



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

28/10/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
26/10/13	CHINA BLINDA SU PROGRAMACIÓN / LA RAZON	6	1
26/10/13	35 ANYS AMB VOSTÈS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	7	2
26/10/13	PER A GENT COMPROMESA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	9	1
26/10/13	EL PERIÓDICO ESTRENA EL CLUB DEL SUBSCRIPTOR / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	10	1
26/10/13	EL DIARI OBRE TAQUILLA 'ON LINE' PER ALS MILLORS ESPECTACLES / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	11	1
26/10/13	EL FOTÓGRAFO QUE SE METIÓ EN LA BAÑERA CON PICASSO / EL PAIS (EDICION CATALUÑA)	12	1
26/10/13	CATOSFERA, BLOGS I CULTURA / EL PUNT AVUI	13	1
26/10/13	BARCELONA VOL UNA FIRA DE L'AUDIOVISUAL / ARA	14	1
26/10/13	TV3 JUSTIFI CA LAS ESTELADAS EN LA FI ESTA SUPER 3 POR «PROMOCIONAR EL DEPORTE» / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	15	1
26/10/13	BRAULI DUART: «NO M'IMAGINO AMB BATA BLANCA O VERDA» / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	16	1
26/10/13	GUARDÓ INTERNACIONAL A LA TRAJECTÒRIA DE MARGINEDAS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	17	1
26/10/13	HASTA 960 MINUTOS MÁS A LA DIADA QUE AL 12-O EN TV3 / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	18	1
26/10/13	LA CCMA ACABARÀ L'ANY AMB 58 MILIONS D'INGRESSOS EN PUBLICITAT / REGIO 7	19	1
26/10/13	ENRIC GONZÁLEZ: «ENTRE LOS CORRUPTOS TAMBIÉN HAY PERIODISTAS» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	20	1
26/10/13	PERIODISME EN EVOLUCIÓ, ALBERT MONTAGUT / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	21	1
26/10/13	LA PUBLICITAT A LA 'CORPO' ÉS UN TERÇ DE LA DEL 2006 / EL PUNT AVUI	22	1
26/10/13	LA CCMA EVITA DETALLAR CÓMO NIVELAR LOS SUELDOS DE TV-3 A LOS DE SANIDAD / EL PAIS (EDICION CATALUÑA)	23	1
26/10/13	PP Y CIUDADANOS CRITICAN LA FALTA DE PLURALIDAD DE TV3 / ABC (EDICION CATALUÑA)	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
26/10/13	LARA DIU ARA QUE EL GRUPO PLANETA ES QUEDARIA EN UNA CATALUNYA INDEPENDENT / ARA	25	1
26/10/13	EL PSOE PIDE 104 MILLONES MÁS PARA GARANTIZAR EL EMPLEO EN RTVE / EL ECONOMISTA	26	1
26/10/13	'EL PERIÓDICO' CELEBRA AVUI ELS 35 ANYS DEL SEU PRIMER NÚMERO / ARA	27	1
26/10/13	RTVE PRORROGA EL CONVENI COL·LECTIU / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	28	1
27/10/13	ABC ACORTA DISTANCIAS CON «EL MUNDO» AL MÍNIMO DE LOS ÚLTIMOS OCHO AÑOS / ABC (EDICION NACIONAL)	29	1
27/10/13	ANA PASTOR CAPGIRA JORDI ÉVOLE / EL PERIODICO DE CATALUNYA(MES PERIODICO)	30	4
27/10/13	JORDI ÉVOLE: «EL PERIODISMO DE CALLE ES MUY HIGIÉNICO» / LA RAZON	34	1
27/10/13	MAÑANA NACE 'EL MUNDO DE LA TARDE' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	35	1
27/10/13	INFORMACIÓN, OPINIÓN, ANÁLISIS Y MULTIMEDIA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	36	1
27/10/13	LA MISIÓN DE UN DIARIO DE LA TARDE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	37	1
27/10/13	NETFLIX HA ESBOTZAT LA TELE / LA VANGUARDIA (ED. CAT) DINERS	38	1
27/10/13	FIDEL MASREAL, EL FNAL DE LA PARTIDA / EL PERIODICO DE CATALUNYA(MES PERIODICO)	39	1
27/10/13	MOHAMED VI CEDE A LA PRESIÓN Y LIBERA AL PERIODISTA ALI ANOUZLA / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS	40	1
27/10/13	ENTREVISTA A FERNANDO ÓNEGA, PERIODISTA: "UN PENTAPARTIDO SERÍA UNA CATÁSTROFE" / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS	41	2
27/10/13	ELS LLOPS SOLITARIS DEL NOU PERIODISME / ARA	43	1
27/10/13	ELS COSTUMS CANVIEN, PEP COLLELLDEMONT / EL PUNT AVUI	44	1
27/10/13	A DEBATE EL SECTOR AUDIOVISUAL / EL PAIS (NEGOCIOS)	45	1
27/10/13	JO, A FRANÇA, TU, A KOSOVO; EVA PERUGA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	46	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

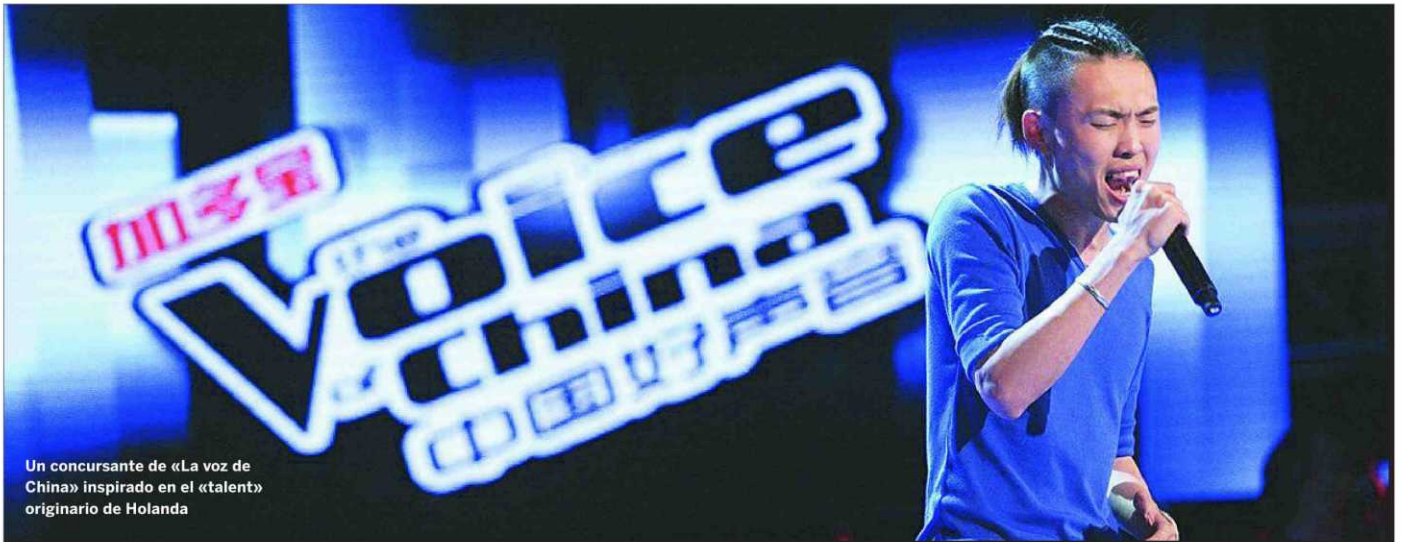
Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
27/10/13	FORMATOS PUBLICITARIOS, POR TOMÀS DELCLÓS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	47	2
27/10/13	FE D'ERRORS, PER JOSEP ROVIROSA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	49	1
27/10/13	LUIS DE LAS ALAS, UN FOTOGRAF APASSIONAT / EL PERIODICO DE CAT. (ED. CAT) DOMINICAL	50	1
28/10/13	ENTREVISTA A INGRID DELTENRE, DIRECTORA GENERAL DE LA UNIÓN EUROPEA DE RADIODIFUSIÓ: "TVE ÉS ARA MÉS VULNERABLE" / ARA	51	1
28/10/13	PREPARADOS PARA LA REVOLUCIÓN AUDIOVISUAL / EXPANSION	52	1
28/10/13	HOY NACE EL MUNDO DE LA TARDE, PRIMER DIARIO ESPAÑOL PARA TABLETAS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	53	1
28/10/13	DESDE HOY 'EL MUNDO DE LA TARDE' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	54	2
28/10/13	LA REVOLUCIÓN DEL BELGA 'LE SOIR' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	56	1
28/10/13	SOL PONE EN MARCHA SUS DOS PRIMERAS RADIOS DE EMPRESA / EL ECONOMISTA (ED.LUNES) ECONOMIA REAL	57	1
28/10/13	ELS PRESSUPOSTOS DE RTVE MANTENEN DUBTES SOBRE EL SISTEMA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	58	1
28/10/13	EL FRAU DEL DIARI XINÈS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	59	1
28/10/13	FUSION, UN CANAL EN INGLÉS PARA JÓVENES HISPANOS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	60	1
28/10/13	DE PERIODISTES ESPORTIUS, CRÍTICS TAURINS I TELEVISORS / ARA	61	1
28/10/13	UN REPORTATGE DE L'ESPAI DEL 33 «QUÈQUICOM», FINALISTA AL BOEHRINGER INGELHEIM / REGIO 7	62	1
28/10/13	'EL PUNT AVUI' TAMBÉ ABANDONA EL TOT GRATIS A LA WEB / ARA	63	1
28/10/13	DEBORAH TURBEVILLE (81) / FOTÓGRAFA TRANSFORMÓ LAS FOTOS DE MODA / LA RAZON (NACIONAL) EDICION CATALUÑA	64	1
28/10/13	LOS PERIODISTAS PREMIAN A LOS JUECES DE INSTRUCCIÓN / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	65	1
28/10/13	EL LAVADO DE CARA DE CANAL NOU / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	66	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS





