingresos se frena entre abril y junio

Ligero respiro para el sector español de las telecomunicaciones. Según el informe trimestral de la CMT presentado este viernes, los ingresos totales de la industria descendieron un 5,5% en el segundo trimestre hasta 8.128 millones de euros, la menor bajada interanual registrada desde el primer trimestre de 2012. Y es que en los trimestres an-

teriores se registraron caídas de hasta el 9%.

La CMT precisó que los ingresos por los servicios finales bajaron un 6,2% entre abril y junio hasta 6.756 millones de euros.

Por compañías, Telefónica y Vodafone sufrieron las mayores bajadas en medio de la fuerte competencia que se vive en el sector, mientras que Orange, Ono,

Jazztel y Yoigo registraron crecimientos, en el caso de estas dos últimas por encima del 10% (un 21% Yoigo y un 14,8% Jazztel).

La banda ancha móvil fue uno de los negocios estrella del sector al registrar un crecimiento interanual del 20,2% hasta 810 millones de euros (este segmento supuso el 12% de la facturación total de los servicios fi-

nales en el conjunto del sector). Por el contrario, los servicios móviles tradicionales registraron una bajada del 18% en sus ingresos por culpa en buena medida de la guerra de tarifas y de la implantación de las ofertas integradas. Así, los ingresos por comunicaciones móviles disminuyeron en su conjunto un 9,6% hasta 2.772 millones.

Los ingresos de las comunicaciones fijas bajaron un 7,8% durante el segundo trimestre hasta 2.297 millones de euros, con una caída del 12,8% y del 1,9% en telefonía fija y banda ancha fija, hasta 1.067 y 882 millones, respectivamente. Los servicios audiovisuales ingresaron un 3,7% menos entre abril y junio hasta alcanzar los 943 millones.



El president Rajoy durant l'entrevista que va concedir a Bloomberg TV dimecres a Nova York. EFE

Els efectes de l'al·lèrgia als mitjans

La Moncloa erosiona la marca Espanya intentant censurar Bloomberg

Reportatge

M. EUGÈNIA QUETGLAS
MADRID

El diagnòstic és clar: Mariano Rajoy té al·lèrgia als mitjans de comunicació. El problema és que els assessors de la Moncloa no s'han llegit el prospecte sobre els efectes secundaris que pot tenir una sobredosi de manipulació. L'intent de censura a un mitjà tan prestigiós i elitista com Bloomberg és una erosió a la marca Espanya.

Dimarts el president espanyol se'n va anar a Nova York i va concedir una entrevista a Bloomberg TV. Pensava que només li demanarien sobre els miracles de la seva gestió econòmica i s'oblidarien dels temes domèstics. Però no, el fantasma de l'escàndol del seu extresorer Luis Bárcenas, de qui fugí, també va aparèixer al plató de l'entrevista. Segons ha denunciat el mateix mitjà, la Moncloa va intentar censurar l'emissió d'aquests fragments. És més, va passar l'entrevista a les televisions estatals sense les seqüències en què parlava de corrupció.

La cadena d'errades en la comunicació presidencial de l'episodi és llarga, segons experts consultats per l'ARA. Però com apunta l'assessora



Bárcenas Rajoy veta els mitjans espanyols per no parlar sobre corrupció

Manipulació La Moncloa va pensar que podria controlar la premsa internacional

Iolanda Mármol, la pitjor és demanar que es retiri: "Avui tot és transparent, i un fet com aquest acaba de desmuntar la reputació de Rajoy".

Aleix Cuberes, consultor, diagnòstica "una triple estupidesa", que comença per anar a l'estranger "amb la síndrome d'Estocolm" pensant que allà també tindrà la premsa "domesticada com aquí"; després no preveu els escenaris -perquè se'l veu nerviós amb les preguntes compromeses-, i finalment oblidar-se de "la norma bàsica, que és respectar la tasca periodística". Elena Moya, una periodista que va treballar nou anys a Bloomberg, pensa que pretendre controlar el missatge d'aquesta manera "tan directa" és una pràctica "horrorosa i humiliant" per a la premsa, que només demostra "una falta de fortalesa democràtica" impensable en el món anglosaxó.

Juan Antonio Giner lamenta que l'episodi reforça la mala imatge dels governs espanyols, que confonen "la informació amb la propaganda". "Mentir en mitjans internacionals de gran credibilitat com Bloomberg es paga molt car". Un advertiment que no preocupa la Moncloa: Soraya Sáenz de Santamaría va esquivar ahir les preguntes sobre l'incident i no va ser tema d'anàlisi entre els equips de comunicació del govern. Tocava vendre presupostos. —

Els experts

Anàlisi i diagnòstic d'una mala política comunicativa

Juan Antonio Giner

PRES. D'INNOVATION MEDIA CONSULTING

"Confonen la informació amb la propaganda. Mentir a mitjans internacionals com Bloomberg es paga molt car"

Aleix Cuberes

CONSULTOR D'INGENIA-PRO

"Ara el que és important és que els periodistes espanyols s'impregnin de l'actitud de Bloomberg i deixin de fer preguntes amigues"

Iolanda Mármol

ASSESSORA DE COMUNICACIÓ POLÍTICA

"L'única estratègia de comunicació de la Moncloa és aixecar fortificacions per protegir Rajoy de les preguntes dels periodistes"



Nace «ABC en 20», el primer periódico para leer en el móvil

► La nueva aplicación permite ver las principales noticias del diario impreso

ABC
MADRID

No siempre hay tiempo para el café, copa y puro. Apremiados por las prisas de sus comensales, incluso los chefs de alta cocina empiezan a lanzar propuestas de comida rápida exquisitas y saludables. También ABC quiere facilitar su lectura a los que están más ocupados. Para ellos, acaba de desarrollar «ABC en 20», una aplicación diseñada expresamente para consumir en el móvil una selección de las principales noticias del periódico del día. Solo veinte, elegidas por la redacción, que permiten en cuestión de minutos hacerse con una visión resumida pero suficiente de las apuestas informativas de ABC.

Acceder a este servicio, pionero en la prensa de calidad, es muy sencillo. Basta descargarse en el teléfono la aplicación, disponible en iTunes, Google Play, Amazon, Windows8, web móvil y BlackBerry. Una vez que el icono de «ABC en 20» se encuentre en su pan-

talla, solo deberá registrarse. Hasta el 31 de octubre, puede hacerlo gratis, gracias a la oferta de lanzamiento excepcional, a la que ya se han acogido cientos de personas en apenas una semana. Aún están a tiempo de sumarse los lectores que lo deseen: recibirán sin coste alguno durante un mes el menú informativo del día, las veinte noticias más destacadas del periódico impreso, incluidos artículos de opinión, editoriales y exclusivas. Lo mejor de la edición que llega al quiosco, para leerlo cómodamente en el móvil.

Las informaciones, enriquecidas con imágenes e incluso vídeos, se presentan en un tamaño de letra y formato adaptados a la pantalla del «smartphone». Para que la experiencia de lectura resulte gratificante sin forzar la vista ni desplazarse continuamente por los textos. Ahora pueden comprobarlo gratis. A partir del 1 de noviembre, el precio del servicio será de 9,99 euros al mes, menos de 35 céntimos diarios. También es posible contratarlo por unidades sueltas: 0,89 euros el «ABC en 20» de cada día. Los suscriptores de ABC Kiosko y Más pueden disfrutarlo gratis de forma ilimitada. Sólo necesitan descargarse la aplicación e introducir sus claves habituales. Y dejarse informar con la calidad y credibilidad de ABC.

Gratis
Puede
descargarse la
aplicación de «ABC
en 20» y disfrutarla
durante un mes sin
coste hasta el 31
de octubre





elradar



Protesta dels treballadors de RTVV en contra de l'ERO. COMITÈ RTVV

El judici per l'ERO de Canal 9 se celebrarà el 21 d'octubre

ALBERT CASTELLVÍ ROCA

El Tribunal Superior de Justícia del País Valencià (TSJPV) va fixar ahir la data del 21 d'octubre per a la celebració del judici sobre l'ERO de Radiotelevisió Valenciana (RTVV), aprovat el 22 d'agost de l'any passat i que ha suposat l'acomiadament de 1.012 treballadors. Els sindicats UGT, CCOO, Intersindical, CGT, USO i CSI-F van presentar llavors diverses demandes col·lectives per reclamar la nul·litat del procés, que consideraven carregat d'irregularitats. Per això, ahir Intersindical va celebrar a través de Twitter que s'hagués anunciat ja la data del judici i va afegir que "ja queda menys per tombar l'ERO". A través de la mateixa via va convocar els treballadors a una concentració a les portes del TSJPV el dia de la vista, que començarà a les 9.30 h.

Tot i així, el judici arrencarà un cop ja s'ha completat el procés d'acomiadaments, que

l'empresa va donar per tancat el 31 d'agost passat. Aquell dia va comunicar a 186 tècnics que en un primer moment havien estat inclosos en el pla de sortides que finalment no en quedaven afectats, amb l'objectiu de garantir que les emissions de Canal 9 i de Ràdio 9 podrien continuar. Això va fer que la xifra d'acomiadaments prevista inicialment, que era de 1.198 persones -el 70% d'una plantilla de 1.695-, quedés reduïda a 1.012. En aquell moment, RTVV SAU, la nova empresa sorgida arran de l'ERO, va assegurar que l'expedient complia "totalment" amb la legalitat i que, a més, garantia la continuïtat de les emissions.

El retard en la data d'inici del procés judicial ha estat provocat, entre altres motius, perquè algunes denúncies dels treballadors es van presentar davant del TSJPV i d'altres a l'Audiència Nacional. Al gener aquest tribunal va declarar-se incompetent en el cas i va deixar-lo en mans de la justícia valenciana.



Orange remoja su TV de pago y la extiende a tabletas y móviles

El renovado servicio arranca con un precio de 10 euros al mes

A. Lorenzo MADRID.

Orange España ha decidido apostar por su servicio de televisión de pago con el objetivo de hacerlo realmente competitivo respecto a las propuestas de Movistar. En ese empeño, el operador ha remozado su oferta audiovisual -denominada Orange TV- para extenderla a todo tipo de dispositivos adicionales al televisor, como las tabletas, los *smartphones* o PCs, con un máximo de cinco equipos.

Según explicaron ayer los responsables de la compañía, la renovada televisión de Orange "estará donde habite el usuario, en el hogar y en movilidad, con contenidos bajo demanda y con una tecnología que permite grabar contenidos y visionarlos en cualquier momento, con servicios la carta".

A cambio de una tarifa de 10 euros al mes, Orange TV ofrece más de 25 canales de pago en alta definición (series, cine, infantil, documentales, información internacional), tanto por ADSL o móvil.

25

CANALES

Es la oferta audiovisual de Orange TV, sin incluir 'Canal+ Liga' ni 'Disney Movies'.

Entre otras novedades, la iniciativa incorpora un videoclub con películas de estreno así como la posibilidad de contratar el fútbol de Canal+ Liga (por 15 euros adicionales al mes) o Disney Movies on Demand (por cinco euros más).

La oferta de *quádruple play* de Orange España (telefonía fija, móvil, banda ancha y televisión) apuesta por la alta definición, multidispositivo y *set top box*, este último con grabación inteligente gracias a un disco duro insertable opcional, con funcionalidad de *media center* y con tecnología DLNA para compartir contenidos multimedia en el hogar.

El nuevo servicio audiovisual funciona a través de conexiones de 3 MB aunque sólo ofrecerá contenidos de alta definición a partir de conexiones de 7 MB, tanto con la red propia de Orange o alquilada a Telefónica a través de acceso indirecto.



La feina dels corresponsals

Roger de Gr3cia mostra aquesta setmana a *La meva* la feina dels corresponsals. Per aix3, visita a Jerusalem Albert Elfa, periodista de la cadena aut3n3mica establert a la capital israeliana, una de les zones m3s importants de la geopol3tica mundial. El programa ensenya a l'audi3ncia quin 3s el seu dia a dia i com aconsegueix la informaci3.

'LA MEVA' / TV-3
DUOUS, 3 / 21.30



A ISRAEL. Roger de Gr3cia, amb Albert Elfa.

**BALANÇ TRIMESTRAL DE LA CMT**

Menys espots i abonats

► La publicitat cau a les cadenes en obert, i les de pagament perden clients**EL PERIÓDICO**
BARCELONA

La TV va ingressar per publicitat durant el segon trimestre de l'any 412,3 milions d'euros, un 6,8% menys en relació amb el mateix període del 2012, segons la Comissió del Mercat de Telecomunicacions (CMT). La principal caiguda es va registrar a les públiques, que van perdre un 20,3%, fins als 30,6 milions d'euros, mentre que la publicitat a les privades va retrocedir un 5,5%, fins a situar-se en els 381,67 milions d'euros.

Davant la caiguda, en el segon trimestre van augmentar els ingressos de la tele de pagament: un 1,5%, fins als 425,8 milions d'euros, debido al empena del satèl·lit, amb un creixements d'ingressos del 18,9%. L'augment es va aconseguir malgrat que els abonats van disminuir: 502.000 menys que el juny del 2012, fins a un total de 3,7 milions. Canal+ perd 98.713 clients i es queda amb 1.646.172; ONO, 76.476, i baixa fins als 829.999; Telefónica, 158.685 i es queda amb 630.324, i Gol, T, 110.156 (223.090 abonats). ≡



Nos fijamos en...

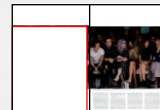
Vocento

Tras *colgarle* los expertos la semana pasada el cartel de venta parece que esta semana ha conseguido desprenderse de él para recuperar el de mantener. El grupo multimedia editor del diario *ABC* también ha visto como los expertos le aumentaban su precio objetivo de 1,31 hasta 1,71 euros, convirtiéndose en el valor donde la revisión semanal ha sido mayor –aumentando un 30,19 por ciento–. A pesar de que lleva una subida en el año superior al 16 por ciento, a sus acciones aún les queda un potencial alcista del 40 por ciento.

Deutsche Post



La mensajera que lleva repartiendo correo por el mundo desde 1995 ha entrado esta semana formar parte del EuroStoxx 50, en sustitución de ArcelorMittal. La alemana no solo está de enhorabuena por este motivo, sino porque las casas de análisis que la siguen han decidido aumentarle su precio objetivo un 1,66 por ciento, hasta los 24 euros. Aunque el valor se ha quedado sin potencial –cerró el viernes en 24,62 euros– sus buenos fundamentales son suficiente excusa como para que el consenso de mercado considere que es buen momento para comprar sus títulos.



SILLAS CALIENTES. De izda. a dcha., el *dream team* de *Vogue USA*, con André Leon Talley, Anna Wintour, Virginia Smith y Grace Coddington, comparte tribuna con la tenista Serena Williams en el desfile de

SOCIEDAD CONFESIONES DESDE LA FRONT ROW

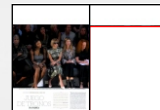
JUEGO DE TRONOS

EN LA PASARELA

En el territorio más disputado de cada semana de la moda, esas ferias de las vanidades que ahora concluyen temporada en París, hay intrigas, amenazas y hasta batallas campales para hacerse con una plaza de honor. Rafa Rodríguez desvela las estrategias para conquistar la *front row*. Mi reino por un asiento en primera fila.

"Hacernos sentir en estos bancos de campo de concentración nazi roza el sadismo". De negro *comme il faut*, la periodista de moda rumia su malestar con una colega de rictus avinagrado que informa de que esa mañana tampoco ha conseguido resolver en el baño. Es febrero, pero en la pequeña sala accesoria del Grand Palais parisino se suda. La densa atmósfera, excitante tirando a inquietante. Catherine Deneuve y Pierre Bergé entran del brazo y ocupan sendas plazas sin deshacer su nudo. Justo enfrente harán lo propio al rato Garrett Hedlund y Kirsten Dunst (¿la edad antes que la belleza?) en medio de una nube de

MAGAZINE PÁG. 28



Vera Wang en Nueva York. En esta página, Harry Styles, Nick Grimshaw, Kelly Osbourne, Leigh Lezark, Alexa Chung y Pixie Geldof en el show de House of Holland, el pasado 14 de septiembre en Londres.

fotógrafos. A la derecha de la joven pareja, la armada *Vogue* anglosajona se posiciona: Anna Wintour y Grace Coddington, Tonne Goodman y Hamish Bowles detrás. En el extremo opuesto está el contingente español, que lo hay, el típico revuelto/revuelo de directoras, subdirectoras, editoras y estilistas que ejecuta milimétricamente el ritual de los segundones sin darse por aludido. Por delante, Jessica Chastain, Emmanuelle Seigner, Lou Doillon, Jamie Hince y Alison Mosshart, Betty Catroux, Sky Ferreira, Coco Rocha, Alexandra Richards, Mario Testino. A la mañana siguiente la

queja retumbará en las crónicas: "Hedi Slimane llena de celebridades la *front row* de Saint Laurent Paris en detrimento de los informadores". Ay.

La primera fila de los desfiles sí que es un juego de tronos. Maquinaciones, mentiras, usurpaciones, envidias, mezquindades y hasta tortas a pie de pasarela. Ocurrió en la de Nueva York, hace ahora un año: Jennifer Eymère, redactora jefa de la revista francesa *Jalouse*, casi dejó grogui de un sonoro sopapo a la jefa de prensa del diseñador Zac Posen, Lynn Tesoro, tras ser desalojada, junto a su hermana (Vanessa Bellugeon) y su venerable progenitora

(Marie-José Susskind-Jalou, directora de *L'Officiel* y presidenta del grupo editorial Jalou), de su asiento de privilegio por un problema de *overbooking*. "Ella humilló a mi madre y yo la humillé delante de toda su gente. Como le dije, ahora ya sabe que no se jode a los franceses", explicó entonces la *redactrix*, que se ganó una demanda millonaria ante la corte federal estadounidense "por agresión, libelo, asalto y calumnia" (el asunto se solventaba en marzo con una disculpa y una compensación económica no revelada). Ni reporteros de guerra ni periodistas de investigación ni corresponsales de relumbrón: nadie

como un profesional de la información de moda para defender sus posiciones.

Les diría lo que el replicante al *blade runner*: yo he visto cosas que vosotros no creeríais, atacar a infelices relaciones públicas más allá de la entrada para prensa, brillar rayos de ira en la oscuridad del *show*. He visto al director que hace levantar de su asiento ganador al plumilla desclasado de otro medio porque él, ese director, es "muy importante" (el gabinete de comunicación de la marca se encarga del enroque, faltaría). He visto equipos completos abandonar en manada el desfile porque alguien ha osado sentar a la jefa al →



lado de una estilista cualquiera y la organización no ha querido (o no ha podido) alterar la logística. He visto al bloguero infame exigir a un diseñador tratamiento VIP. He visto a una excelente directora de prensa plantar su trabajo rota de los nervios. A veces lo he visto en primera fila y a veces lo he visto *standing* (vulgo de pie).

En la jerga del ramo le decimos *sitting* y es el arte de sentar a los convocados a un desfile de moda. Un rompecabezas del demonio que trae en jaque a los organizadores (desde el diseñador o la marca hasta el último eslabón de su gabinete de comunicación/relaciones públicas, ya sea *in house* -controlado desde la propia firma- o externo) y tiene en vilo a los invitados (¿tercera fila?, ¿yo?). Se trazan hasta planos y se marcan en colores las casillas con los nombres a situar. Casas de costura y agencias de prensa han aprendido la lección, sobre todo por lo que respecta a los medios, y ahora se pide confirmación de la cita en los *save the date* que se envían por correo electrónico a las redacciones con suficiente antelación. "Me temo que no voy a poder ayudarte porque no comunicamos sobre ese tipo de temas", me responde la *responsible press monde* (sic) de uno de los nombres históricos del negocio cuando, apelando a una confianza de años, le pido que me diga cuál es la política de la firma al respecto y si cree que es posible el *sitting* perfecto. Lo intento con otros dos colegas. Más amables negativas. Lástima porque, en aras de la profesionalidad, hubiera procedido ponerle voces a este disparate, aunque tampoco es que las que necesite.

LA ECONOMÍA A DESFILE. En la jerarquía está el quid de la cuestión. Las primeras filas son sí o sí para los grandes nombres y/o cabeceiras mediáticos, los compradores más importantes, las celebridades y las autoridades (sean un CEO, un político o una primera dama). En un punto central se entroniza a quienes tienen la foto ganada de antemano y, partiendo de ellos hacia los extremos, se van repartiendo los demás hasta completar la hilera (ojo: cuanto más cerca esté uno del principio o del final de la pasarela, menos importante será entre los importantes). La segunda fila se la quedan la horda de asistentes de los de la primera, los cargos secundarios y los representantes de la prensa de los países con menos peso en el sector (España, por ejemplo). La tercera suelen ocuparla estilistas y periodistas de *extraradio* y más allá de ella lo único que se extiende es lo que algunos han dado en llamar *Siberia*.
















Por supuesto, todo es cuestión de política económica. Desde que las firmas decidieron abrir la intimidad de sus salones a las huestes fotográficas a mediados de los años 80, acabando con el *anti-democrático* ritual de décadas en el que las colecciones se presentaban a puerta



EXCLUSIVIDAD. Yves Saint Laurent saluda al final de un desfile celebrado en uno de los salones de su *maison*, a principios de los años 70, cuando el negocio de la moda aún no era un circo.



Quizá no sepan ponerles nombre pero, a poco que hayan prestado atención alguna vez a la tropa que ocupa las primeras filas de los desfiles, les sonarán sus caras por ubicuas y reiterativas. Son, sobre todo, los periodistas de palabra más influyente, los compradores que más gastan y las celebridades que dan lustre al gran espectáculo de la moda cada seis meses.

 <p>ANNA WINTOUR Directora de la edición estadounidense de la revista <i>Vogue</i>, su influencia se siente incluso en las colecciones llamadas a desfile.</p>	 <p>GRACE CODDINGTON Estilista de <i>Vogue USA</i> y reverso amable de su directora. Tan icónica que tiene plaza por delante de la editora de moda, Tonne Goodman.</p>	 <p>SUZY MENKES Posiblemente, la reina madre del periodismo de moda desde su pulpito en <i>The International Herald Tribune</i>. Lo mejor: no se casa con nadie.</p>	 <p>CATHY HORYN Homónima de la Menkes en <i>The New York Times</i>, hay quien se echa a temblar nada más verla. Hedi Slimane la tiene vetada en Saint Laurent.</p>	 <p>FRANCA SOZZANI Periodista y directora del influyente <i>Vogue</i> italiano desde 1988. Vinculada al arte, a veces la acompaña su hermana Carla, famosa galerista.</p>
 <p>CARINE ROITFELD Directora del <i>Vogue</i> francés durante la última década, se sienta ahora entre la prensa americana. Como la Wintour pero con sonrisas.</p>	 <p>STEFANO TONCHI De origen italiano, fue director del reverenciado <i>T</i> (el dominical de <i>The New York Times</i>) y ahora dirige la veterana revista <i>W</i>.</p>	 <p>OLIVIER ZAHM Fundador de la revista francesa <i>Purple</i>, moderna biblia de la moda que ha sabido darle lustre <i>underground</i> al <i>mainstream</i>. También es fotógrafo.</p>	 <p>SARAH LERFEL Dueña de Colette, meca del <i>shopping</i> mundial parisina. Aquí representa a los compradores, lo que de verdad importa en una <i>front row</i>.</p>	 <p>RACHEL ZOE Estilista estelar (con <i>reality</i> propio), busca desde su tribuna de privilegio los mejores modelos para sus clientas: Liv Tyler, Anne Hathaway...</p>
 <p>KANYE WEST El rapero resume las cualidades que se le piden a toda <i>celebrity</i> para ocupar sitio en primera fila. Y, encima, se dedica a la moda.</p>	 <p>ALEXA CHUNG Modelo y presentadora británica pero, sobre todo, la <i>it girl</i> seminal, de ahí que sea una fija hasta en la <i>fashion week</i> neoyorquina.</p>	 <p>HARRY STYLES El <i>One Direction</i> favorito de la chavalería y, claro, de los medios. Su foto en el último show de Burberry alcanzó 3.000 retuits.</p>	 <p>SCOTT SCHUMAN Más conocido como <i>The Sartorialist</i>, nombre del blog que ha hecho de la fotografía del estilo callejero una epidemia que no remite.</p>	 <p>SUSIE BUBBLE Sussana Lau es una de esas blogueras que ha conseguido traspasar las fronteras del ciberespacio. Se la rifan como columnista.</p>

cerrada a los clientes y, acaso, a algún contado cronista de sociedad (eran los tiempos en los que la moda era algo a lo que apenas podían aspirar unos pocos privilegiados), por las pasarelas ya solo desfila el dinero, sea en forma de supermodelos (primero) o de famosos del *showbiz* (después). Se trata de sacarle el máximo rédito publicitario a unos montajes que pueden alcanzar las seis cifras y que, de otra manera, hoy apenas conseguirían repercusión más allá de los medios especializados. De ahí la actual avalancha de celebridades en los desfiles, cuyas primeras filas parecen una versión sedente de las alfombras rojas. Ahora mismo, y por mucho que se empeñen en disfrazarla de amistad, la de las casas de moda con las estrellas del espectáculo no es sino una relación contractual en la mayoría de los casos, que obliga a comparecer en el desfile a la actriz o la cantante que ejerce de imagen/modelo/musa de turno. Y luego están aquellas a las que se le paga un caché simplemente por dejarse ver. En fin, cuando Tom Ford resucitó como diseñador en 2010, vetó a los fotógrafos en el desfile de debut de su colección femenina, una *soirée* privada plagada de reinas del *cuché* (Julianne Moore, Beyoncé, Lauren Hutton) que quería recuperar la magia de los días de la costura. Evidentemente, no ha vuelto a intentarlo.

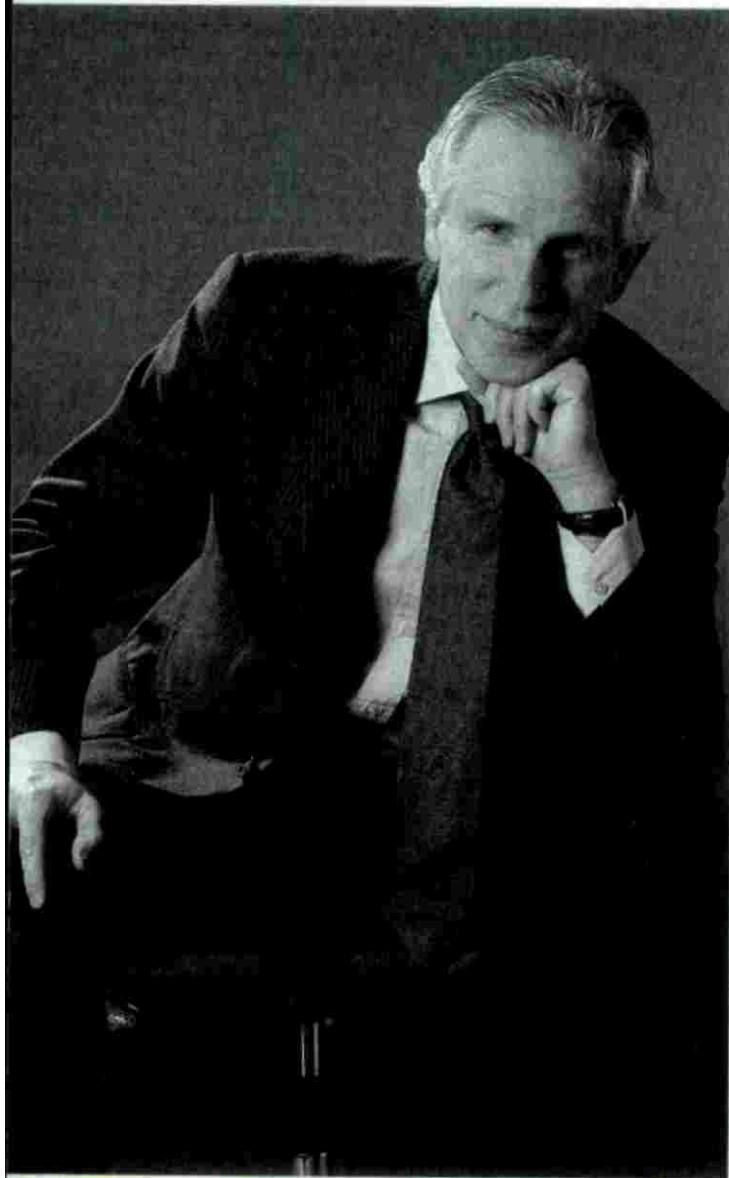
La situación es tal que cabe preguntarse si, hoy por hoy, las firmas valen lo que las primeras filas de sus *shows*. Y también si las vacas sagradas de la prensa están ahí por méritos propios o por el peso de las cabeceiras a las que representan. Un dato revelador: Hillary Alexander, legendaria cronista del *Telegraph* (a la altura de una Menkes y con sitio tan preferencial como el de la Wintour), lo dejaba en 2011, pasándole el relevo a la desconocida Lisa Armstrong. Y en las pasarelas paz y después, gloria. Las recientes avalanchas de blogueros también han contribuido a desestabilizar el paisaje de la *front row*, con personajes que gastan representantes y tarifas (hasta medio millón de euros por aparición) y que exigen ya no solo asiento en primera línea, sino prebendas que pueden deducirse como gastos publicitarios (¿quién dijo cohecho?). La suya, claro, es la baza de los nacidos digitales (o casi) en un momento en el que el mundo editorial se desploma.