Un concursante de «La voz de China» inspirado en el «talent» originario de Holanda

China blindada su programación

Las autoridades prohíben a las televisiones comprar más de un producción extranjera al año

Cecilia García - Madrid

A partir de 2014, los ejecutivos de los canales de televisión vía satélite chinos –más de 34– van a tener que hacer encaje de bolillos para armar sus programaciones. La Administración Estatal de Radio, Cine y Televisión del país ha prohibido que adquieran los derechos de más de un programa de televisión extranjero cada año. Pero aún hay otras restricciones: éstos no se podrán emitir en horario «prime time», entre las 19:30 y las 22:00 horas, durante el primer año en el que haya sido importado, sólo se aprobará la emisión de un «talent show» cada tres meses, y también se ordena que durante siete horas y media no se emitan series de ficción o programas de entretenimiento, que serán sustituidos por noticias, espacios educativos y de orden público. «Para nosotros va a ser un auténtico dolor de cabeza ver cómo vamos a rellenar tantas horas de emisión, ya que muchas cadenas están acostumbradas a emitir series, concursos, magazines y películas de otros países», afirmó un directivo, que quiso mantener su privacidad, de una cadena china al periódico cantonés «Nanfang Dushibao», informa Efe. No fue la única reacción dentro del país. Manteniendo un escrupuloso anonimato por temor a las represalias, un profesional de los medios de comunicación ha afirmado que «regular el entretenimiento televisivo es algo propio de la era maoísta» y en la mayor

ÉXITO
200 millones
de chinos
siguen la
versión de «Tu
cara me sueña»

red social china, Weibo, muchos criticaron la medida, que calificaron como «una nueva revolución cultural».

Fuera de las fronteras del gigante asiático, la noticia ha sido recibida por el sector audiovisual con prudencia. Ésa ha sido la reacción de las productoras españolas –que hace años iniciaron una ofensiva para exportar nuestros formatos– a las que ha consultado LA RAZÓN. Desde 2012, el canal Hunan TV programa «Bai biàn dà ka xiù», la versión china de «Tu cara me sueña», que en la actualidad emite Antena 3. El «talent show» de Gestmusic-Endemol

tiene una audiencia espectacular, convirtiéndose en un fenómeno, ya que es seguido por más de 200 millones de espectadores. Y así seguirá siendo, ya que, como apuntaron desde la productora: «Existe un contrato firmado de 2012 y esta nueva directiva no tiene efectos retroactivos». El resto de las productoras prefiere mantener silencio, ya que la mayoría de ellas estaban tendiendo puentes con las distintas cadenas chinas para vender tanto la adaptación de programas de entretenimiento como series de televisión a un público potencial de miles de millones de espectadores.

Programas vulgares

Detrás de la decisión de las autoridades chinas hay razones políticas y económicas. Alarmadas por la proliferación de programas extranjeros, a los que tildan de vulgares y excesivos, temen que «contaminen» a una juventud cada vez más permeable

La pena capital, en directo

Con el perverso propósito de concienciar a la población, en la provincia china de Henan se emitió durante el primer trimestre de este año «Entrevistas antes de la ejecución» (en la imagen). En él, la presentadora, Ding Yu, entrevista a asesinos, violadores,



traficantes de drogas y condenados por corrupción, minutos antes de que fueran ajusticiados. Durante la misma, en la que la presentadora no ahorra insultos a los reos, éstos aparecen esposados. El programa, que era seguido por más de 40 millones de espectadores, fue cancelado por la presión que ejerció la comunidad internacional.

como con el «reality» «American Idol», cuya versión local, «Chinese Idol», goza de gran aceptación entre el público y los anunciantes. Además, en un país que se distingue por sus falsificaciones casi pluscuamperfectas, proliferan las copias de «shows» como «China tiene talento» o «La voz de China», que cuentan con una enorme popularidad, al igual que los programas de debate o de búsquedas de parejas. A partir de ahora, se impulsarán programas que sean «edificantes para la moral» y que sigan de pies juntillas las consignas del Partido Comunista. Tampoco nadie ignora que con

esta medida se quiere proteger a la poderosa Televisión Central de China (CCTV), que, a pesar de gestionar 22 canales, entre ellos uno en 3-D, cada vez es menos seguida, ya que ofrece unos contenidos arraigados en las tradiciones del país. Sólo CCTV-5 mantiene el tipo, ya que está especializado en deportes y tiene los derechos de emisión de la Liga Española, la Premier y la Champions. Estas normas llegan meses después de que se emitiera una directiva por la cual sólo se podrían programar 50 episodios al año de una serie extranjera. A pesar de esta voracidad censora, la población podrá acceder a la ficción y a los programas de entretenimiento extranjeros a través de internet o mediante las copias de discos piratas que están disponibles en el mercado negro por un módico precio.



Aniversari de la capçalera

Pàgines 2 a 6

35 anys amb vostès

EL PERIÓDICO va arribar al quiosc el 26 d'octubre de 1978 amb un plantejament innovador



JULIO CARRO

▶ Imatge de la redacció del diari, ubicada al carrer de Consell de Cent de Barcelona, ahir.

JUANCHO
Dumall

Quan va néixer, el 26 d'octubre de 1978, costava 20 pessetes i vestia de rigorós blanc i negre. No obstant, en la seva primera portada ja transmetia un aire trencador. Per exemple, incloïa en lloc destacat un sumari que en un llenguatge col·loquial i pròxim -insòlit en la premsa d'aquella època- comentava alguns dels continguts de l'edició. Era una forma innovadora i àgil d'assenyalar l'agenda del dia. Doncs bé, en aquell primer número, aquell índex d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA començava així: «Bon dia, lectors, aquest diari neix, com qui diu, amb la Constitució sota el braç. És un bon auguri». O sigui, des del minut u de la seva llarga trajectòria, EL PERIÓDICO se situava inequívocament al costat de la llibertat, al servei d'una democràcia que en aquells moments encara no

estava consolidada. I ho feia amb entusiasme juvenil, però aportant tot el talent d'un equip professional solvent que, dirigit per Antonio Franco, havia de trencar moltes fronteres en el panorama de la premsa diària de l'època.

Aquella nova capçalera portava un grapat d'innovacions que van fer fortuna. Un *Tema del dia* ocupava el lloc d'honor immediatament després de la portada. La secció Les coses de la vida significava una manera nova d'ordenar els continguts informatius i d'allunyar el diari de la pesada informació oficialista que emanava de les institucions. Hi havia una aposta clara per la informació de serveis (cartelleres, programació de televisió, agendas) i un tractament desacomplexat dels esports i dels espectacles. Hi sovintejaven les peces curtes d'opinió -els *bitllets*, en l'argot del diari- i en general era un diari de lectura ràpida.

Amb la perspectiva que donen tres dècades i mitja al quiosc, es pot dir sense petulància que EL PE-

Un equip jove i solvent dirigit per Antonio Franco havia de trencar fronteres en la premsa de l'època

La secció Les coses de la vida significava una manera nova d'ordenar els continguts i fugir de l'oficialisme

RIÓDICO va marcar estil. Moltes d'aquelles novetats audaces com altres que van venir després han estat imitades per moltes altres capçaleres. Per exemple, EL PERIÓDICO va ser el primer diari d'informació general que va introduir el color; va ser pioner a crear les seccions de fotografia i infografia, amb veu al consell de redacció, per donar més qualitat visual a les pàgines; el 1997 va treure al carrer la seva edició en català, paral·lela a la de castellà; dos anys abans, el maig del 1995, va ser la primera capçalera d'Espanya a presentar una pàgina web.

Impacte sense perdre rigor

Els equips que elaboren diàriament les edicions en paper i la digital d'EL PERIÓDICO han anat, òbviament, canviant. Però en tot aquest temps s'ha creat una escola professional, una forma pròpia i reconeixible de fer les coses. Un repàs a les

Passa a la pàgina següent

el regal**SUPLEMENT ESPECIAL****320 PÀGINES**

▶ EL PERIÓDICO celebra avui el seu aniversari amb l'edició d'un suplement especial de 320 pàgines que entregará demà gratis a tots els lectors. El volum és un repàs de la trajectòria del diari durant aquestes tres dècades i mitja.

EVOLUCIÓ INCESSANT

▶ Diversos articles realitzats per periodistes de la casa analitzen l'evolució del diari i les seves senyes d'identitat, com l'estil directe i rigorós, la cura del disseny, l'edició gràfica, la infografia, l'edició en català i la línia editorial. Un capítol a part es mereix el ferm compromís de la capçalera amb el periodisme digital.

FOTOS I PORTADES

▶ El suplement resumeix també la història d'aquestes tres dècades i mitja a través d'una selecció de portades i de les fotografies més impactants. Així mateix, s'han seleccionat 10 editorials que van marcar la trajectòria del diari i unes quantes vinyetes dels humoristes que han il·lustrat les nostres pàgines.

CATALÀ DE L'ANY

▶ En l'última part d'aquest producte especial es recorda les 13 personalitats que han guanyat fins ara el premi Català de l'Any, i es recullen algunes iniciatives de participació i aportacions dels lectors a través de l'experiència 'Entre tots'.



PUBLICACIÓ DEL GRUP ZETA

1 Antonio Asensio Mosbah va succeir el seu pare, Antonio Asensio Pizarro, com a president del Grup Zeta, companyia que edita EL PERIÓDICO

2 El diari ha tingut cinc directors: Antonio Franco, Ginés Vivancos, Enrique Arias Vega, Rafael Nadal i l'actual, Enric Hernández



LES PORTADES ► EL PERIÓDICO sempre ha cuidat l'aspecte visual i ha donat gran rellevància a les portades, algunes de les quals han estat premiades en diferents certàmens internacionals.

Ve de la pàgina anterior

portades de tot aquest període indica que sempre ha estat en la intenció d'EL PERIÓDICO explicar les coses de manera directa, original i buscant la complicitat dels lectors. El diari ha sabut buscar l'impacte sense perdre el rigor, informar sense embuts, però perseguint la profunditat.

La difusió del rotatiu va créixer ràpidament fins a situar la capçalera en la primera posició de vendes en quiosc a Catalunya, condició que encara ostenta. La seva línia editorial progressista i defensora d'un catalanisme integrador va trobar molt bona acollida en la societat. A les pàgines d'opinió del diari hi han col·laborat en tres dècades i mitja firmes de tot l'espectre polític i social, cosa que ha convertit en realitat el somni del primer editor del diari,

La difusió del rotatiu va créixer ràpidament fins a situar-se en la primera posició de les vendes al quiosc

El diari ha obert en els últims anys gràcies a internet una via fluida de participació dels lectors

Antonio Asensio Pizarro, d'aixecar un mitjà d'informació compromès amb la veritat i capaç de reflectir la pluralitat de la societat catalana.

Notícies de proximitat

Un altre dels fonaments de l'èxit d'EL PERIÓDICO ha estat el fet de saber jugar les notícies de proximitat amb una presència en els grans esdeveniments internacionals. El diari ha estat en primera línia en els conflictes bèl·lics, ha explicat la transformació d'Europa i posseeix una àmplia xarxa de corresponals que han permès contextualitzar els fenòmens derivats de la globalització. Paral·lelament, ha estat pendent de l'entorn pròxim –els barris, les universitats, el comerç– i durant els últims anys ha obert gràcies a internet una vida fluida de participació dels lectors. ≡



Tribuna

Enric Hernández

DIRECTOR



Per a gent compromesa

De Manolo Vázquez Montalbán a Risto Mejide o Xavier Sardà. De Josep Pernaut a Jordi Évole o Joan Barril. De Margarita Rivièra a Ana Pastor o Júlia Otero. La història d'aquests primers 35 anys d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA s'escriu amb la ploma esmolada o el precís objectiu d'una legió de periodistes, columnistes, fotògrafs, dissenyadors, infògrafs i editors que han tingut com a denominador comú l'adhesió a uns valors compartits entre el diari i els seus lectors: la veracitat, el rigor, el pluralisme, l'honestedat, la claredat, la protecció de les llibertats, els drets socials i les minories, el rebuig de les desigualtats i la cobdícia, la defensa de la convivència i la cohesió social... Aquests eren els nostres principis al néixer l'any 1978 i, a diferència del cèlebre acudit de **Groucho Marx**, no en tenim d'altres.

12.489 números d'EL PERIÓDICO, amb el d'avui, testimonien els profunds canvis que han experimentat el món, Europa, Espanya i Catalunya durant aquest ja prolongat període. Han caigut murs, fronteres i dictadors; n'han vingut de nous a substituir-los. Es va acabar la guerra freda, però es va desencadenar un xoc de civilitzacions de desenllaç encara incert. El terrorisme internacional –sigui d'origen religiós, geoestratègic o d'Estat– és el nou enemic global. Avui maten més els *drones* que no pas els soldats.

Els espanyols han recuperat les seves llibertats i han enterrat la por a un retorn al passat. Han conquistat drets i han acariciat la prosperitat en una economia

els fràgils fonaments de la qual, no obstant, ara amenacen l'Estat del benestar. Han conegut la glòria i s'han acostat a la misèria. I milions de catalans que durant dècades havien somiat que una altra Espanya era possible es debaten ara entre la resignació i la independència, amb els seus pros i els seus contres.

Si el món ha canviat en aquestes tres dècades i mitja, també han evolucionat el llenguatge i les llengües d'EL PERIÓDICO, amb l'aparició de l'edició en català el 1997. S'han modernitzat la tipografia, la compaginació, la impressió i el tractament gràfic i infogràfic. Fins i tot s'han multiplicat els canals de transmissió de la informació, ja que s'han sumat a l'edició impresa i els diferents suplementos

La definició sota la capçalera reafirma que el nostre compromís és només amb els lectors

els nous suports digitals, les versions per a mòbils i tauletes i, més recentment, fins i tot els informatius audiovisuals.