La inmediatez de Internet y la interacción de plataformas como Twitter o Instagram tienen, para el caso, la última palabra. O el asiento definitivo. El pasado 13 de septiembre, Burberry hacía global su colección femenina para la primavera/verano 2014 a través de 11 redes sociales, de su propia web y de más de una decena de pantallas situadas en los puntos calientes de ciudades como Nueva York, Londres y Hong Kong. La *front row* está en el ordenador, en el *smartphone* o en la tableta. Hay que ser un culo de muy mal asiento para no verlo. ❌



iDom

protagonista



“LES EMPRESSES ARA ESTAN MILLOR”

GIUSEPPE TRINGALI

El conseller delegat de Mediaset España llança un missatge positiu. En un llibre explica els casos de 15 companyies que s'han adaptat amb èxit a la crisi

TEXT JUAN VILÁ FOTO TERESA PEYRÍ

Diuen que ens hem de saber adaptar i hem d'encarar amb bona actitud les dificultats. I ho demostra en la promoció de *15 casos de èxit probado* (editat per Aguilar). Així es presenta Giuseppe Tringali, amb un somriure i una cama fracturada al gimnàs. Per a les fotos deixa les croses en un racó. Per exposar les seves idees empalma una entrevista amb una altra. Eloquent i incansable, el conseller delegat de Mediaset España (amb Telecinco al capdavant d'un grup de 10 canals de televisió) vol transmetre el seu optimisme.

¿Per què ha escrit aquest llibre? Estem vivint un moment bastant difícil. El risc és que es parli massa de coses negatives i jo crec que per sortir de la crisi necessitem parlar més del que és positiu. He buscat 15 empreses que en aquests anys han tingut bons resultats per veure com ho han aconseguit.

¿Tenen alguna cosa en comú aquestes empreses? Primer, una actitud positiva davant dels problemes. Després, la creativitat i la innovació. També el fet d'entendre que tots en l'empresa han de remar en la mateixa direcció. Ja no existeix l'empresa i l'empleat, sinó un gran grup de treball que ha de creure en el que fa. S'han de crear l'ambient i la motivació per tenir més força.

¿Alguna de les empreses el va sorprendre especialment? No m'agradaria destacar-ne cap perquè totes tenen coses interessants. Però hi ha empresaris joves que han tret productes en mercats molt exigents, com el tecnològic, i que estan competint amb grans companyies com Apple. Espanya, en aquests casos, està sent pionera a l'estranger.

¿Què és el que mai s'ha de fer? Esperar que passi la tempesta sense fer res. No hem d'esperar a ningú, perquè mentre esperes passen coses i el món canvia. La clau és canviar constantment, gairebé dia a dia. Hem de tenir visió internacional, sensibilitat, intuïció i treure idees noves.

¿Estem vivint una crisi o un canvi de model? Una crisi amb canvi de model. Una crisi normalment durava dos o tres anys i d'aquesta ja en fa cinc. Una empresa la pots canviar una vegada, dues vegades, però si a la tercera no canvies el model, tanques. No pots només retallar, les empreses hi son per invertir.

Diu que a partir de la tardor començarem a aixecar el cap. És el que espero. La primera part de l'any va ser complicada, però confio que l'atur s'estabilitzi i el consum no segueixi caient. Jo veig que en la publicitat la mentalitat és més positiva que l'any passat, tot i que encara no es reflecteixi en la inversió. També les empreses ara són millors: tenen menys deute, s'han reformat, algunes han canviat de model de negoci... Després de cinc anys, les empreses que segueixen i no han mort estan millor que abans.



Hi ha empresaris i polítics que han arribat a dir que la crisi és una oportunitat. Vostè sempre s'ha negat a fer una afirmació com aquesta. Doncs sí, perquè seria millor no tenir la crisi, és clar. Es diu que és una oportunitat perquè, quan és tan profunda com aquesta, tots estem obligats a fer-ho molt millor. El que seria ideal és fer els deures quan les coses van bé i estar sempre al dia.

¿Les desigualtats de sou tan grans entre un treballador i un alt directiu són una garantia de l'èxit empresarial?

Els directius també s'estan rebaixant el sou. És evident que en un moment com aquest tothom ha de participar i entendre les dificultats. Una companyia paga als seus directius com pensa que és just d'acord amb els seus resultats.

Però les diferències, segons molt estudis, segueixen augmentant.

No sé si estan augmentant. Conec moltes empreses, inclosa la nostra, en què anem amb molt de compte i si les coses no van bé, no guanyem més, guanyem menys. Perquè és just que sigui així. El que és pernicios és quan la companyia va malament i tu guanyes més.

¿I no ha notat més conflictivitat a les empreses? Al revés, amb aquesta reforma laboral estic notant que s'està parlant més. Estem arribant al punt que les empreses i els treballadors entenen

més la relació que existeix entre ells, que si les coses van bé, van bé per a tothom, però si les coses van malament, van malament per a tothom. Abans hi havia un dret preconstituït que no tenia relació amb la marxa de l'empresa, ara l'empresa parla amb els treballadors, analitza la situació i veu com pot sortir d'això evitant treure al carrer les persones. És el que necessitem, perquè les empreses contracten les persones si tenen la tranquil·litat

que després podran fer-les fora en el moment que tinguin dificultats. Si no, no les agafen.

¿I com és la vida d'un home d'èxit com vostè?

Jo no sé si sóc un home d'èxit [riu], sí que sé que es treballa molt, però es tenen moltes satisfaccions.

¿Quin tipus de satisfaccions? La de fer una feina molt interessant. Em puc considerar una persona afortunada perquè tinc relacions amb un món actiu, el de les empreses, i puc aprendre molt. Em sento feliç amb la meua feina. No la canviaria per res.

¿És una vida de grans luxes? Visc entre Madrid i Milà, i tinc alguns hobbies. Sóc motard i pinto per desfogar-me del dia a dia. Però no tinc temps per a grans luxes.

¿Compensa l'èxit si et deixa sense temps?

Sí. Almenys a mi em compensa, perquè si fas una feina que t'agrada, i jo treballo almenys 10 hores al dia, durant aquest temps sóc feliç. Això ja és suficient.



ÈXIT PROBAT I MULTIMÈDIA



"El llibre, a més del cas de cada empresa, inclou una entrevista que he fet personalment i que també es pot veure en vídeo amb els responsables d'aquestes firmes", explica Giuseppe Tringali sobre **15 casos de éxito probado**. "Per a mi ha estat un gran aprenentatge que aquestes persones m'hagin explicat els problemes que han superat i com estan aconseguint els seus resultats". Les empreses analitzades al llibre, grans i mitjanes, pertanyen a diferents sectors i n'hi ha tant de multinacionals com d'espanyoles.



UNA CRÒNICA DEL PERIODISTA SEGRESTAT

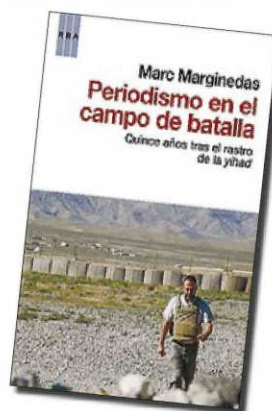
Marc Marginedas,
de retorn a casa a
l'aeroport de Kabul,
el novembre del 2006.



La mirada de Marc Marginedas

El corresponsal de guerra d'EL PERIÒDICO compleix 25 dies segrestat a Síria. Marginedas suma 20 anys de cròniques en diverses trinxeres. Recuperem un capítol del seu llibre 'Periodismo en el campo de batalla', editat per RBA l'any passat. #Marctesperem

FOTOGRAFIES: **SERGIO CARO**



Una endeble escalera de madera y las enormes losas de piedra en que se había troceado el puente bombardeado –abatidas, como si de un castillo de naipes se tratara, sobre el lecho del río Litani– hacían posible el viaje, sin meter siquiera los pies en el agua, entre las dos porciones de territorio en que se había partido el Líbano en los días finales de la ofensiva militar israelí de 2006. Con el cauce fluvial reducido a un riachuelo de escasa profundidad y de tres a cinco metros de ancho debido al estiaje veraniego, ni siquiera hacía falta estar en buena forma física para penetrar, en aquel mes de agosto, en los dominios de Hizbulá –el Partido de Dios– en el sur libanés. «Cuesta creer que un país obsesionado con su seguridad como Israel pueda considerar este minúsculo río como la nueva frontera que le permita sentirse al abrigo de los milicianos chíies», reflexionaba, mientras ascendía por los quebradizos peldaños de la escalera, recordando cómo, en las horas previas, las autoridades

de Tel-Aviv habían anunciado que la inminente ofensiva militar terrestre podía llegar exactamente hasta el mismo punto del mapa en el que me encontraba.

EN LOS PRIMEROS DÍAS DE AGOSTO DE 2006, cualquier cosa podía suceder en la guerra que enfrentaba desde hacía tres semanas a Israel e Hizbulá. Durante este periodo, ambos bandos se habían enzarzado en un absurdo e infructuoso conflicto armado, iniciado tras un ataque de la milicia chii contra una patrulla israelí, en el que murieron cinco militares hebreos y otros dos –Ehud Goldwasser y Eldad Reguev– fueron secuestrados heridos. Era una de esas ofensivas militares que se reproducen con periodicidad regular en Oriente Próximo, originadas por un motivo perfectamente solucionable mediante actuaciones diplomáticas soterradas, pero que las circunstancias políticas del momento se encargan de magnificar y agravar. En ese caso, el incidente

fronterizo degeneró en una guerra total de más de un mes de duración, que acabó provocando tremendos daños a las infraestructuras libanesas y forzando a un millón de libaneses y a cientos de miles de israelíes a huir de sus hogares hacia zonas más seguras. La aviación de Tel-Aviv bombardeaba sin cesar carreteras, autopistas, gasolineras, vehículos y sedes partisanas de Hizbulá, pero con ello no lograba detener o reducir siquiera el centenar largo de cohetes Katiuska de 122 milímetros que la milicia chii disparaba a diario desde las plantaneras cercanas a Tiro hacia el norte de Israel. Así las cosas, con empaque en el campo de batalla tras casi un mes de combates, no era de descartar que el Tsahal (Ejército israelí) emprendiera acciones más contundentes contra el país vecino, incluyendo una posible invasión militar terrestre a gran escala.

Se trataba, además, de una guerra en la que ambos bandos violaban los principios básicos de las leyes humanitarias internacionales, al no distinguir entre objetivos civiles y militares, y emplear armas de escasa precisión susceptibles de causar estragos entre los ciudadanos corrientes, aunque con resultados mucho más dañinos para el país de los cedros que para el Estado hebreo: más de un millar de libaneses inocentes perdieron la vida, por solo 44 israelíes. Israel dejó amplias zonas del sur del Líbano sembradas de bombas de fragmentación –cuyos efectos son similares a los de las minas antipersona, inutilizando amplias extensiones de territorio–, pero tampoco Hizbulá estuvo exento de responsabilidad por los tremendos daños sufridos por su país durante aquel verano. Sus milicianos escondían armamento y material bélico en edificios civiles, demostrando un cuestionable interés en la seguridad de los mismos ciudadanos a los que decían defender en su cruzada particular.

Tots dos bàndols violaven els principis bàsics de les lleis humanitàries

Passa a la pàgina següent



UNA CRÒNICA DEL PERIODISTA SEGRESTAT

Ve de la pàgina anterior

Cruzar el río Litani y llegar hasta la ciudad de Tiro, más al sur, era un desafío de los reporteros que nos habíamos quedado aislados en el norte del país debido a los últimos bombardeos debíamos afrontar si aspirábamos a ser testigos de relevancia de lo que podría acontecer en los días finales de la contienda. En el caso de que Israel se decidiera a realizar una incursión militar terrestre en profundidad para crear un nuevo cordón sanitario que le protegiera de las arremetidas de Hizbulá, ello posibilitaría informar a nuestras respectivas audiencias desde el mismo teatro de operaciones acerca de un combate casa por casa que se produciría en los días siguientes. Si finalmente Tel-Aviv no ponía en marcha su maquinaria de guerra terrestre o esta no alcanzaba Tiro –que fue lo que acabó sucediendo–, los periodistas que nos encontramos desplegados al sur del río Litani estaríamos en mejor disposición de llegar a las zonas devastadas por los bombardeos aéreos israelíes, hasta ese momento inaccesibles, e informar desde allí mismo acerca de cómo transcurrían las primeras horas tras el alto el fuego.

Pero para ello había que realizar un complicado trayecto que implicaba, en primer lugar, recorrer en coche 50 kilómetros de autopista parcialmente inutilizada y sembrada de boquetes abiertos por los cohetes de los cazas israelíes; en segundo lugar, superar los controles militares que el Ejército libanés había montado en el mismo río y que podían vetar el paso a cualquiera; y por último, conseguir entrar por cualquier medio de transporte posible en Tiro, una ciudad que en aquellos momentos estaba siendo sometida a lo que podía definirse como el primer cerco militar de la era moderna, un asedio que ni siquiera requería el despliegue de un solo soldado de infantería. La aviación, los helicópteros, pero sobre todo los *drones* (aviones espía no tripulados), acosaban con enorme efectividad a la gran ciudad surlibanesa gracias a su sofisticada tecnología, vigilando todo lo que se movía a su alrededor y disparando contra cualquier objeto considerado sospechoso que se atreviera a violar las limitaciones al movimiento decretadas por Israel y anunciadas en panfletos lanzados por su aviación. «*Mushkila* (problema)», repetía mi chófer Mohamed, mientras el Mercedes blanco abandonaba la periferia de Beirut y enfilaba el vehículo en dirección sur. Y si Mohamed hablaba de problemas, es que había que escucharle. Era la primera ocasión en las tres semanas de conflicto en que se pronunciaba en semejantes términos. Y como refugiado palestino en el Líbano, que había padecido la guerra civil libanesa y sucesivas ofensivas militares israelíes a lo largo de toda su vida, era capaz de conferir una adecuada medida a la palabra «problema».

CRUZAR EL PUESTO DE GUARDIA del Ejército libanés fue mucho más fácil de lo esperado. Los aburridos soldados que allí vigilaban –la guerra iba con los milicianos del Partido de Dios, no con ellos–, sin otro que hacer que matar el rato, no estaban por la labor de impedir el paso a nadie, y se limitaban a repetir la misma cantinera aprendida de memoria a todo aquel que pretendiera vadear el cauce fluvial. «Es muy peligroso; el puente está cortado; Israel dice que disparará a todo vehículo que circule a partir de aquí», insistía un militar. La advertencia, como era de esperar, cayó en saco roto. Porque los tres reporteros que, a primera hora de la mañana de aquel 9 de agosto, nos habíamos concentrado en aquel desolado rincón del Líbano –Béatrice Khadige, periodista libanesa que trabaja para France Presse, un fotógrafo japonés cuyo nombre jamás se me ocurrió preguntar y yo mismo– estábamos perfectamente al corriente de lo que nos podía suceder una vez superado el paso. Las desapasionadas advertencias del suboficial de guardia no lograron causar en nosotros impresión alguna y, tras oírlos, nos despedimos de nuestros respectivos chóferes, sacamos los bártulos de los coches, los cargamos sobre nuestras espaldas y cruzamos sin más dificultades el más célebre río de la historia de las guerras recientes, de indignas dimensiones para el renombre internacional que adquirió entonces.

Tras el Litani, el silencio. Era evidente que los escasos lugareños que habían decidido quedarse pese a los

Vam arribar al nostre destí burlant els 'drones', la nova forma de setge militar

«¡Tu ets boig! ¿Per què t'arrisques així?», em va dir el delegat d'Efe al Caire

«Hola, he aconseguit travessar el Litani», vaig informar la redacció ple d'emoció

ataques aéreos israelíes se tomaban muy en serio la prohibición de no circular en vehículos: nada se movía en aquella carretera, con la excepción de algunos grupos reducidos de desplazados que huían de los combates, caminando junto a la cuneta en dirección norte y enarbolando banderas blancas elaboradas con trapos. Solo el conductor libanés de un Mercedes rojo, enviado desde Tiro para recoger a la periodista libanesa una vez cruzara el cauce fluvial, se había atrevido a desafiar, en aquella mañana veraniega, la prohibición israelí de no circular a bordo de vehículos más allá del Litani, poniendo en peligro su vida.

La inquietante circunspección del lugar era rota ocasionalmente cuando, desde las colinas cercanas a la carretera, milicianos de Hizbulá disparaban cohetes Kassam contra el norte de Israel, sito a una veintena de kilómetros de allí, o cuando un helicóptero o un avión bombardeaban objetivos no identificados en el horizonte. Algunos camiones y coches con el techo agujereado por proyectiles israelíes yacían inmóviles sobre el asfalto, sin que nadie osara moverlos de su sitio. Entre ellos, la camioneta de un panadero que en los días anteriores había intentado introducir alimentos en la ciudad cercada. Sus blancas e inocentes hogazas de pan reposaban sobre el pavimento, recordando a todo el que por allí pasara que los aviones y helicópteros que sobrevolaban el territorio nunca dejaban de disparar contra un objetivo previamente identificado como tal por un avión espía. «¡Qué bien! Ya nos queda muy poco para llegar!», exclamé, en un intento de liberar la tremenda tensión que, una vez en la orilla del sur del río, suscitó en nosotros aquel abrumador silencio, impropio de un campo de batalla. «Todavía no hemos llegado», recordó Béatrice.

Y no le faltaba razón. Porque la alegría de haber cruzado el Litani sin contratiempos se transformó con celeridad en decepción en cuanto comenzó a oírse el sonido del motor de un *dron* israelí. Es casi imposible ver a un avión espía no tripulado cuando este se halla en pleno vuelo; en la mayoría de las ocasiones, solo se llega a percibir el irritante zumbido que emite, muy parecido al de uno de esos aviones teledirigidos a distancia que reciben los niños como regalo durante las fiestas navideñas. La mayoría de *drones* militares, no obstante, están muy lejos de ser un trebejo. Durante la campaña militar libanesa del 2006, Israel empleó tres tipos de aparatos –Hermes 450, Heron I y Searcher 2– que, o bien van armados con misiles, o son capaces de destruir un objetivo fijado, o bien ejercen de guía en un bombardeo posterior. Además, la decisión de abrir fuego la toma alguien lejos de allí, a partir de unas imágenes enviadas por una cámara de televisión que se presantan fácilmente a equivoco, lo que ha llevado recientemente a la ONU a plantearse en qué ocasiones su empleo constituye un crimen de guerra.

La imprevista aparición modificó radicalmente el panorama favorable que se nos había presentado hasta ese momento. Si nuestra singular comitiva periodística reiniciaba el trayecto en coche, nada impedía que el Ejército israelí nos tomara por un vehículo hostil y fuéramos bombardeados por el camino por el *dron*.

Y FUERON PASANDO LOS MINUTOS. Cinco, diez, quince... El exasperante sonido no solo no desaparecía, sino que adquiría cada vez mayor intensidad, lo que muy probablemente significaba que el aparato volaba aún más cerca de nosotros para observarnos. Además, como si no tuviéramos ya suficiente con su presencia, otros exabruptos sónicos, más inquietantes si cabe, acabaron añadiéndosele. Tras un cuarto de hora adicional, surgió el rugido de un caza, aparato al que, al igual que el avión espía, tampoco lográbamos divisar en el cielo.

Era esta una sensación extraña, novedosa y hasta contradictoria para la gran mayoría de los allí presentes, todos avezados reporteros con gran cantidad de conflictos a las espaldas: por un lado, percibíamos, a través del oído, una fuente potencial de peligro como muy cercana, que nos rodeaba y nos envolvía por todas partes, surgida, además, a partir de un murmullo de catadura casi inocente. Pero nuestros ojos eran incapaces de identificar su origen o de determinar siquiera el punto cardinal del que procedía. Por mucho que miráramos hacia arriba, hacia abajo, hacia delante o hacia atrás, lo único que conseguíamos avistar era



una vacía carretera y unas plataneras de estado de dejación. La moderna tecnología militar había conseguido engendrar, para su uso masivo en un conflicto, una mortal amenaza en forma de un pequeño avión de juguete invisible y fastidioso. Nos enfrentábamos a algo nunca visto hasta entonces, al menos a la escala en la que estaba siendo empleado en aquella contienda. Se trataba de una incorpórea e inaudita contingencia que nosotros, periodistas de guerra bregados de conflicto en conflicto, deberíamos tener muy presente a partir de aquel momento a la hora de tomar nuestras decisiones. Un aparato que, dadas las ventajas que ofrece al bando que lo emplea, iba ser utilizado en el futuro en frentes muy lejanos como Pakistán o Afganistán, e iba a sembrar de preocupación a los expertos militares debido al reguero de víctimas civiles que deja tras de sí.

PESE A QUE YA HABÍA TRANSCURRIDO casi media hora desde el instante en que cruzamos el Litani, el enojoso sonido del motor seguía maltratando nuestros tímpanos. El tiempo, además, apremiaban, y debíamos llegar a tiempo a Tiro si queríamos enviar nuestros respectivos artículos de la jornada. Y ante la certeza de que nuestro intangible acompañante no iba de dejar



Milicians del poble de Xindand, al sud de Herat, a l'Afganistan, col·loquen un turbant a Marginedas, el 2007.

nos ni por un momento, nuestro abanico de opciones acabó por reducirse a una: «Tenemos que caminar; es más seguro, los israelíes no suelen disparar a la gente que va a pie», planteó Béatrice, visiblemente contrariada. «Las posibilidades de que nos bombardeen yendo a pie son mucho más reducidas», recordó otro miembro de la comitiva, antes de cifrarlas en «un 10%» contra «el 50%» en coche. La propuesta logró el consenso de todos, y tras ajustarnos chalecos antibalas, cascos y letreos con la palabra *prensa* bien visible, cargamos de nuevo con nuestros bártulos y reanudamos el viaje, abandonando junto al Litani el vehículo que había acudido a nuestro encuentro. Gracias a mi pequeño maletín de ruedas, donde llevaba los escasos enseres personales que me acompañaron en aquel viaje, me ahorré tener que vagar a pie por el sur del Líbano con un pesado bulto sobre la espalda durante 11 kilómetros.

Emprendimos el camino enseguida nada más tomar la decisión, y una vez nos alejamos un par de kilómetros del cauce fluvial, incluso el avión espía que nos martirizaba con su presencia acabó por abandonarnos. Pero el viaje fue haciéndose más penoso a medida que el sol ascendía sobre la línea del horizonte. El agradable frescor de la mañana de inmediato desapa-

reció, dando paso a una pegajosa y abrumadora humedad ambiental, propia del Mediterráneo oriental en esa época del año, que generaba chorros de sudor por todos y cada uno de nuestros poros, obturados por las placas de protección de chalecos antibalas y cascos. Casi nadie se atrevía a pronunciar palabra mientras avanzábamos por aquel territorio vacío, muerto, sembrado, a uno y otro lado de la carretera, de casas deshabitadas, terrenos agrícolas en los que nadie labraba, y más y más coches con los techos horadados por los proyectiles. Avanzábamos lentamente y en silencio por un espacio desierto, despoblado, parecido a uno de esos lugares que han sido evacuados a toda prisa debido a la súbita aparición de una epidemia incontrolable o una fuga radioactiva, en medio de un mutismo violado únicamente por bombardeos ocasionales y el latoso traqueteo de las ruedas de mi maletín friccionando dificultosamente el asfalto.

Transcurridos unos kilómetros, avistamos una propiedad agrícola que no parecía abandonada como las demás. La regentaba un afable libanés que, acompañado de su mujer y sus hijas, esperaba pacientemente el fin de la guerra para poder regresar a sus quehaceres diarios. Al ver el cansino y trabajoso caminar de nues-

tra comitiva, nos ofreció hacer un alto y beber algo de agua, antes de acometer el tramo final de nuestro viaje. Estábamos ya muy cerca de nuestro destino y creí que había llegado el momento de dar señales de vida a mi redacción en Barcelona, decir a mis superiores que todo iba bien, que había logrado cruzar el río y superar el cerco, y que mi intención de entrar en Tiro estaba a punto de verse coronada por el éxito. Pese a la guerra, los teléfonos móviles seguían funcionando y no había que recurrir siquiera a los incómodos teléfonos satélites para comunicarnos con la redacción.

«¡Hola, he conseguido cruzar el Litani, y estoy ya a unos pocos kilómetros de Tiro, entraré caminando en las próximas horas!», informé lleno de excitación y satisfacción. No quise explayarme ni insistir en mis méritos, pese a la excitación y la intensidad del momento. Por experiencia ya sabía que las sensaciones que uno experimenta durante una guerra son imposibles de transmitir, y que es una utopía pensar que alguien sentado en un despacho a miles de kilómetros de donde está uno, abrumado de trabajo y recibiendo llamadas de todos los puntos del mundo (Nueva York, Jerusalén o Bruselas), donde se debatía y se intentaba resolver aquella guerra, pudiera siquiera dedicar cinco minutos a uno de sus enviados especiales sobre el terreno. Además, pensé, ya vendría el momento de extenderme y explayarme en todo aquello, horas después, en cuanto me pusiera manos a la obra para escribir el artículo.

El agua ofrecida por aquel campesino tuvo un efecto revitalizador en todos nosotros y nos dio ánimos para enfrentarnos al resto del camino. Nuestro anfitrión libanés reía, bromeaba y parecía no tener miedo de lo que sucedía a su alrededor, moviéndose con total naturalidad en medio de aquellas circunstancias tan extremas. Su familia, por el contrario, no parecía compartir su despreocupación. En cuanto se oyó de nuevo un zumbido seco, similar al maullido producido por un gato alterado, procedente de una colina cercana, una de sus hijas cayó presa de la histeria, emitiendo alaridos incontrolados y buscando refugio bajo un techo firme, en posición fetal y con las manos sobre la cabeza. Hizbulá acababa de lanzar un nuevo proyectil Kasam en dirección al norte de Israel, dispuesto a devolver al Estado hebreo cada golpe recibido y a exportar, más allá de la frontera, muerte y destrucción aleatoria, si nombre ni apellidos. Era el momento de dar las gracias y reanudar la marcha.

LA VISIÓN DE UNA GASOLINERA en las afueras de Tiro nos permitió finalmente cantar victoria. Estábamos deshidratados, cansados y maltrechos. Pero sentíamos una enorme satisfacción por haber conseguido llegar a nuestro destino burlando a los *drones*, a esa nueva y moderna forma de asedio militar que permitía minimizar las bajas propias a costa de incrementar los llamados «daños colaterales» en el territorio atacado. Aliados por no haber pasado a engrosar la lista de errores militares israelíes en nuestro empeño por entrar en la ciudad cercada, nos dijimos adiós y nos dispersamos en busca de colegas que nos acogieran y nos permitieran recuperarnos del arduo viaje. Para obtener un poco de reconocimiento, llamé por teléfono a Javier Otazu, delegado de la agencia Efe en El Cairo, de vuelta a Egipto tras haber trabajado durante varias semanas en el Líbano, para informarle de mis vicisitudes de la mañana, consciente de que sería capaz de conferir una adecuada dimensión a lo realizado. «Tú estás loco! ¿Por qué te arriesgas así?; yo te quiero mucho», exclamó. Yo, en cambio, solo pensaba en los vehículos despanzurados de la carretera surlibanesa, las casas y granjas abandonadas, el dichoso avión espía y en meter, entre pecho y espada, litros y más litros de agua.

Los soldados Ehud Goldwasser y Eldad Reguev regresaron a Israel el 16 de julio de 2008, es decir, dos años después del comienzo de la terrible ofensiva militar cuyo secuestro había desencadenado. Realizaron el trayecto de vuelta en sendos ataúdes, confirmando lo que muchos ya intuíamos como posibilidad más plausible en aquellos días de agosto de 2006, cuando la suerte que habían corrido los secuestrados era incierta para todos: habían fallecido a consecuencia de las heridas sufridas en el ataque de la milicia chií. ■