El diari ha mudat de pell, però no d'ànima. L'essència d'aquell primer exemplar en blanc i negre, que costava 20 pessetes al quiosc, es manté intacta 35 anys després. Local però amb una visió global, aquesta continua sent una publicació pensada i confeccionada per i per a gent compromesa. La novetat és que a partir de demà aquesta declaració de principis quedarà enunciativa, a manera de definició, sota la capçalera d'EL PERIÓDICO, reafirmant així que el nostre únic compromís és el que renovem diàriament amb els nostres lectors. ≡



Aniversari de la capçalera ▶ Les promocions per als lectors

Pàgines 2 a 6 >>>

EL PERIÓDICO estrena el Club del Subscriptor

► Els abonats del diari disfrutaran dels avantatges culturals que ofereix el TR3SC

► El carnet de soci permet un estalvi de fins al 40% en espectacles

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El compromís i la fidelitat envers els lectors és el lema que EL PERIÓDICO DE CATALUNYA manté com a guia per celebrar el seu 35è aniversari. I és precisament als lectors més fidels, als subscriptors, que demostren la reciprocitat d'aquest compromís, a qui ofereix el millor regal d'aniversari: el Club del Subscriptor d'EL PERIÓDICO.

Coincidint amb aquesta efemèride, Ediciones Primera Plana, editora del diari, ha segellat un acord amb el TR3SC pel qual aquest club de cultura es converteix també en el club d'EL PERIÓDICO, de manera que tots els abonats del diari que tinguin una subscripció mínima de 99 euros a l'any podran disfrutar dels importants avantatges d'aquest col·lectiu.

Els lectors beneficiats ja estan rebent aquest mes la comunicació en què se'ls dona la benvinguda al Club del Subscriptor. Després d'aquesta primera notificació, rebran gratis el carnet que els acredita com a socis. La validesa de la targeta de soci és d'un any, i serà renovada automàticament sempre que la subscripció al diari també sigui prorrogada. L'oferta no és només per als que ja són subscriptors del diari, sinó que podran disfrutar de tots els avantatges d'aquest club els lectors que d'ara endavant se subscriuguin a una modalitat d'abonament d'almenys 99 euros.

El TR3SC ofereix informació, avantatges i propostes culturals ex-



Abonament digital d'oferta a preu d'aniversari: 35 euros per un any

► Una altra manera especial de celebrar 35 anys és oferir als lectors més habituals en format digital la possibilitat d'accedir al contingut de pagament a un preu d'aniversari. Només des d'avui fins al 10 de novembre, és possible abonar-se a l'edició digital de pagament (la mateixa que la del paper però enriquida amb continguts multimèdia) durant un any per 35 euros.

► Al fixar l'oferta en el nombre d'anys complets, el diari aplica una rebaixa de més del 50% a aquesta subscripció, ja que el seu preu habitual és de 99 euros. Per accedir a aquesta oferta, els lectors interessats hauran d'entrar a www.elperiodico.cat, anar a l'apartat subscripcions i clicar sobre l'oferta del 35è aniversari digital. També hi podran accedir a través de <http://pdf.elperiodico.cat/oferta/35aniversari>.

clusives en teatre, concerts, cine, òpera, llibres i oci a tot Catalunya. Els avantatges poden ser en forma de descomptes permanents, puntuals d'última hora, sortejos i activitats exclusives.

El club de cultura compta a més a més amb una àmplia varietat de propostes en llibres, gastronomia i activitats infantils. En aquest sentit, s'ha de subratllar que el carnet és vàlid per a dues persones en les ofertes generals, i per a quatre en el cas d'espectacles per a nens.

Els avantatges de pertànyer a aquest club són evidents i especialment beneficioses per als lectors amants de la música, el teatre i el cine. Les ofertes que presenta el club TR3SC en l'àmbit de les arts escèniques tenen un descompte mínim del 10% sobre el preu base, i són molt habituals ofertes de fins al 40% de rebaixa. En el cas dels concerts i de les actuacions musicals, el descompte habitual és del 15%, però són comunes també ofertes del 25% i el 30% d'estalvi. En cine són freqüents les ofertes de 2x1.

ESTALVI DE FINS A 200 EUROS // En aquest escenari, un subscriptor que per norma general gastí uns 50 euros al mes en oci és fàcil que al cap de l'any estalvi entre 60 i 200 euros si utilitza les ofertes que l'ara Club del Subscriptor d'EL PERIÓDICO posa a la seva disposició.

En l'edició impresa del diari, concretament a les pàgines de la cartellera, es pot consultar cada dia, a partir d'avui mateix, una selecció dels espectacles més destacats de la jornada. Igualment es pot obtenir aquesta informació a la web del TR3SC (www.tresc.cat).

A més a més d'aquests espais d'informació, els socis podran estar directament informats a través del seu correu electrònic si s'apunten a la newsletter diària que el club envia als seus associats. En aquest comunicat es destaquen diàriament les ofertes més interessants del dia i les novetats que es van incorporant al catàleg del club. ≡

MODALITATS DE SUBSCRIPCIÓ

LES QUE INCLUÏEN EL CARNET TR3SC

3 mesos	Edició impresa de dilluns a diumenge	+	Edició digital	=	130€
1 any	Edició impresa caps de setmana	+	Edició digital	=	138€
6 mesos	Edició impresa de dilluns a diumenge	+	Edició digital	=	245€
1 any	Edició impresa de dilluns a diumenge	+	Edició digital	=	380€
1 any	Edició digital	=			99€

(sense promoció 35è aniversari)

35 aniversari
Oferta especial de subscripció
1 any EDICIÓ DIGITAL = 35€
Vàlida des d'avui durant dues setmanes
*NO INCLOU EL CARNET TR3SC

COM SUBSCRIURE-S'HI

- Per telèfon: 93 222 27 22 (de 9 a 14 h)
- A la web: <http://www.elperiodico.cat>
- Per correu electrònic: Envieu un 'e-mail' indicant un número de telèfon de contacte: atencion.subscriptor@elperiodico.com

propostes destacades per als pròxims dies



'THE HOLE SHOW' ▶ Els socis del club tenen un 40% de descompte en aquest espectacle en cartell al Coliseum.



SILVIA PÉREZ CRUZ ▶ L'artista de Palafrugell i Julio Manrique actuen al Teatre Municipal de Girona.



'UN AIRE DE FAMILIA' ▶ Comèdia sobre les relacions familiars al Romea, amb rebaixa del 25% per als socis.



'DEL LADO DEL VERANO' ▶ Projecció del film dirigit per Antonia San Juan el dia 29 als cines Maldà. Gratis, prèvia reserva.



Aniversari de la capçalera ► L'aposta per la cultura i l'oci

El diari obre taquilla 'on line' per als millors espectacles

► El canal Entrades d'El Periódico, que s'activa avui, tindrà ofertes exclusives

► Els usuaris es beneficiaran de descomptes, sortejos i promocions

EL PERIÓDICO
BARCELONA

EL PERIÓDICO DE CATALUNYA fa un altre pas en la seva aposta pel món de l'oci i la cultura. A més d'informar, el diari es converteix ara també en un punt de venda d'entrades per a teatres, concerts i altres espectacles. Coincidint amb la celebració del 35è aniversari de la publicació, s'obre al públic el servei Entrades d'El Periódico (entradas.elperiodico.cat / entradas.elperiodico.com), un punt de venda *on line* on els lectors del diari podran comprar els tiquets per als principals esdeveniments d'oci de Catalunya i, a més, disfrutar d'interessants descomptes i accions de promoció.

Disponible a partir d'avui mateix, aquest portal anirà incorporant de mica en mica l'oferta dels promotors i els espais més significatius del nostre país. El canal d'EL PERIÓDICO pretén centralitzar el gruix principal de l'oci i reforçar-lo amb ofertes exclusives que solament es podran disfrutar comprant els tiquets dels espectacles a través d'Entrades d'El Periódico.

En el transcurs dels últims mesos, el diari ja ha portat a terme accions de venda anticipada o de promoció especial amb esdeveniments tan importants com els concerts d'Alejandro Sanz, Depeche Mode i



MALÚ Palau Sant Jordi, 22 de novembre.



DUNCAN DHU Palau de la Música, 8 i 9 de novembre.



CARLOS BAUTE Sala BARTS, 20 de novembre.

Miguel Bosé, o amb espectacles escènics del nivell de Cirque du Soleil.

RECOMPENSA A LA FIDELITAT // El nou servei consolida aquesta aposta de forma permanent i ofereix als lectors un accés a una plataforma única on comprar entrades per als seus espectacles favorits. EL PERIÓDICO, a més a més, premiarà mensualment la fidelitat dels lectors que utilitzin la seva plataforma de venda mitjançant el sorteig d'incentius com estades en hotels, viatges o *gadgets*. Du-

rant el mes de novembre, per exemple, se sortejaran 10 estades per a dues persones en paradors entre tots aquells que hagin comprat una entrada a través d'aquest canal.

En el servei de venda d'entrades *on line* d'EL PERIÓDICO ja es poden trobar tiquets per a les actuacions d'artistes com Malú, Duncan Dhu, Carlos Baute, Andrés Calamaro, David DeMaria, entre molts altres. O per a obres com *The Hole Show*, l'espectacle de cabaret que triomfa al Coliseum.

Inicialment centrat en concerts

musicals i en les arts escèniques, Entrades d'El Periódico presentarà més endavant altres ofertes sobre esdeveniments esportius i mostres culturals.

Al llarg de la pròxima setmana, Entrades d'El Periódico anunciarà una nova promoció, aquesta vegada consistent en la venda anticipada d'entrades per al concert a Barcelona d'un important artista del nostre país. Farà falta estar atent a les notícies d'EL PERIÓDICO per no perdre l'oportunitat de disfrutar d'un dels plats forts de l'any. ≡



El fotógrafo que se metió en la bañera con Picasso

David Douglas Duncan dona 163 fotografías al museo de Barcelona realizadas al pintor durante 17 años de amistad

JOSÉ ÁNGEL MONTAÑÉS
Barcelona

"Recuerdos, recuerdos, recuerdos" repite una y otra vez el fotoperiodista de David Douglas Duncan delante de las imágenes que hizo de Pablo Picasso en las que aparece haciendo lo que mejor sabía hacer: pintar. Solo en el estudio, a punto de comenzar una obra, en medio del proceso de creación o dando los últimos retoques de alguna de sus famosas pinturas, la mayoría de las veces ligero de ropa, apenas un calzoncillo talla XXL. Pero también en su vida cotidiana; junto a su segunda esposa Jacqueline Roque, jugando con sus hijos Paloma y Claude, con los amigos que los visitaban en casa, o con su amado e inseparable perro teckel Lump.

El Museo Picasso de Barcelona expone desde hoy 64 de las 163 imágenes que Duncan, fotoperiodista y amigo del pintor, donó al centro el 23 de septiembre. Ayer, día de la presentación, Picasso habría cumplido 131 años. Doble regalo pues: para el pintor y para la ciudad de Barcelona.

Duncan todavía recuerda, emocionado, la primera vez que vio a Picasso. "Fue el 8 de febrero de 1956. Los visité en La California, su enorme casa-taller situada cerca de Cannes, diciendo que era amigo de Capa y que quería saludarlo. Me recibió Jacqueline, toda vestida de negro, de los pies a la cabeza. Me sorprendió lo menuda que era. Me cogió de la mano y me llevó al segundo piso, donde, dentro de la bañera estaba él, desnudo. Le dije que si le podía hacer una fotografía y me dijo que sí. Esa fue la prime-

ra vez". La de la bañera es una de las imágenes seleccionadas que se pueden ver en la exposición. Le siguieron otras 25.000 más que realizó durante los 17 años de amistad, que solo se truncó cuando Picasso murió en 1973. En todas el pintor no aparece como un genio, sino como una persona normal. En muchas de ellas sonríe ampliamente, como en la que Jacqueline, cámara en mano, fotografía al propio Duncan. "Era muy buena fotógrafa".

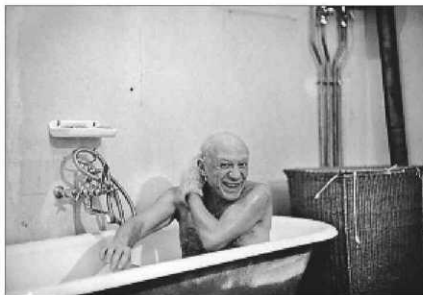
En el estudio rodeado de lienzos, en el jardín con animales

II Guerra Mundial los frentes del Pacífico Sur publicando sus trabajos en *National Geographic*. En 1946 se incorpora a la revista *Life* y luego, como *freelance*, inmortalizó acontecimientos como el final de la ocupación británica en India, la guerra civil de Grecia o las guerras de Corea y Vietnam.

La historia de la donación ha sido compleja. En 2007, Bernardo Laniado-Romero, director del museo barcelonés, pero por entonces del Museo Picasso de Málaga, pensó comprar las fotografías —a medias con el museo de Barcelona dirigido entonces por Pepe Serra—. Se puso en contacto con Duncan que pidió permiso a Claude, el hijo del pintor, para hacer las copias a partir de *vinages*, "pero nunca respondió", recordó ayer Duncan. El caso es que "furioso pedí a la Universidad de Texas, donde tengo depositado mi archivo desde 1996, hacer nuevas copias digitales a partir de los negativos". Son las imágenes que se pueden ver en Barcelona desde hoy "mucho mayores que las que conserva Claude", destacó.

Acompañado de su mujer Sheila, que no le quitaba ojo, recorrió con ayuda de sus muletas —que utilizaba a modo de puntero para señalar los detalles—, las salas donde se exponen las fotografías.

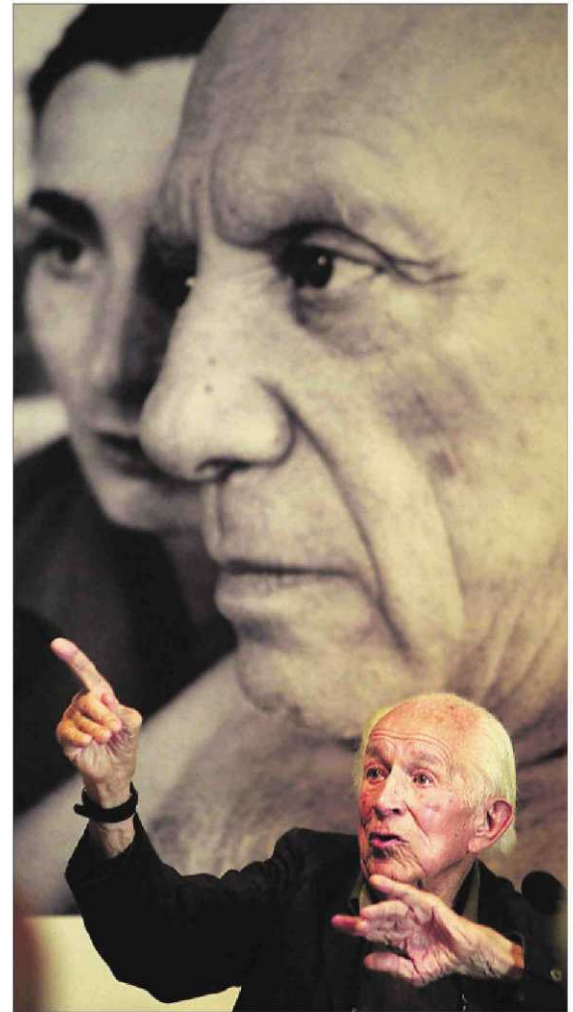
Ayer Duncan tuvo un emotivo recuerdo para otro fotoperiodista de primer nivel como fue su amigo Robert Capa. Mostrando a todos la portada del *Herald Tribune* del pasado martes en la que se recordaba que el húngaro habría cumplido 100 años, dijo: "Lo conocí en 1947 y siempre dijo que me presentaría a



Picasso en la bañera, en 1956. / DAVID DOUGLAS DUNCAN

que pintó, como una cabra bicolor o Lump que quedó inmortalizado en la serie de *Las meninas* que pueden verse en otro de los pisos del museo barcelonés. Son retratos, pero, también, reportajes personales, escenas de la vida de Picasso y su entorno que hablan de cómo era en realidad. Inenarrable la imagen en la que Jacqueline barre el suelo de un salón lleno de cuadros y que habla mucho de la complicada relación que mantenía con el genio. "Cocinaba y estaba todo el día pendiente de nosotros", explica.