EL DEFENSOR DEL LECTOR

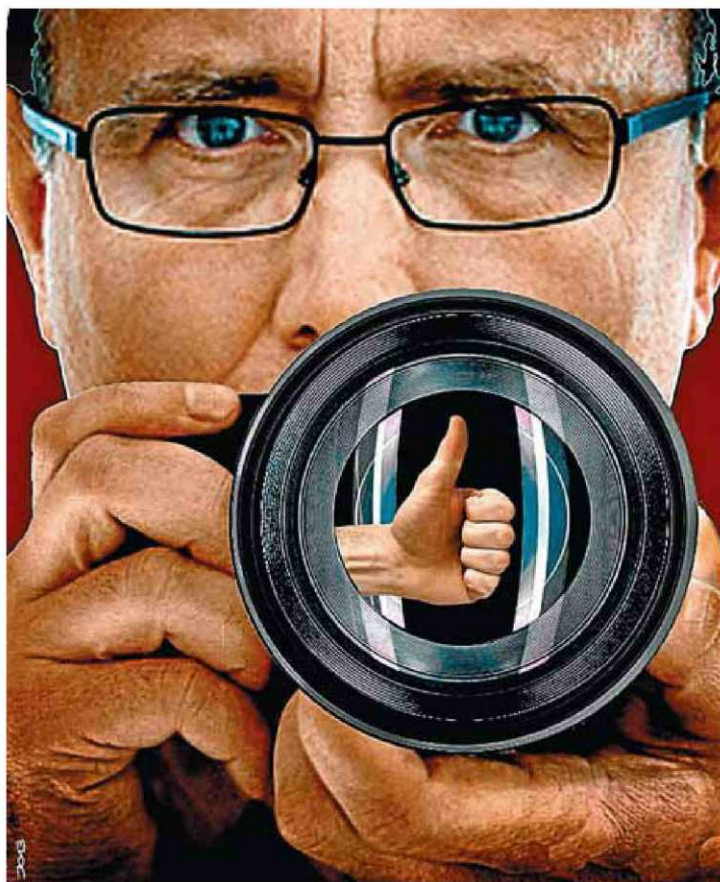
Pep
Colleldemont

Periodista

La foto val si és bona

Encara jo no havia obert el diari –ho reconec, no sóc dels que s'aixequen gaire aviat– i em truca l'amic Mateu Valls, de Girona, per fer-me avinent que en l'edició de Girona i en la secció Comarques Gironines sortia la notícia de l'homenatge al rector de Ribes de Freser pels seus 25 anys al servei de la comunitat. La informació és prou correcta, però resulta que la foto que il·lustra la notícia no té res a veure amb el rector homenatjat. Mossèn Melcior, l'homenatjat, forma part d'una comunitat que té cura de la pastoral de tota la vall de Ribes, el *Seminari del Poble de Déu*, amb el santuari de Núria inclòs. Bé, l'amic Mateu, que hi té molta relació, va quedar esmaperdut en veure la foto. "On és en Melcior", em va dir per telèfon. En parlem amb la direcció. Resulta que la foto la van enviar des de l'Ajuntament i un cop a Girona no es va saber interpretar. Certament que el que va col·locar la foto al seu lloc de la notícia no coneixia el capellà homenatjat i va creure que era el celebrant que veiem a primer terme. Em direu que no és la primera vegada que passa i és cert. Cal reconèixer que avui el sistema d'arxiu de les fotografies està molt més perfeccionat que fa uns anys, però quan una foto arriba de fonts que no són les del mateix diari encara es cometten errors. Pensareu que és el diari el que hauria de fer totes les informacions i també les fotos, però això és impossible. Cada dia hi ha centenars de notícies que es produeixen a les nostres comarques i també arreu de Catalunya. Per sort, i continuant amb el tema de les fotos, avui els mòbils han canviat el món de la fotografia. És gairebé impossible amb els mitjans actuals que es produeixi un fet i no quedi enregistrat per les fotos o els vídeos d'un mòbil. Els diaris s'han beneficiat també d'aquesta modernitat i molt sovint arriben, a través d'internet, fotos que serveixen per il·lustrar alguna notícia. Deixeu-me ser sincer: al·lucino quan veig els mitjans que tenim avui i els que teníem quan vaig començar a moure'm per aquest món del periodisme. I no parlo només de El Punt, recordo a *El Mundo Diario* les capses de fotos que teníem en un racó de la redacció, que una noia amb molt bona voluntat les anava col·locant en uns sobres, que després la feina era trobar-les quan les buscaves. I a El Punt encara era més greu: les anàvem posant en uns calaixos i quan buscaves una foto n'havies de remoure 200. Bé, això és història, avui tot ha canviat, però, lamentablement, encara no som perfectes. I de tant en tant ens trobem amb alguna il·lustració que no té res a veure amb la notícia. Com aquest cas de dimarts passat, que la direcció lamenta profundament. Però ens queda la notícia, que sí que és certa i ben feta.

L'OPERACIÓ DEL REI. Un lector de l'Empordà em telefona per parlar-me de la notícia que va aparèixer dimecres passat sobre



JORDI SOLER

l'operació quirúrgica a la qual ha estat sotmès el rei Joan Carles. "Gairebé ja no la podíem amagar més", em deia. I afegia: "No cal que ho demostreu, que no sou gens mo-

És gairebé impossible amb els mitjans actuals que es produeixi un fet i no quedi enregistrat per les fotos o els vídeos d'un mòbil

nàrquics." Certament, la notícia surt en una plana imparell, la 27, dins la secció Europa Món, a la part de baix i a dues columnes. "Operen el rei Joan Carles del maluc esquerre", deia el títol de la notícia, acompanyada per una foto que sí que era del rei. En parlem llargament amb la direcció. Certament que en aquest tema El Punt Avui s'ha diferenciat de molts altres diaris. No tots han tractat de la mateixa manera la notícia, certament, però segurament hem estat el diari que aquest dia hi va dedicar menys ratlles. Però en aquest món tot

té una explicació, segons em diuen des de la direcció. Si repassem els diaris dels dies anteriors, quan es va fer pública la notícia que el rei seria operat del maluc perquè havia tingut una infecció, el nostre diari va tractar el tema en profunditat. Si agafem l'edició del dissabte passat, dia 21 de setembre, en la secció Europa Món van sortir dues planes senceres amb el títol de "Recaiguda reial", amb fotos i una il·lustració a tota plana en què s'explicaven gràficament les operacions del monarca i quan van tenir lloc. El dilluns va sortir una crònica de la Montse Oliva que explicava l'operació que li farien al rei l'endemà. El dimarts no se'n parla –em refereixo sempre a l'edició gironina– i el dimecres s'explica molt breument que tot havia anat bé. El dijous es dona una breu informació en la qual es deia que el monarca havia abandonat la unitat de cures intensives. Bé, això és el que hi ha. Puc assegurar que s'ha fet el que el consell de redacció creia que s'havia de fer. El diari *El País* del dijous dedica a la notícia gairebé una plana, però no ho podem comparar. Nosaltres som un diari local i les notícies importants són unes altres. En continuarem parlant.

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, 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.



Aristòcrates i menestrals

M'han tractat de bèstia sense capacitat de raciocini. M'han dit que formo part d'una "manada". M'ho han dit a mi i li ho han dit, pel cap baix, al cúmul de persones que vàrem formar la Via Catalana. L'autora de l'ofensa és Margarita Rivière, una periodista amb qui mantinc des de fa molts anys una relació de bona companyonia professional. No en va formàvem part del mateix curs a l'antiga escola de periodisme del CIC, on érem pocs i ben avinguts.

Sé prou que la Margarita arriba al terme en qüestió a partir de l'al·lusió als pastors. Hi hauria uns líders visionaris –curiosament només esmenta Pujol– que estarien dictant les instruccions per a uns ramats "als quals s'organitza per trams". La inferència és immediata: aquells que vàrem participar en la Via Catalana som uns animals dòcils que ens deixem manipular per uns líders que, diu, formen part de les "elits habituals". En definitiva, res gaire diferent del discurs cada cop més compartit pels cavernaris espanyols i certs *soi-disants* intel·lectuals d'esquerres.

A les xarxes socials no ha faltat qui ha relacionat la sortida de to amb uns orígens aristocràtics de l'autora. No participo necessàriament d'aquesta lectura. Com he dit, conec la Margarita des de fa molts anys i em consta l'es-

forç que ella va fer en el seu moment per superar les lògiques de la classe social de què provenia per aproximar-se a una ideologia progressista. Però m'acullo al terme per referir-me a una altra mena d'aristocràcia.

Al seu article la meva companya hi deia que parlava des de la talaia d'una certa edat per poder assegurar que ja havia conegut massa terres promeses. Com que en això dels anys posats a l'esquena també sóc competitiu, aprofitaré per dir-li que, efectivament, crec que ella forma part d'un conjunt de persones que des de temps força reculats han mantingut actituds que a uns quants se'ns han fet ofensives. Una mena de *crème* de productors/consumidors culturals que miraven una mica per sobre de les espatlles el comú dels mortals, potser precisament perquè la terra promesa de torn se la creien religiosament.

Ara, des del diari *El País*, uns quants components d'aquesta flor i nata de pensadors es dediquen a desqualificar olímpicament tots aquells catalans i catalanes que ens hem arrengrat de forma inequívoca pel dret a decidir. De vegades se'ls nota que trontollen una mica quan veuen que autèntics intel·lectuals dels quals ells mai no s'ho haurien pogut imaginar, com ara Rubert de Ventós o Ramoneda, s'escapen de les seves tesis simplificadores. Però això no els acaba de traure, almenys de moment, dels seus propis esquemes. I forma una part substancial d'aquests esquemes la identificació del nacionalisme català amb la burgesia i, de retruc, el postulat que el poble humil ha de ser qualsevol altra cosa menys naciona-



SALVADOR ALSIUS

PERIODISTA I SOCIÒLEG

lista. La conseqüència que en treuen és clara: tots els que formen part d'aquest poble i que es declaren sobiranistes ho fan perquè els mandataris d'aquí els han xuclat el cervell. Som, diu Rivière, "clients consumidors del producte independència o similar, amb molt de sentiment i amb raciocini feble". Sempre el mateix.

Aquesta identificació de nacionalisme català i classe burgesa es va veure molt ben alimentada per aportacions intel·lectuals que en el seu moment varen tenir pes i predicament. En alguns casos se'n feien lectures completament esbiaixades o tendencioses, com és el cas de les tesis de Josep Fontana o, sobretot, de Jordi Solé Tura. Justament en els seus treballs es posa de manifest que, si bé la burgesia com a classe ascendent va tenir un paper determinant en la consolidació del catalanisme polític i d'algunes de les seves expressions culturals, el nacionalisme català ha tingut sempre una gran transversalitat social. Més encara, altres historiadors com Fèlix Cucurull han fet veure com la burgesia més aviat va renunciar a posar-se al davant de cap mena de secessionisme, sobretot si podia posar en perill els seus interessos. I Josep Termes, a qui per cert Margarita Rivière i jo vàrem tenir el privilegi de tenir com a professor, veia com a autèntiques artífexs del catalanisme la menestralia i la classe obrera. Més encara, és prou conegut que, en canvi, hi ha hagut de sempre a Catalunya una altíssima burgesia que ha estat del tot refractària a qualsevol baix emancipador i que fins i tot s'ha abstringut sistemàticament d'enrao-

nar en català. Segur que Rivière coneix de prop unes quantes famílies d'aquesta mena.

Però el clixé està construït, i resulta útil per resistir-se a admetre allò que cada cop resulta més evident. Ara ja no parlariem de menestrals, sinó d'una amplíssima classe mitjana que ha pres posició d'una manera irreversible. Fa uns dies llegia no sé on (devia ser al Twitter) que tots sabem de gent que ha evolucionat de l'unionisme cap a l'independentisme, però no hi ha ningú que faci el camí invers.

En aquesta situació es fa difícil entendre l'enrocament d'alguns d'aquests treballadors de l'intel·lecte que, com la Margarita, s'entesten a negar les evidències. Ja m'imagino que l'amor propi hi deu tenir el seu pes, en aquesta actitud. Són molts anys de mirar-se amb un posat de suficiència aquells que s'arrengraven obertament amb el catalanisme. Allò sí que era dirigisme! Val a dir que alguns dels reduïts de la intel·lectualitat ceballuda els ho posaven fàcil, amb unes maneres de fer rànçies i res-closides. Però ara la matèria grisa del sobiranisme s'ha reforçat enormement. No només amb els dos pesos pesants que abans he esmentat, sinó amb un bon contingent de joves talents que a través dels seus escrits i de la seva presència activa al debat social estan musculant ràpidament la capacitat de raciocini de la "manada".

Segons Margarita Rivière, els que vàrem participar en la Via Catalana ens deixem manipular per les "elits habituals"

Són molts anys de mirar-se amb suficiència aquells que s'arrengraven obertament amb el catalanisme



El debat i el truc per descobrir qui diu més animalades

Gonçal Mazcuñán i Boix

PERIODISTA. PRESIDENT DEL CONSELL EDITORIAL
► gonzalmb@gmail.com



Dimecres, just quan els portaveus parlamentaris rivalitzaven a valorar el discurs del president Mas en l'obertura del debat de Política General, un nombrós grup de representants del col·lectiu de la Gent Gran de Manresa (14.524 manresans de 65 anys en amunt, el 18,94% de la població censada a Manresa) paraven atenció al que un servidor intentava explicar sobre els mitjans de comunicació i com viure al dia informativament sense prendre-hi mal, en l'acte inaugural del curs 2013-2014 de les Aules per a la Gent Gran. La conferència va ser seguida amb interès i pels comentaris al final de l'acte jo diria que no més li va sobrar durada (mitja hora llarga escoltant-me pot ratllar el masoquisme), però va quedar força clara la idea exposada: si no aguditzem el sentit crític, l'anomenada Societat de la Informació se'ns menjarà vius. Els ciutadans nedem mig ofegats en un oceà d'informació descontrolada, cada vegada més allunyada de l'ètica professional, que pot acabar en formes de

«La recepta és clara: una bona cullerada diària de xarop d'informació contrastada, per tal d'enfortir el criteri propi i l'opinió per poder participar, contrastar i compartir»

comunicació que avui no admètriem com a periodístiques. A la reconeguda fal·lera del poder (econòmic, polític, financer...) per controlar els mitjans de comunicació, cal afegir-hi ara la possibilitat que l'accés lliure, universal i gratuït a la transmissió i recepció d'informació a través de la Xarxa converteixi els ciutadans en titelles a mans dels interessos d'aquells que dominin el mercat i les eines de producció i difusió dels continguts. El fenomen de les xarxes socials pot derivar cap a una banalització dels valors que haurien de donar sentit a les generacions futures. Etcètera. La recepta per no acabar intoxicats la vaig deixar clara: una bona cullerada diària de xarop d'informació contrastada (llegir més d'un diari, escoltar més d'una ràdio, mirar més d'una televisió, no quedar-se en la Viquipèdia, utilitzar Internet com a font de coneixement i no pas d'informació...), per tal d'enfortir el criteri propi i l'opinió, que donen op-

ció a participar, contrastar i compartir. Dijous al vespre, quan escric aquestes ratlles, després d'haver seguit les intervencions dels líders polítics del nostre país en el debat de Política General, m'adono que en la meua xerrada de dimecres no vaig parlar de com descobrir qui dels protagonistes de la informació diu veritat i qui diu mentida. Vaig parlar dels interessos dels qui controlen els mitjans, però no vaig dir res dels interessos d'aquells que voldrien controlar-los. Vaig parlar dels valors que haurien de transmetre els mitjans, però no vaig pensar a denunciar aquells que els utilitzen per imposar els seus valors. Vaig insistir en la necessitat de ser crítics, de qüestionar les veritats que es venen com a inqüestionables, però no vaig donar pistes per enxampar els mentiders que amb un discurs populista amaguen l'objectiu d'aconseguir el poder sense respectar l'opinió dels qui no pensen com ells. Vaig reclamar l'ètica dels periodistes i no vaig exigir l'ètica dels qui prometen o desqualifiquen. I tampoc no vaig pensar a alertar del cinisme amb què alguns polítics parlen de drets, negant-los. Ni vaig pensar a explicar... Uff! no sé si atrevir-me a demanar una segona xerrada!



Topónimos limítrofes

DEFENSOR DEL LECTOR. El empleo de determinados nombres propios, particularmente de espacios geográficos sobre los que se emplean distintas denominaciones, suscita reproches

**TOMÀS
DELCLÓS**



El empleo de determinadas denominaciones, desde geográficas a históricas, provoca la réplica de lectores. Detrás de algunas hay una susceptibilidad ideológica. Las batallas nominales no son, en muchos casos, gratuitas. Algunos sectores no quieren reconocer, por ejemplo, la unidad lingüística del catalán, al margen de las denominaciones de sus distintas variantes, a pesar de estar establecida con certeza por autoridades científicas tan poco sospechosas como la Real Academia. Ahí está el episodio del bautizo este año por parte de las Cortes aragonesas del catalán que se habla en determinadas zonas de su comunidad como lapao (lengua aragonesa propia del área oriental) negando su pertenencia al idioma catalán.