Nacido en Kansas City en 1916, Duncan es una persona rebotante de vitalidad y de historias. Marine —coronel del ejército— y arqueólogo, fotografió en la



Duncan junto a una reproducción de sus fotos, ayer. / MARTA PÉREZ (EFE)

Picasso". Pero no pudo ser porque el fotógrafo murió en 1954 en la guerra de Indochina. Visiblemente emocionado y cabreado aseguró: "Sé el aspecto que tiene la muerte, porque la he visto cerca en los diferentes conflictos donde he estado y sé que la imagen del miliciano español en la Guerra Civil no es un montaje. No sé cómo se puede acusar de esto al pobre Capa. Estaba en la trincheras en medio de los tiros cruzados. Me cuesta hablar de esto sin enfurecerme".

Duncan se presentó ayer en Barcelona con una sorpresa

más bajo el brazo: dos fotografías más —retratos a color de gran formato de Picasso— que se sumaban a las que entregó el mes pasado. Al final del recorrido invitó a todos el año que viene. Será cuando se exponga la segunda parte de las fotografías, con imágenes en las que aparecen pinturas del museo barcelonés que conserva desde hace 50 años. "Recuerdos, recuerdos, recuerdos", repitió en varias ocasiones, muchas veces con lágrimas en los ojos. "Nunca había visto una exposición como esta de mis fotografías".



LA XARXA OFEREIX UNA GRAN RIQUESA D'OPORTUNITATS A LA CULTURA CATALANA

Josep Gifreu

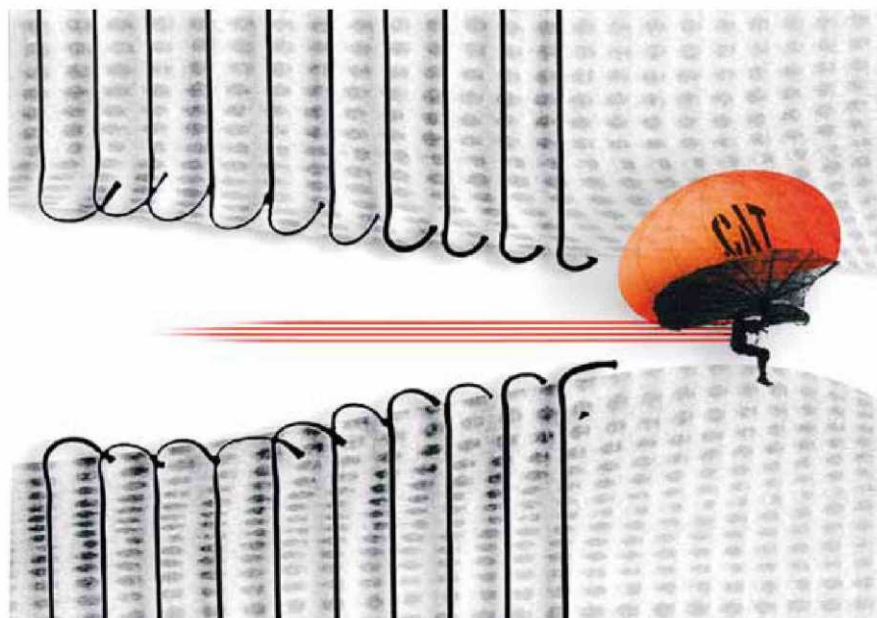


Periodista i professor de comunicació a la UPF

Catosfera, blogs i cultura

Aquest article només pot ser un toc d'atenció a la gran vitalitat de la cultura catalana a internet i una crida a la participació en les seves il·limitades modalitats. Participar avui en el mercadal multicolor i transmèdia de la cultura gràcies a la xarxa està a l'abast de les grans majories. Ser culturalment actius en català, com a lectors, creadors, comentaristes o internautes curiosos, ens permet avui de connectar amb tota la comunitat de llengua i projectar-la al món sense fronteres del ciberespai.

LA RIQUESA ACTUAL d'oportunitats per a la cultura catalana que ofereix la xarxa és extraordinària. Aquest 2013 s'han recordat els primers deu anys de l'emergència d'un fenomen únic, la blogosfera catalana o Catosfera (com la va anomenar Antoni Ibàñez). A finals de setembre, Granollers era l'escenari de la Catosfera 2013 o 6a trobada del sector d'internet a Catalunya, que va centrar l'interès en els professionals catalans que ocupen alts càrrecs en multinacionals d'internet i que va aplegar uns 500 participants. La trobada també va dedicar una sessió a *La cultura catalana en una xarxa global*, amb la participació de Laura Borràs, directora de la Institució de les Lletres Catalanes i del grup de recerca Hermeia, i el periodista i professor de Blanquerna Francesc Canosa. El març passat se cele-



CATALINA ACELAS

brava al CCCB la VII edició biennal de Kosmopolis: Festa de la Literatura Amplificada. Totes les intervencions d'una trobada i de l'altra es poden seguir òbviamment a la xarxa.

La novetat més recent que puja com l'escuma a la Catosfera és el 'Núvol'

SÓN DUES MOSTRES del grau de maduresa i de potencialitats que la internet catalana ofereix als seus usuaris en tots els àmbits d'activitat, però especialment en el camp cultural. Quan es compleixen quinze anys de l'aparició de Google, ningú no dubta de la revolució també cultural que aquest i altres grans operadors d'internet han induït en la història humana. La digitalització de tot el patrimoni cultural, a més de salvar-lo a perpetuïtat, en facilita la disponibilitat a la xarxa i l'accés als usuaris po-

tencials d'arreu i del futur. Però això no és tot: per a l'era digital, això només és el grau zero. La gran aventura creativa i interactiva tot just comença. I és en aquest punt que identifiquem la novetat radical: són els mateixos usuaris internautes els que estan negociant les regles i l'abast de la nova civilització.

LA BLOGOSFERA CATALANA ha estat pionera en molts àmbits, i en aquesta progressió d'èxit cal citar ja iniciatives que han marcat el camí (Vilaweb i Més Vilaweb, Softcatalà, Viquipè-

dia, .cat, el Baròmetre de Wicacac, etc.). I alguns noms que han definit i practicat la via catalana a la xarxa (Vicent Partal, Alfons Cornella, Jordi Mas, Mercè Molist, Saül Gordillo i molts altres). Però ara voldria assenyalar i destacar les apassionants perspectives que la Catosfera ja està obrint a tot tipus d'usuari de la cultura catalana. Coneixíem de fa uns anys capçaleres de la Catosfera com ara *Blogs de lletres i Relats en català*. El primer es comporta com un hiperblog de la literatura catalana i un indexador de la Catosfera literària, amb enllaços als altres blogs sindicats. El segon és un blog extraordinari per als narradors, escriptors o poetes, i per als lectors o crítics: hi deu haver penjats ara uns cent mil textos d'uns 11.000 escriptors, i el relat més llegit és *Et desitjo!!* (amb més de 90.000 lectures).

PERÒ LA NOVETAT més recent que puja com l'escuma a la Catosfera és el *Núvol*. Ideat per l'editor Bernat Puigobella, és una mena de diari digital de cultura en què s'invita a participar-hi els autors amb nom consolidat en el mercat. Ara els col·laboradors ja sumen un miler. El seu objectiu, com a bon editor, és vendre *e-books* d'aquests autors. La gràcia, a part de ser un autèntic diari de notícies culturals des d'una òptica catalana, està en l'agrupació de seccions en funció dels interessos temàtics dels mateixos internautes, que en són els redactors.



Barcelona vol una fira de l'audiovisual a partir del 2015

El clúster del sector prepara també uns «Oscars de les 'apps'» per a l'any que ve

El Clúster Audiovisual de Catalunya vol celebrar una fira del sector a Barcelona a partir del 2015. A més, l'any que ve pretén organitzar la primera edició d'uns premis internacionals d'aplicacions mòbils.