Muy diferente es el fundamento del reproche de dos lectores aragoneses por el empleo de la expresión "corona catalano-aragonesa". Uno de ellos, Luis Torres, comentaba que "jamás se usó en los documentos de época ese término, la cosa se reducía a la Corona de Aragón. Es la historiografía nacionalista catalana de época reciente, que en su intento (yo diría que infantil) de marcar distancias y otorgarse protagonismo comenzó a usar esa palpable adulteración de la historia. En Aragón el uso del término "corona catalano-aragonesa" duele, sobre todo cuando lo usan instituciones y/o medios que cuentan con una

amplia trayectoria de veracidad histórica". Juan, por su parte, escribe: "Mi pregunta es ¿en qué momento de la historia ha existido tal corona? ¿Por qué debemos leer continuamente esta reinterpretación de la historia?". El comentario se refiere a un artículo, *La partida de ajedrez de 1714*, dedicado a describir la caída de Barcelona en 1714 tras meses de asedio de las tropas franco-españolas de Felipe V. En otros casos, pocos, se

han publicado en este diario artículos que emplean el término corona catalano-aragonesa como nombre propio. En el mencionado, se citaban las coronas de Castilla y Aragón y, en otro párrafo, se hablaba de la corona catalano-aragonesa en minúsculas, en términos descriptivos. De hecho, el archivo oficial ubicado en Barcelona se llama de la Corona de Aragón. Dada la documentación mayoritaria de la época, aunque se hayan localiza-

do textos que hablan, por ejemplo, de la Corona Aragonum et Catalonie o de Corona Daragon e al Comptat de Barcelona, el término correcto es Corona de Aragón. En la época moderna, historiadores catalanes han construido el concepto de corona catalano-aragonesa para explicar, por emplear conceptos contemporáneos, la composición casi confederal de la citada corona y el peso que tenía en ella (económico, demográfico o

lingüístico) la parte catalana, al margen de que se extendió a otros territorios. La denominación, que no ha estado exenta de disputa, es Corona de Aragón, como hacía el citado texto, al margen del empleo de otros términos de tipo descriptivo.

Un tema que suscita debate es el de los términos de toponimia, particularmente en zonas limítrofes. El *Libro de estilo* dedica un amplio capítulo al tratamiento lingüístico de los nombres de ciudades o accidentes geográficos en España pero, obviamente, dada la notable casuística, no se anticipa a todas las dudas.

Dos casos planteados al defensor ilustran el debate. Javier Pajarón escribió reprochando que una pieza de este diario hablara de la bahía de Gibraltar. "Ahora resulta que lo que los algecireños hemos conocido como bahía de Algeciras, y así figura en todos los mapas españoles, es finalmente Gibraltar bay. Ni James Cook hubiera soñado con lograr semejante éxito". Efectivamente, aunque en cartas náuticas españolas, por ejemplo del XVIII, figura la expresión bahía de Gibraltar, en el caso español hay que acudir al Instituto Geográfico Nacional que fija el nomenclátor. Y en este caso, es bahía de Algeciras.

La intensidad de los debates sobre los nombres geográficos la explica muy claramente el catedrático de Geografía Humana de la Universidad Autónoma de Madrid Fernando Arroyo Ilera en *Creciente interés geográfico por la toponimia*. La toponimia tiene varias funciones. Identifica un lugar, individualizándolo,

PASA A LA PÁGINA SIGUIENTE



Topónimos limítrofes

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

lo localiza y describe. "Pero hay una cuarta función, no menos importante y cada vez más relevante, que añadir a las anteriores: la toponimia de un territorio como forma de apropiación del lugar por el grupo, reafirmando la identidad, imagen o símbolo de la población que lo habita. Ello debido a que todo topónimo es expresión de la perspectiva empírica que las personas tienen del espacio que habitan. Es decir, las experiencias de quienes ocupan un área son las que hacen que ese lugar sea significativo para ellos e inteligible para los demás". Y termina con una cita del geógrafo Yi Fu Tuan: Se puede soste-

ner que los ingenieros pueden crear localizaciones, pero que el tiempo es necesario para crear lugares.

En el caso de la bahía de Algeciras, por ejemplo, en 2112 la prensa gibraltareña criticó que la *Enciclopedia británica* incluyera el topónimo de "bay of Algeciras" junto a la tradicional de Gibraltar.

Algunos se acomodan a la hipotética sensibilidad de su audiencia. El buscador Google, en su sección de mapas, cuando buscas en la versión inglesa (google.com) "bay of Algeciras" lo corrige y presenta la zona como "bay of Gibraltar". Pero si el internauta acude a la versión española (google.es) y busca "bahía de Gibraltar" sustituye la expresión por "bahía de Algeciras".

Otro caso que me llegó hace más tiempo es la denominación del mar que baña, entre otras,

las costas de Corea del Sur y Japón. Japón defiende el nombre de mar de Japón y Corea del Sur lo llama mar del Este. El uso de esta última denominación en un mapa sobre Corea del Sur fue objeto de diplomático reproche por parte de un ciudadano japonés. La Organización Hidrográfica Internacional (OHI), autori-

Raramente se trata de debates técnicos, es geopolítica

dad en esta materia, tiene reconocido desde 1929 el nombre de mar de Japón, pero el Gobierno de Corea del Sur considera que se tomó esta decisión en la época colonial japonesa, durante la cual no podía defender sus intereses. El Gobierno japonés, por

su parte, sostiene que es un nombre con arraigo histórico de siglos. Ambos Gobiernos han aportado cartografía de distintas épocas para sostener sus tesis. En algunas publicaciones internacionales volvemos a encontrar soluciones afines a la filosofía que sostiene Google que, con el objetivo de que sus mapas sean más útiles "a los usuarios en cada idioma", presenta "el nombre que esperan ver" sin eludir el nombre alternativo en disputa. National Geographic opta por el nombre oficial y, cuando la escala lo permite, incluye entre paréntesis el de mar del Este. La *Enciclopedia británica* en 2007 decidió que en los mapas de Japón, el topónimo mar del Este figurara entre paréntesis como segunda opción, pero en los mapas de Corea se procedía a invertir el tratamiento.

Para Arroyo, es lógico que, en el caso de bahía de Algeciras, las publicaciones españolas respeten el nombre fijado por el Instituto Geográfico Nacional "aunque no hay que escandalizarse porque los británicos empleen la otra expresión". Con respecto al mar de Japón, se inclina por respetar el criterio del OHI sin excluir que se refleje la alternativa en disputa. "El problema de la denominación de mar del Este para los japoneses, al margen de debates históricos, es que se halla al oeste de sus costas y al este de las de Corea". Con todo, concluye, estos debates raramente son técnicos. "Estamos hablando de geopolítica".

Los lectores pueden dirigirse al Defensor del Lector mediante el correo electrónico defensor@elpais.es o telefonar a los números 913 378 200 o 934 010 500.



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

Credibilitat i confiança

El contacte amb els lectors dóna la mesura del corrent de confiança que hi ha d'haver entre un diari i el seu públic. El lector Joan Martorell dubta d'un e-mail que ha rebut: "La Vanguardia entra cada dia a casa, però li prego que em digui si han publicat aquest article i en quina data. Jo no l'he vist i voldria estar segur que no és un invent". I adjunta un text que va aparèixer en un diari digital però no a *La Vanguardia*. La setmana anterior, un lector que prefereix l'anònimat va fer la mateixa pregunta, sobre un altre article. I a l'agost, el Defensor va rebre dues preguntes més, de lectors que volien verificar l'autenticitat del que els havien enviat. Són articles a favor o en contra de la independència de Catalunya, falsament atribuïts a *La Vanguardia*, que circulen per internet.

Segons les conclusions d'un estudi de la Associació d'Internautes sobre la percepció de les falsedats que corren per la xarxa, a un 70% dels usuaris els costa de distingir entre una notícia falsa i una de fiable. I, segons aquest estudi, les versions en línia de la premsa convencional continuen sent la font d'informació més fiable per als internautes. L'estudi és del 2009 i en aquest camp les estadístiques varien amb rapidesa (<http://www.internautas.org/html/5699.html>). Però les dades poden servir per entendre per què s'atribueix a un mitjà la publicació d'un text al qual es vol donar credibilitat. En aquest cas, no és sobrer recordar que un article citat ha d'anar acompanyat amb el nom de

l'autor, la data de publicació i si és possible la pàgina. I si s'ha publicat en l'edició digital, n'hi ha prou amb facilitar el localitzador o url que ens permeti accedir-hi.

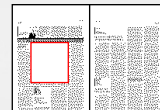
Però si uns lectors busquen certificar la seva credibilitat amb el diari, d'altres avisen que el pacte de confiança es pot trencar.

La confiança es guanya amb esforç i es trenca en un instant; per això, la mediació entre diari i lectors és sempre aclaridora

Xavier Burgués ho escriu en dues línies després de llegir, dimecres, la crònica sobre el congrés del Partit Laborista britànic: "La notícia (no pas un article d'opinió) –diu el lector– comença així: 'Els partits d'esquerres ho tenen cru en temps de crisi, quan no hi ha diners amb què entabanar la gent'. Vostès sabran si aquest és l'estil que volen". Rafael Ramos, corresponsal a Londres i autor de la crònica, assegura que no hi ha "voluntat d'ofendre ningú" i que aquesta arrencada "no és una declaració de fe en les polítiques de dreta". Aclareix que "l'esquerra (o el que s'anomena així a si mateixa encara que no sigui més que centre) basa les campanyes electorals en programes d'inversió, beneficis socials i Estat de benestar, una cosa que no pot fer quan no hi ha diners (com ara)". En canvi, matisa, "les plataformes de la dreta (reducció d'impostos i de la despesa) s'adapten molt millor a l'austeritat". I lamenta que la paraula entabanar pugui no agradar, però "és el que fan els polítics de tot arreu i de tot signe".

La confiança es guanya amb esforç i es trenca en un instant. Per això, la mediació entre diari i lectors és sempre aclaridora. Sara Serra se sent defraudada en veure la crònica dels premis Emmy a la secció de Gent i no a la de Cultura: "No és menysprear l'obra audiovisual i reduir-la a crònica rosa?". La informació sí que era rellevant per a *La Vanguardia*. Ho demostra que es va dur a portada amb una gran foto de Claire Danes (dimarts, 24). Però la pregunta obre un debat sobre la credibilitat de les notícies segons la seva ubicació. I tot i que no hi hagi seccions de primera ni pàgines de segona, caldrà parlar-ne algun dia.●

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



seva manera de pensar; sinó que en va prescindir la va encaminar, tot sortint en defensa de la «tradicció».

Esmento aquest fet perquè segur que molts desitjarien com jo desitjo una premsa menys polititzada, més objectiva que evités ser solament portaveu d'ideologies, que sovint poden desconcertar el qui llegeix.

Malgrat tot, cal reconèixer que hi ha tan bons periodistes que ens permeten gaudir llegint, a la vegada que ens augmenten els coneixements d'allò que expressen; però seria desitjable un salt, una millora qualitativa, una decisió de canviar els comentaris de les notícies de manera que no fossin tan negatius com són la majoria, i com també bastant subjectius i, sovint, sensacionalistes.

Estem vivint uns temps prou difícils com perquè els periodistes no sols ens els comuniquin -fent-nos- en coneixedors, qüestió que és positiva-, sinó que s'hi refacin massa parlant sempre del mateix.

Cal poder descansar en el que és positiu, cal que -alguns cops ja és així- als lectors se'ns obrin horitzons: aquesta hauria de ser la millora del treball d'alguns periodistes.

La realitat és que existeix una veritat objectiva, universal, igual per a tots. I aquesta veritat se'ns ha de fer assequible als lectors. És tasca difícil, tant com ho és la sortida de la nostra subjectivitat. Però aquest sortir d'un mateix, fins i tot dels

propis interessos periodístics per oferir la veritat o el que sembla més pròxim a la veritat, sense buscar intencionalitats que no es coneixen mai; aquest sortir d'un mateix, aquest intent d'objectivitat és condició per viure en comprensió i en tolerància.

Quan els periodistes només parlen dels errors, llavors creix la indignació més que la comprensió. S'han de callar els errors? No. Però s'han d'oferir també els encerts i els fets positius, i això serà un millor periodisme que afavoreixi l'estimació del bé comú, la il·lusió, la comprensió...

Hi ha tant de bo per donar a conèixer i valorar: la millora de la ciència, de la tecnologia, l'art, la bona pintura, els novel·listes... i tants petits heroics fets quotidians que passen desapercebuts i que des de la seva petitesa afavoreixen tothom.

Millorar el periodisme

MONTSERRAT GUARDIOLA ROVIRA. GIRONA.

■ Chesterton es permeté subratllar els encerts de Dickens en els seus relats, tant en el literaris com en els que feu de temes històrics i sobre apreciacions de l'esperit humà. I és que Dickens encertà. Encertà tant en les seves opinions respecte als canvis socials, com al escriure sobre esdeveniments històrics. No es deixà portar per la



La periodista Carme Chaparro ha estat mare per segon cop

La periodista de Telecinco Carme Chaparro va donar a llum divendres la seva segona filla, Emma. Ella mateixa ho va fer públic a través de Twitter en una piulada en què agràia els “missatges d’afecte” que havia rebut i explicava que ja havien arribat a casa amb la nena. “Immensament fe-

liços tots quatre”, va afegir, en referència també al seu marit –Bernabé Domínguez, reporter gràfic de la mateixa cadena– i la seva altra filla, la Laia, nascuda el 2011. Curiosament, el part va tenir lloc a l’Hospital Quirón de Madrid, el mateix on el rei està ingressat des de dimarts.



PERIODISMO EN PELIGRO

La TV egipcia retira el programa de Shahira Amin, premio Julio Anguita Parrado, por denunciar el golpe: «Ha vuelto la política de Mubarak de silenciar disidentes»

La censura resurge en Egipto

FRANCISCO CARRIÓN / El Cairo
Especial para EL MUNDO

O con nosotros, los militares y sus secuaces, o con ellos, los «terroristas» y acólitos del derrocado Mohamed Mursi. En el Egipto que sucedió al golpe de Estado no hay lugar para medias tintas. La última víctima de esta cruenta guerra mediática es Shahira Amin, galardonada en 2012 con el Premio Internacional de Periodismo Julio Anguita Parrado. La radiotelevisión pública ha retirado de la parrilla su programa de entrevistas *Hot Seat*, que se emitía por el canal en inglés Nile TV.

«Hace unos días mi jefa me informó de que el espacio ha sido cancelado. Me comentó también que voy a ser investigada porque mis compañeros me acusan de ser una amenaza para la seguridad nacional e instigar a la rebelión contra las autoridades», cuenta a EL MUNDO la popular reportera. En los pasillos del ente estatal, pocos le perdonan que en febrero de 2011, durante las primeras jornadas de protestas contra Hosni Mubarak, Amin hiciera mutis por el foro en protesta por la cobertura de las revueltas.

Desde entonces la periodista no ha dejado de hurgar en la herida. Denunció las infames pruebas de virginidad practicadas por el ejército en marzo de 2011, entrevistó al soldado israelí Guilad Shalit minutos después de su liberación y rehusó secundar la propaganda nacionalista y marcial que inunda las ondas desde la asonada del pasado julio.

«La acusación está basada en la entrevista que concedí a la CNN en julio. El presentador me preguntó si consideraba que estábamos ante un golpe de Estado. Yo respondí que se trataba de una rebelión popular porque la mayor parte de la población estaba decepcionada con la presidencia de Mursi. Pero añadí que los tanques en las calles, el cierre de los canales islamistas y el arresto de los líderes de los Hermanos Musulmanes contribuían a que se viera cada vez más como un Golpe», explica. Al pronunciar estas palabras, Amin cavó su tumba. «Cualquiera que menciona el tér-

mino 'golpe de Estado' es etiquetado como traidor y partidario de la Hermandad», precisa.

Un frío *déjà vu* la recorre cuando reconoce que las mordazas de antaño han vuelto. «Hay un regreso a las políticas de la era Mubarak para silenciar las voces disidentes. Es la misma censura de entonces pero ahora lo más peligroso es que periodistas y editores están practicando la autocensura, bien porque respaldan al ejército, bien porque temen perder el empleo», apunta Amin,

Apoyan al Gobierno nombrado por los militares para proteger sus intereses». En paralelo al apagón informativo, que los medios afines a la Hermandad padecen desde hace tres meses, la autoridad castrense ha lanzado una campaña de acoso y derribo contra los periodistas que se han negado a acatar su *verdad*.

El caso más dramático es el de Ahmed Abu Deraa, un laureado periodista residente en el Sinaí sometido a un juicio militar por «difundir noticias falsas». «Es un

Ni siquiera la prensa internacional ha escapado a esta caza. «Lamentablemente las acusaciones contra los corresponsales extranjeros provienen de altos cargos del Estado como el ministro de Exteriores Nabil Fahmi», se queja. «Muchos de esos corresponsales –añade– han arriesgado sus vidas para ver con sus propios ojos lo que sucedía. Pocos han sido los periodistas egipcios que se han aventurado más allá de Tahrir y han basado sus informaciones en rumores».



La reportera egipcia Shahira Amin, durante la grabación de uno de sus programas para la cadena Nile TV.

SHAHIRA AMIN

«Mis compañeros me acusan de ser una amenaza para la seguridad»

quien confiesa que el odio a los islamistas –alimentado durante décadas– ha cegado a muchos de sus camaradas.

El panorama resulta igual de desolador en los medios públicos que en los privados: «La mayoría de los empleados estatales son leales de Mubarak porque el ente no ha sido purgado y los periódicos y emisoras *independientes* pertenecen a magnates estrechamente ligados al régimen de Mu-

Acusaciones

La reportera está etiquetada como una traidora después de mencionar ante la CNN el término 'golpe de Estado'

mensaje de advertencia. Las fuerzas armadas son una *línea roja* y están por encima de cualquier crítica. Los generales necesitan difundir su propaganda para consolidar su poder», opina Amin. «Yo misma he recibido amenazas en Facebook y por correo electrónico de diplomáticos y empleados del Servicio de Información del Estado en el que me avisan de que si no escucho sus *consejos* me enfrentaré a ataques o a algo peor».

DERROCAMIENTO DE MURSI

«Lo más peligroso es que periodistas y editores practican la autocensura»

Pese a la grisura que proyecta el futuro, Amin mantiene el ánimo. «Tengo que ser optimista. Ya vivimos un levantamiento en nombre de la libertad. El muro del miedo cayó irreversiblemente en enero de 2011. Habrá voces libres que se alzarán contra la intimidación y las amenazas. El torrente de la represión es muy fuerte esta vez pero confío en que podamos nadar a contracorriente».



Batalla a les ones: a la recerca del prototip d'oient

RAC1 i Catalunya Ràdio tenen seguidors pròxims a les tesis independentistes

Anàlisi

ELPATIDESCOBERT.CAT

“Bon dia, desperta, Catalunya, són les 6. Som *El matí de Catalunya Ràdio*”. Així arrenca cada matí la periodista Mònica Terribas el programa més emblemàtic de la ràdio nacional de Catalunya. Els programes matinals són els més escoltats del país i, de fet, es converteixen en els fars que il·luminen de qualsevol emissora que busqui el lideratge a les ones. El primer dia, en una entranyable mostra de *fair play*, Terribas va saludar Jordi Basté, encarregat de dirigir *El món a RAC1* i responsable de conduir el programa líder del país, segons l'EGM. El líder i la cap de l'oposició decidien començar la temporada amb una encaixada d'ones hertzianes d'allò més senyorial.

Més enllà d'aquestes mostres d'afecte, els dos periodistes s'esforcen des del principi per oferir un producte de qualitat que permeti mantenir o guanyar oients.

En altres paraules, ja fa un mes que s'ha iniciat una batalla (sana) sobre qui liderarà la ràdio feta en català, la qual, és bo recordar-ho, és la més escoltada de Catalunya. Deixant de banda les estratègies, una de les maneres de saber com eixamplar el nombre d'oients és conèixer quin perfil tenen i quin és el del teu adversari més directe.

Segons l'EGM, gairebé el 62% de la població catalana escolta la ràdio en algun moment del dia. D'aquests, segons el CEO, un 40% la utilitzen per informar-se de temes polítics. La majoria, a més, es concentren en la franja matinal. Això fa que tant entre els oients de RAC1 com en els de Catalunya Ràdio l'interès per la política sigui molt elevat, molt per sobre de la mitjana catalana i força més elevat que entre els oients de la resta d'emissores.

No es detecten grans diferències pel que fa l'extracció social de l'oient de RAC1 i Catalunya Ràdio. En tots dos casos hi ha un nivell formatiu força elevat: més del 30% dels seus oients tenen estudis superiors. També en tots dos casos hi ha un cert equilibri entre homes i dones, tot i que els primers són majoritaris: vora el 55% de les persones que escol-



Jordi Basté presenta *El món a RAC1* i Mònica Terribas *El matí de Catalunya Ràdio*. F. MELCION

ten RAC1 o Catalunya Ràdio per informar-se de política són homes. Tampoc hi ha grans diferències en termes de mobilització política (els seus patrons de vot són molt similars), amb una petita diferència: entre els oients de Catalunya Ràdio la confiança cap als polítics és més alta que entre els de RAC1.

Les diferències més grans entre el prototip d'oient de les dues ràdios es troben en diferents aspectes ideològics. D'una banda, segons el CEO, l'oient de Catalunya Ràdio és més d'esquerres que el de RAC1. De l'altra, en termes polítics, l'últim

CEO revela un resultat a priori curiós, però que va en sintonia amb el que passa a la societat: entre els oients de l'emissora del Grupo Godó el partit pel qual se sent més simpatia és ERC (un 37% dels seus oients s'hi senten pròxims), i el segon, CiU. Aquest fenomen també es produeix en el cas de Catalunya Ràdio, però el percentatge d'afins a ERC és sis punts més baix. Finalment, entre els oients de totes dues emissores un eventual referèndum per la independència guanyaria sobradament: el sí obtindria un 78% entre els oients de Catalunya Ràdio i un 85% entre els de RAC1. Són dades que reflecteixen l'època en què Manel Fuentes era el conductor de *El matí*. Canviaran en el futur?

Dues emissores, doncs, amb unes diferències entre oients més aviat minses. Totes dues se situen molt a prop de l'oient mitjà català i probablement per aquest motiu estan en disposició de lluitar per la primera posició. Aquest prototip d'oient català, segons les enquestes, sabem que és una persona altament interessada en política, formada, amb un sentiment nacional més català que espanyol i lleugerament a l'esquerra. La recerca d'aquest oient requerirà satisfer la seva visió del món, sigui amb continguts o amb estil. La competència ja fa gairebé un mes que ha començat.

La televisió lidera la informació política

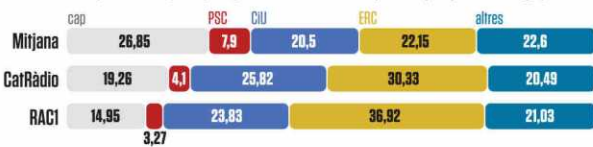
Els catalans s'informen sobre política sobretot per televisió (vora el 85%). La premsa escrita és el segon canal més utilitzat (64%), la ràdio el tercer (46%) i internet el quart (42%). Tot i el domini de la televisió, les dades revelen l'existència de diferents perfils: els que s'informen per terra, mar i aire (és a dir, utilitzen tots els canals), els que un dels canals tradicionals, tret d'internet, i finalment aquells a qui la informació política els arriba només per amics, coneguts i familiars. Aquest últim, a l'era digital, és encara el mitjà de comunicació política més tradicional, ja sigui a la feina, fent una copa o en una llarga sobretaula de diumenge.

Perfil polític dels oients de Catalunya Ràdio i de RAC1

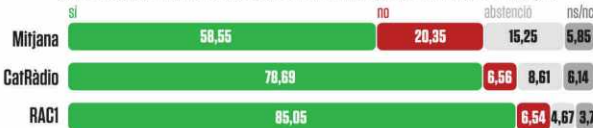
Eix esquerra dreta (1=extrema esquerra i 7=extrema dreta)

3,02 Mitjana dels enquestats 4,26 Oients de Catalunya Ràdio 4,45 Oients de RAC1

Em podria dir per quin partit sent més simpatia? (en percentatge)



Què votaria en un referèndum sobre la independència de Catalunya?



Font: Baròmetre d'Opinió Pública. 2a onada 2013 / Gràfic: E. Forrell

Sapigueu-ne més al seu blog



BLOG ESCRIT PER MARC GUINJOAN, TONI RODON I MARC SANJAUME



LA VIDA SOCIAL

Un periodista ripollès fa a peu la Via Catalana per fer reflexionar sobre la pau

■ Josep Maria Sebastian surt avui del Pertús amb només una bandera blanca i un bàcul d'equipatge ■ Pararà a cada municipi per transmetre el seu missatge

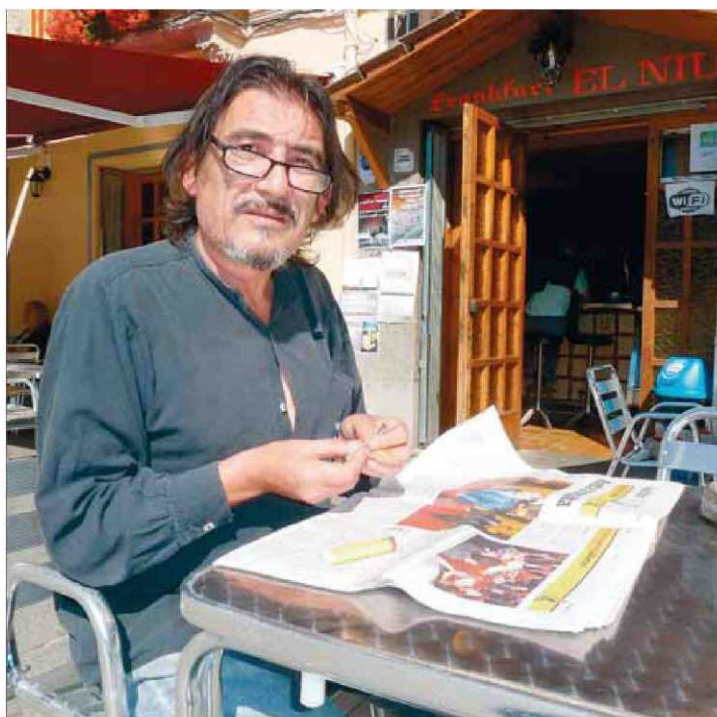
Jordi Casas
CAMPDEVÀNOL

Li agrada badar, en el sentit positiu d'aquest terme. I després de badar per racons exòtics durant un intens viatge a l'Índia, el periodista Josep Maria Sebastian (Campdevànol, 1956) inicia avui una marxa a peu entre el Pertús i Vinaròs. Vol recórrer els municipis on, la Diada passada, milers i milers de catalans es van agafar les mans per reivindicar la llibertat del país. No ho fa ni per una dèria excursionista, ni perquè sí. Ho fa per estar en contacte amb la gent i per transmetre un missatge de pau i de reivindicació de les utopies. De fet, diu que no vol vendre res, sinó aportar espais de reflexió.

L'únic equipatge que durà són cinquanta euros a la butxaca, un bàcul de bambú que li va regalar un asceta hindú i un carregament de tabac picat amb el paper de fumar corresponent —diu que és l'únic vici que té— i una bandera blanca. "És el signe de la pau, una de les dues utopies que em mouen en aquest projecte. L'altra és no tenir causa", afirma.

El seu objectiu és caminar i aturar-se a cada municipi de la Via Catalana per badar, per estar en contacte amb la gent i, allà on li ho demanin, fer xerrades sobre aquestes utopies. Ja ha mantingut contactes amb alcaldes d'aquests municipis. "En cada ajuntament, hi voldria segellar el meu pas per deixar constància d'aquesta aventura", sentència. "La idea és fer un retrat diferent del territori, el mateix territori que la gent va veure i viure l'Onze de Setembre", argumenta.

José Maria Sebastian diu que la marxa que inicia avui és també en certa manera la reivindicació



Sebastian, que s'ha volgut fotografiar en una escena per a ell molt quotidiana ■ J.C.

La reivindicació de les utopies com a valors

José Maria Sebastian resumeix el missatge final de tot plegat sentenciant que hi ha uns valors superiors que no es poden perdre de vista. "Per això, reivindico la utopia o, més ben dit, les utopies, enteses com a valors, la pau com a tolerància i neutralitat,

etc.", diu el periodista. Tot i aquest context més general i filosòfic, Sebastian remarca que se sent independentista. "Si aquest treball no transmet un profund arrelament al meu país, no haurà servit per a res", pontifica. A més, hi afegeix que és un autèntic

privilegi per a ell recórrer a peu el país i conèixer costums, tradicions, fer amistats, etc. Tothom qui ho vulgui podrà seguir el resultat diari de la seva aventura a la seva pàgina de Facebook. Si no, al final, un llibre filtrarà tota la informació.

La xifra

400

quilòmetres recorrerà a peu el periodista ripollès, entre el Pertús i Vinaròs, parant a cada municipi.

del sentit de l'aventura. "Voldria transmetre que jo necessito molt més els altres que no pas els altres a mi", manifesta. Sebastian explica com a altres

La frase

"M'agrada viatjar, badar i, com més gran em faig, més m'agrada reflexionar i contribuir a fer reflexionar la gent"
José Maria Sebastian

motivacions el fet que quan va exercir de periodista va fer molt de carrer i va tenir molt de contacte amb la gent, que li agrada viatjar, badar en aquests

viatges i reflexionar. Sumant tots aquests elements, li va semblar que fer aquesta marxa li permetria treballar i divertir-se al mateix temps.

I diu "treballar" perquè el resultat final serà un treball, segurament en forma de llibre, en què narrarà el viatge i les seves experiències, i reflexionarà sobre tot allò amb què ha badat, i fins i tot no descarta publicar entrevistes amb personatges que ell consideri interessants. ■



Secuoya suma 100 millones en contratos y crece un 8%

RESULTADOS SEMESTRALES/ La adjudicación de servicios para televisión impulsa las cuentas del grupo audiovisual participado por N+1.