ALBERT CASTELLVÍ ROCA

BARCELONA. El Clúster de la Indústria Audiovisual, presentat a finals de juny i que està actiu des de fa dos mesos, vol convertir Catalunya i Barcelona en "la capital del sector audiovisual del sud d'Europa i la Mediterrània". Així ho va expressar ahir el seu president, Xavier Guitart, que va comparèixer davant de la comissió de control parlamentari de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) per exposar les línies mestres d'aquest nou organisme. Per aconseguir-ho, el Clúster ja té sobre la taula un parell de projectes concrets que, si es compleixen els terminis previstos, han de veure la llum ben aviat.

D'una banda, l'entitat -que agrupa una cinquantena d'empreses de tots els àmbits del sector, des de productores fins a tecnològiques, distribuïdores, fabricants o agències de publicitat- té la intenció d'organitzar a Barcelona un mercat internacional de l'audiovisual que es presentarà l'any que ve amb la intenció que la primera edició pugui celebrar-se durant el 2015. En la mateixa línia, Guitart va explicar que el Clúster treballa perquè "algunes de les grans fires que existeixen

puguin traslladar-se a Barcelona". Segons ell, n'hi ha "de molt renom" que podrien tenir-hi interès perquè això els permetria créixer.

L'altre projecte que el Clúster vol convertir en realitat durant els pròxims mesos és la convocatòria dels Global Apps Awards, que Guitart va definir com uns "Oscars de les apps" i que s'han de lliurar a Barcelona, "si és possible", ja el 2014. En aquest sentit, el president de l'organisme va destacar que entenen el sector audiovisual d'una manera molt àmplia, de manera que no només engloba la televisió i el cinema sinó també els videojocs, les aplicacions mòbils i, en general, tot el que tingui a veure amb els continguts digitals independentment del suport a través del qual arribin a l'usuari.

Demanen suport públic

Guitart, que va destacar que el sector audiovisual català és "capdavanter", considera que el Clúster és "un projecte estratègic de país", ja que "no hi ha cap país del món que es pugui vendre a si mateix si no és a través de l'audiovisual". "Si hi renunciem -va afegir- ens estarem amputant un membre essencial per a la nostra vida". Per això, va demanar als diputats la seva col·laboració per tirar endavant. "No podem renunciar al finançament públic", va admetre. Tot i així, assegura que el projecte no té "vocació de subvenció", i va demanar al sector públic que els "acompanyi" per facilitar "l'aportació de capital privat".



PROFECTE DE PAÍS
Xavier Guitart, al juny, durant la presentació del Clúster de la Indústria Audiovisual. ACN

Ampli Pel Clúster, el sector audiovisual va més enllà del cinema i la TV

L'aportació de TV3 al sector cau a la meitat

El 2009 TV3 va dedicar 19 milions d'euros a coproduccions, i aquest any no arribarà als 10 milions. Pel que fa a les produccions associades, dels 53 milions del 2010 s'ha passat a 28. Ho va revelar ahir el vicepresident de la federació de productores Proa, Raimon Masllorens, que va comparèixer a la comissió de control de la CCMA. Segons ell, aquesta reducció del 50% dels diners que la televisió pública destina a les empreses del sector ha deixat les productores catala-

nes en una situació "límit", i per això va demanar que si hi ha més retallades a la Corporació no afectin la partida de producció externa. Masllorens va deixar clar que la seva petició no va "contra ningú" -en referència als treballadors de TV3, que demanen reduir la producció externa en benefici de la interna- i va remarcar que la relació del sector privat amb la CCMA ha estat sempre "molt bona", fins al punt que les productores se senten "part integrant" dels èxits de TV3.



TV3 justifica las esteladas en la fiesta Super 3 por «promocionar el deporte»

Brauli Duart también defendió la cobertura de la manifestación del 12-O

C. S.

BARCELONA- ¿Qué hacía la Asamblea Nacional Catalana (ACN) y la Plataforma Pro Selecciones Catalanas en la celebración infantil «La festa dels Supers»? Según Brauli Duart, presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), simplemente era una cuestión de invitar a los más pequeños a hacer deporte. «Había más de 60 empresas diferentes que colaboran con la fiesta y la selección deportiva asistió a la fiesta para invitar a los niños a hacer deporte», afirmó Duart durante la comisión de control en el Parlament de la CCMA.

La «Festa dels Supers» fue una multitudinaria celebración entorno a un popular programa infantil de la televisión pública. Durante dos días, miles de niños llenaron el escenario del Estadi Olímpic y sus alrededores, en una fiesta anual que no deja de crecer. A instancias de Marisa Xandri, diputada del PP, se preguntó por la razón de esta presencia de colectivos independentistas en una fiesta para niños. «Pedimos que la fiesta siga siendo de los “supers” y no de los “superindependentistas”», dijo Xandri.

960 minutos de diferencia

Otro de los puntos del día de la comisión de control fue la diferencia en la cobertura entre las manifestaciones del 12 de octubre y las del 11 de septiembre, con un claro prejuicio contra las primeras. Xandri afirmó que «hubo 960



El espacio reservado para el ACN y la plataforma pro selecciones catalanas en la «Festa dels Supers»

minutos de diferencia entre la cobertura de las manifestaciones. Se dedicaron 1.000 minutos a la Vía Catalana y 40 a las dos manifestaciones del 12 de octubre». Según Xandri, mientras la cobertura previa del 11-S era una constante invitación a una gran fiesta ciudadana, la del 12 de octubre buscaba «espantar» a los ciudadanos con el anuncio de la asistencia de «ultras». Por este motivo, anunció la parlamentaria popular que pedirá «al Consejo Audiovisual de Cataluña un informe para que quede constancia de la falta de

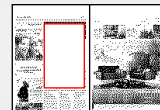
pluralidad» de los medios públicos catalanes.

Duart volvió a defender el trabajo realizado tanto por los informativos de TV3 como por el resto de programas de la casa y aseguró que durante el 12 de octubre «se dio cobertura a todas las voces allí presentes. Hubieron directos cada 30 minutos y hasta el programa infantil “Info K” dedicó un programa a la manifestación, lo cual no llenó portadas». El presidente de la CCMA hizo referencia al programa dedicado a la Vía Catalana que incluyó a ocho niños

exclamando su desprecio por España y sus ansias independentistas. Desde luego, no el mismo discurso de los adolescentes y jóvenes que dieron su breve testimonio en la manifestación de plaza Cataluña del 12 de octubre.

Durante la comisión, Duart también justificó la equiparación de los sueldos de la corporación a los de la sanidad pública ya que se trata de un sector con una gran variedad de estructuras internas y variables que hacen más flexible la diferenciación.

Miquel González/Shootin



PARLAMENT DE CATALUNYA



►► F3lix Riera i Eugeni Sallent, directores de Catalunya R3dio i TV-3, i Brauli Duart, president de la CCMA.

COMPAREIXENÇA PARLAMENTÀRIA

«No m'imagino amb bata blanca o verda»

► Duart defensa l'equiparaci3 salarial amb SanitatOLGA LER3N
BARCELONA

La proposta d'equiparaci3 salarial de la Corporaci3 Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) amb el sector de la sanitat p3blica catalana, que l'organisme va anunciar dimecres passat, va ocupar ahir una bona part de la comissi3 de control al Parlament. I fins i tot hi va haver temps per a l'humor. «No es tracta d'una equiparaci3 funcional –va insistir Brauli Duart, president de la Corporaci3–. No m'imagino cap de nosaltres tres (en refer3ncia als directores de TVC i Catalunya R3dio, Eugeni Sallent i F3lix Riera, respectivament) havent d'escollir entre una bata blanca o verda; no ens toca portar cap bata».

A preguntes de CiU, ERC i ICV-EUiA sobre la negociaci3 dels convenis col·lectius dels mitjans p3blics, Duart va admetre que la Corporaci3 havia estudiat diferents grups professionals, per3 finalment es va optar pel sector sanitari per la «varietat

d'estructures professionals internes i directives». Tamb3 va considerar que aquesta àrea no 3s la que t3 el «nivell retributiu m3s baix», i va posar com a exemple l'educaci3, «cap on no haur3em d'anar».

«La gran amenaça 3s la realitat econ3mica pressupost3ria del pa3s», va afegir el president, a l'hora de garantir la viabilitat de la Corporaci3. En aquest sentit, va recon3ixer que aquest any «no s'est3 aconseguint» l'objectiu de reducci3 de 27 milions d'euros del «cap3tol u».