J. Montalvo, Madrid

La adjudicación de contratos de externalización de servicios para televisión están impulsando el negocio de Secuoya. El grupo audiovisual participado por N+1 y presidido por Raúl Berdonés acumula, al cierre del primer semestre, una cartera de contratos para televisión por más de 100 millones de euros.

En los últimos meses, la compañía se ha adjudicado contratos de servicios técnicos con las televisiones regionales de Murcia, Asturias y Extremadura, al tiempo que ha renovado los contratos que mantenía con el grupo Antena 3 y con Telemadrid, entre otros.

Además, Secuoya se ha convertido en el mayor proveedor externo de contenidos informativos y actualidad de España, al sumar contratos con Antena 3, La Sexta, Telemadrid y las televisiones autonómicas de Baleares, Extremadura, Murcia y Canarias.

En el ámbito de los contenidos, la empresa ha comenzado en el primer semestre la producción del *reality Policías en acción* para La Sexta y *Vive Cantando* para Antena 3 TV.

Secuoya ha firmado también la renovación de la producción de *Españoles por el Mundo* para RTVE y produce la serie *Víctor Ros*, que previsiblemente sustituirá a Isabel en la parrilla de programación de la cadena pública.

Beneficios

Durante los seis primeros meses del año, Secuoya aumentó un 5% sus ingresos, hasta 19 millones de euros. Entre enero y junio, el resultado de bruto de explotación (ebitda) del grupo se incre-

El beneficio de explotación de la compañía aumenta un 8%, con un margen del 17%

La empresa ha alcanzado acuerdos técnicos con la TV de Murcia, Asturias y Extremadura

mentó un 8%, hasta 3,5 millones de euros, lo que representa un margen sobre ventas del 17%. El beneficio neto alcanzó 0,5 millones, un 80% más que el año anterior.

Para el conjunto del año, la compañía prevé un crecimiento superior al semestre, que no cuantifica, al incorporar más ingresos por la producción de contenidos, que se emitirán en el último trimestre del ejercicio.

Nueva filial

Durante el segundo semestre estará plenamente operativa, también, la nueva filial Drago BS, dedicada a los servicios técnicos audiovisuales y gestionada por antiguos directivos de Vértice.

FINANCIACIÓN

En la venta del 55% de Secuoya a N+1, cerrada en 2012 con una ampliación de capital de 16 millones, la firma de capital riesgo se comprometió a aportar un mínimo de **20 millones de euros** como línea de **liquidez** permanente al grupo.

En la segunda mitad del año, se adjudicarán los concursos para prestar servicios a las televisiones autonómicas de la Comunidad Valenciana y de Extremadura, en los que pujará el grupo Secuoya. La empresa ha formado ya un consorcio para optar a la externalización de

programación de Rádio Televisió Valenciana.

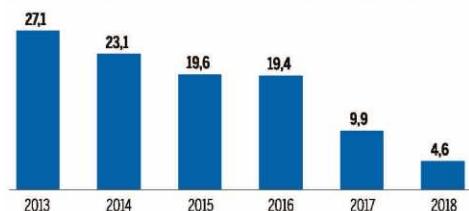
En los últimos meses, además, el grupo ha intensificado su diversificación, con la puesta en marcha de Nòvigo, una nueva compañía especializada en marketing digital, webs, apps, consultoría en Internet y social media.



Raúl Berdonés, presidente del grupo Secuoya.

LA CARTERA DEL GRUPO

Ingresos futuros en función de los contratos firmados a 30 de junio. En millones de euros.



Fuente: Secuoya

Expansión



REPUNT

“Vaig crear el mitjà perquè es vetava informació”

Xavier Palomino. GIRONANOTICIES.COM

Vostè dirigeix Gironanoticias.com, com neix el projecte?

Va néixer l'11 de setembre del 2005 arran de la meua experiència en el món de la comunicació, en el qual porto uns vint-i-cinc anys. He fet un recorregut per emissores municipals, com Ràdio Vilafant, Castelló d'Empúries, al sector de l'Alt Empordà. També feia esporàdicament articles a premsa a nivell nacional i local, com *Hora Nova*.

Què el va motivar?

Vaig notar que hi havia molta informació que es vetava per temes polítics. No tot es deixava sortir. La idea de ser digital va ser precisament per poder tenir més llibertat. Si hi havia un cas per denunciar, doncs poder fer-ho amb llibertat perquè molts mitjans, com els que hi ha, ho vetaven.

Com s'estructura?

Ho vaig muntar amb la col·laboració de dos informàtics i d'altres d'esporàdics. Ara compto amb cinc col·laboradors. Quan hi ha actes importants llogo un *freelance*, com ara amb motiu de la Diada. Va ser un



Xavier Palomino, director de Gironanoticias.com ■ J.T.

dia de bojos en què vaig fer disset hores!

Què té més seguiment?

La informació local. Des del primer moment hem apostat pels municipis petits. El 2005 i 2006 ja vaig veure que el món digital anava a l'alça. Ara l'hem ampliat amb el Canal Catalunya, que agafa Barcelona, Tarragona i Lleida, a més de Girona, un sector de classificats, i utilitzem indistintament el text, el vídeo o l'àudio oferint, a les persones invidents o amb alguna dificultat, poder escoltar les nostres informacions. Ara mateix el diari té la col·laboració de vint ajuntaments gironins i ha generat un fons digital de 90.000 notícies que hem cedit a la Biblioteca de Catalunya.

És un mitjà que també ha generat polèmica, com ara la denúncia per intrusisme davant el Consell de la Informació de Catalunya, que emet un informe, si em permet, demolidor. Com ho valora?

Ha estat per tema personal d'un personatge que edita un blog o alguna cosa així. No hi donem cap validesa. És cert que el Consell va fer aquest informe que diu, però va ser arran d'aquestes persones. Penseu que la polèmica ve perquè em veu com a una competència directa. Ja fa dos anys que molesta. No li fem cas. Les campanyes publicitàries que tinc, i que ara ja treballo amb diverses agències... potser pensa que les deixa de tenir ell. Nosaltres busquem la notícia dia a dia i no ens servim d'altres mitjans. ■

Redacció



elradar



Brauli Duart és el president del consell de govern de la CCMA. PERE VIRGLI

La CCMA rebrà del Govern 225 milions anuals fins al 2016

A.C.R.

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) tindrà garantida una aportació governamental de 225 milions d'euros cada any fins al 2016, segons estableix el contracte programa de l'organisme per al període 2013-2016, al qual ha tingut accés l'ACN. Aquesta quantitat és la que ja ha rebut la Corporació aquest any, i segons el document en garanteix "la viabilitat i la sostenibilitat". El consell de govern de la CCMA va aprovar el contracte programa al maig i el va remetre al Govern, que ja l'ha fet arribar al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) perquè hi doni el seu vistiplau abans de l'aprovació definitiva.

A banda de fixar la quantitat que els mitjans públics han de rebre cada any per poder funcionar, el contracte programa blindava el model de finançament mixt -és a dir, a través de l'aportació del Govern i de la publicitat-, la

qual cosa deixaria sense efecte, per ara, la voluntat de fer desaparèixer els anuncis de Catalunya Ràdio que va quedar apuntada a la reforma de la llei de la CCMA aprovada el febrer del 2012. Així mateix, el text estableix la fusió de Televisió de Catalunya i l'emissora pública en una única empresa -un procés que el Govern ja va autoritzar al juny- i incorpora una flexibilització del marc laboral.

Un altre punt que regula el document és l'obligatorietat que entre el 25% i el 35% de l'import que la Corporació destini a projectes de programes vagi a parar a produccions externes o coproduccions, amb l'objectiu de fomentar el desenvolupament del sector audiovisual, tot i que es protegeix la producció pròpia dels informatius. A més, el contracte programa incorpora el principi de transparència en els contractes amb productores externes i impedeix la inclusió de les clàusules de confidencialitat existents fins ara.



LÍNEA ABIERTA

Se acabó el periodismo

**ENRIQUE ARIAS VEGA**
Periodista

Los números (rojos) de los grandes periódicos nacionales dan lástima. Y de los internacionales, ni les cuento.

El desarrollo vertiginoso de Internet tiene la culpa, pues cualquiera puede enterarse en tiempo real de lo que pasa por ahí.

Antes era distinto, por supuesto. Antes, las grandes cabeceras españolas tenían corresponsales en una docena de capitales y ofrecían una visión de primera mano de lo que ocurría, sin intermediarios. Ahora, en cambio, los ciudadanos estamos en manos de agencias internacionales y su visión interesada del mundo.

Por otra parte, ¿qué periódico tiene dinero para enviar (con re-

traso) un corresponsal al quinto piso? ¿O, ni siquiera, a un suceso cercano que cualquier vecino cuelga instantáneamente en la red mediante su iPhone?

Se me argüirá que los periódicos tradicionales también tenían (y siguen teniendo) sus propios intereses y que, en consecuencia, son poco de fiar. Siendo eso verdad, todos los lectores (y los oyentes radiofónicos y los telespectadores) sabemos de qué pie cojea cada medio y podemos, pues, vacunarnos para no dejarnos intoxicar por su ideología. ¿Pero qué sa-

bemos de todo ese chismorreaje que circula por la red? ¿Se trata de noticias o de filtraciones interesadas? ¿Se refieren a hechos o a simples especulaciones?

Quien pretenda informarse hoy día sólo a través de Internet ni sabe ni puede discernir entre la verdad y la mentira, el rumor y la realidad.

Por eso, aunque ignoro cómo evolucionará la comunicación en un mundo en el que todos nos he-

mos convertido en informadores y en el que sobrarán miles de periodistas tradicionales, aquellos que sobrevivan resaltarán imprescindibles para interpretar lo que pasa y para aclararnos las ideas en un mundo saturado de noticias pero, paradójicamente, escaso en información.

Quien pretenda informarse sólo a través de Internet no puede estar informado



Consejo / Óscar Pierre

«Nunca pedí despidos en RTVE»

EDUARDO FERNÁNDEZ / Madrid

El convenio colectivo de RTVE vence mañana y la mesa negociadora apura las horas finales para llegar a un acuerdo. Tal es el riesgo de *des-cuelgue* que la pasada semana empresa y sindicatos estiraron hasta la medianoche del paso del martes al miércoles el plazo para hallar una solución, en un último intento de arreglar los flecos relativos a la flexibilidad de los trabajadores. La directiva pretende fomentar la movilidad y simplificar el abanico de categorías y niveles laborales. Los representantes de la plantilla, en cambio, quieren mantener la especialización.

En la recta final, *elconfidencialdigital.com* ha dado a conocer la existencia de un informe atribuido al consejero Óscar Pierre, nombrado a propuesta de CiU. Dicho informe está centrado en el área de Recursos Humanos, en la que se emplean 150 personas. «Nunca pedí despidos en RTVE. Sólo llamé la atención sobre casos mejorables. Por ejemplo, hacer una nómina en RTVE cuesta una barbaridad: alrededor de 25 euros cuando puede costar siete», aclara Pierre, entrevistado por EL MUNDO.

«Mi función es aportar mis conocimientos de gestión», recalca el consejero, que presentó este informe en mayo. «El presidente [Leopoldo González-Echenique] me pidió que echara un vistazo a Recursos Humanos. Hice el informe y lo presenté al comité de auditoría y después al consejo de administración», repasa.

Flexibilidad a debate

Los sindicatos han cargado contra Pierre por ocupar en el pasado cargos privados relacionados con los recursos humanos. Actualmente, Pierre es presidente del consejo de administración del Grupo Business T&G, además de pertenecer al consejo de RTVE, en el que ya no se exige dedicación plena. Este fin de semana y tras solicitar permiso a Echenique, Pierre contactó con los representantes de los trabajadores para responder a sus críticas: «No hace falta que me digan que puedo tener como cliente a cualquiera menos a RTVE. Lo tengo claro. Sin embargo, los sindicatos ponen antes un artículo malintencionado, filtrado y sin validar que la honorabilidad de un consejero». «Sin flexibilidad, somos más caros», cree Pierre, en sintonía con las comparencias en el Congreso de Echenique. La flexibilidad, precisamente, está en el foco de las últimas discusiones de cara a la negociación del convenio.

En julio se rubricó un preacuerdo, adelantado por EL MUNDO, para alcanzar un ahorro de 28,5 millones de euros en la partida de gastos de personal. Entonces, se acordó evitar despidos, así como el mantenimiento del sueldo base, aunque se accedió a recortar en pagas extra, complementos, transportes y comedor.



Derechos de emisión gratis para TV3

TVE los cedió a la cadena catalana pese a que incumplió el acuerdo firmado

CRISTINA RUBIO / Barcelona

En Cataluña fueron dos las cadenas que retransmitieron el Mundial de natación de Barcelona: TVE y TV3. Sin embargo, la que tenía los derechos para producir la señal internacional de la competición era la pública estatal, que llegó a un acuerdo con la cadena catalana para cedérselos siempre y cuando TV3 se encargara de la producción del waterpolo.

Sin embargo, el Mundial coincidió con la huelga de trabajadores de la televisión autonómica por un ERE a 205 empleados públicos. Entonces, la Federación Internacional de Natación (FINA) decidió coger las riendas del

asunto y pidió a TVE que produjera la señal del waterpolo en vez de arriesgarse a quedarse sin ella por el paro de los trabajadores.

Con el pacto roto, TVE quiso renegociar con TV3 las condiciones alcanzadas y exigir una compensación económica por la señal de la competición, la misma que pagaron las demás televisiones internacionales que se interesaron en la cobertura. Las presiones de la Generalitat surtieron efecto y al final la cadena pública catalana logró la cesión gratuita de los derechos y TVE tuvo que improvisar con una unidad móvil cedida por la Federación Internacional de Natación para el waterpolo.



Orange llança una oferta de televisió de pagament per 10 euros

► Orange ha llançat un servei de televisió de pagament, per 10 euros al mes més IVA, amb més de 25 canals, entre els quals es troben Fox, AXN, Calle 13, TNT, Paramount Comedy, Syfy, Fox Crime, Cosmo, Canal Hollywood, MGM i TCM. A més, Orange TV inclou canals com National Geographic, Historia i Canal Cocina. L'accés es podrà fer des de qualsevol dispositiu -mòbil, tauleta i ordinador-. També es podrà contractar Canal+ Liga. / Redacció



NOVES TECNOLOGIES

Jornada sobre la fusión de televisión i internet

Diferents experts europeus de la radiotelevisió pública intercanvien coneixements en la jornada que se celebra des d'aquest matí fins a la tarda a Barcelona sobre les noves tecnologies aplicades a la tele. La trobada vol debatre la situació actual i com la innovació tecnològica es pot utilitzar per connectar millor amb l'audiència. ■ REDACCIÓ



PUBLICITAT

Cau la inversió publicitària a les televisions

Les teles van ingressar per publicitat en el segon trimestre de l'any un total de 412,3 milions d'euros, el que implica una caiguda del 6,8% en relació al mateix període de l'any passat segons les dades trimestrals de la CMT ■ EP