Duart va aportar xifres sobre el nombre de treballadors afectats per l'ERO aprovat al juliol. En total, deixaran la CCMA al voltant de 260 persones (205 a TVC i 34 a Catalunya R3dio), a l'espera de tancar acords sobre baixes volunt3ries,

L'externalitzaci3 de la venda de la publicitat de TV-3 tamb3 va ser objecte de debat. Duart va explicar que el 2013 la CCMA haur3 aconseguit 58 milions d'euros gr3cies als espots (davant els 153 del 2006); que s'est3

treballant per revertir aquesta caiguda i que l'organisme no t3 intenci3 de «renunciar» als anuncis com a via d'ingr3s.

«MOMENT CR3TIC» // La comissi3 va acollir, a m3s a m3s, la intervenci3 d'una representaci3 de la Federaci3 de Productors Proa, que va denunciar el «moment cr3tic» pel qual passa el sector, en qu3 treballen unes 8.400 persones. El productor Raimon Masllorens va explicar que si el 2009 el conveni de coproducci3 amb TVC els va assignar 19 milions d'euros, el 2013 aquesta xifra s'ha vist redu3da a 10. «No anem en contra de ning3, per3 no podem assumir m3s rebaixes», va asseverar.

En el transcurs de la sessi3 d'ahir tamb3 es van presentar les l3nies b3siques del cl3ster audiovisual catal3, que presideix Xavier Guitart, exconseller de la CCMA. Creat el mes de juny passat, va n3ixer amb l'objectiu de fer «m3s competitiu i eficient» el sector. ≡


RECONeixEMENT AL REPORTER D'EL PERIÓDICO

Guardó internacional a la trajectòria de Marginedas

► El periodista segrestat a Síria rep el premi Maria Grazia Cutuli

► El 'Corriere della Sera' i el col·legi de periodistes italians avalen la distinció

ROSSEND DOMÈNECH
ROMA

Marc Marginedas, periodista d'EL PERIÓDICO segrestat a Síria el 4 de setembre passat mentre cobria la informació sobre la guerra que pateix el país, ha estat guardonat amb el premi internacional periodístic Maria Grazia Cutuli -corresponsal de guerra del *Corriere della Sera* assassinada als 39 anys a l'Afganistan-. La distinció reconeix la trajectòria de Marginedas com a corresponsal i enviat especial a zones de conflicte, una tasca que realitza per a EL PERIÓDICO des de fa gairebé dues dècades.

El premi, que es concedeix anualment des del 2005, porta el nom de Maria Grazia Cutuli, assassinada juntament amb el reporter d'*El Mundo* Julio Fuentes mentre cobrien el conflicte afganès. El premi està promogut pel diari *Corriere della Sera*, el municipi de Roma, i el col·legi i el sindicat dels periodistes italians. L'entrega dels guardons tindrà lloc el 24 de novembre a Catània (Sicília).

En aquesta edició, Marginedas ha estat distingit juntament amb la italiana Lucia Goracci, del canal 24 hores de la RAI, autora de reportatges sobre Síria, Haití, Líbia i Xile. En la tercera categoria del premi també han



►► Marc Marginedas, a l'Afganistan l'any 2010.

estat guardonats dos periodistes de Sicília per la seva tasca sobre la immigració clandestina a Lampedusa.

ALTRES GUARDONATS // Entre els premiats en passades edicions hi ha, entre altres, Ángela Rodicio, periodista de TVE; el noruec Asne Seierstad, autor d'*El llibreter de Kabul*; Alessio Vinci, de la CNN, i la reportera turca Elif Shafak.

Marginedas, de 46 anys, va iniciar la seva trajectòria com a corresponsal de guerra a Algèria, on va cobrir

durant tres anys, des del 1995, el sagrant conflicte civil en aquell país. El 1998 va assumir la corresponsalia a Rússia. Des del 2002, és l'enviat especial d'EL PERIÓDICO a zones de conflicte.

La seva àmplia trajectòria està recollida en el seu primer llibre, publicat l'any passat, *Periodismo en el campo de batalla*. El mes de maig passat, Marginedas va quedar finalista en el 29è premi Cirilo Rodríguez per a corresponsals i enviats especials de la premsa espanyola. ≡

**> DESAFÍO NACIONALISTA**  **Las polémicas**

Hasta 960 minutos más a la Diada que al 12-0 en TV3

El PP denuncia importantes diferencias en la cobertura y pide un informe al CAC

CRISTINA RUBIO / Barcelona

La diferencia entre la cadena independentista de la Diada y la manifestación a favor de la convivencia entre Cataluña y España del 12 de Octubre fue de 960 minutos en TV3. Cálculos que denunció ayer el PP ante la polémica desatada frente a la ininterrumpida retransmisión de la Vía Catalana por parte de la televisión pública.

No sólo la abismal diferencia de tiempo en antena preocupa a los *populares*, que también ven un afán de «adoctrinar» por parte de TV3 entorno al debate secesionista. Su diputada, Marisa Xandri, denunció ayer en el Parlamento una voluntad de la cadena pública de alejar a los que *a priori* querían acudir a la manifestación organizada por la plataforma *Som Catalunya, Somos España* con informaciones sobre la protesta paralela que organizaron los ultras en el castillo de Montjuïc. «Pasamos de desayunar, comer y cenar con la Vía Catalana a espantar a los asistentes de la Fiesta Nacional», criticó al respecto la *popular*.

El PP cimienta sus críticas en todas las noticias aparecidas en los informativos de la Diada sobre la cadena independentista y los programas monotemáticos de la mañana y la tarde, que ocuparon más de 15 horas en antena. Por ello, el partido pedirá un informe exhaustivo al Consell de l'Audiovisual de Catalunya –ente encargado de regular el papel y el trabajo desempeñado por los medios públicos– acerca de las noticias aparecidas «antes, durante y después» de la Diada y del 12 de Octubre.

El presidente de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Brauli Duart, defendió la cobertura informativa de TV3 durante la Fiesta Nacional e incluso aseguró que nunca se había hecho algo similar «con una manifestación con este número de asistentes». También alabó que el programa infantil *Info K* emitiera un reportaje del acto de *Som Catalunya, Somos España* para deshacer el entuerto en el que se metió tras el cuestionado vídeo de niños en la cadena humana que ensalzaban el independentismo.



Brauli Duart. / JORDI SOTERAS

Ahora, la polémica se ha cambiado de barrio y es la Festa dels Súpers, organizada el pasado fin de semana en Montjuïc, la que se encuentra en medio de la controversia. El PP también reprochó que se impulsara un juego con la plataforma Pro Seleccions Catalanes para los más pequeños y reclamó que siga siendo la «fiesta de los *súpers* y no la fiesta de los *súper independentistas*». Desde TV3, en cambio, defendieron la actividad para «promover los hábitos de vida saludables entre los niños». «Hay más de 60 empresas diferentes que colaboran con la fiesta y la selección deportiva asistió a la fiesta para invitar a los niños a hacer deporte», prosiguió Duart en su defensa.



La CCMA acabarà l'any amb 58 milions d'ingressos en publicitat

La xifra, que preocupa la direcció de la corporació pública, suposa un terç del que es va facturar el 2006

ACN | BARCELONA

■ La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) preveu acabar l'any 2013 amb 58 milions d'euros d'ingressos en publicitat, mentre que l'any 2006 aquests van arribar als 153 milions d'euros. El president de la CCMA, Brauli Duart, va reconèixer ahir que es va quedar «impactat» davant aquestes xifres dels ingressos en publicitat. En la Comissió de control de la CCMA al Parlament, Duart va ex-

plicar que estan treballant en una proposta per aturar i revertir la situació de caiguda de la publicitat. Així mateix, va assenyalar que hi ha grups que «no tenen el 60% de quota de pantalla i s'emporten més del 90% de la quota del mercat publicitari».

A preguntes dels grups d'ERC i de CiU, Duart va remarcar abans que res que la Corporació no vol renunciar a la publicitat com una de les vies d'ingressos que hi ha en aquest moment. «És obvi que hi ha una realitat en aquest camp que fa que la baixada dels ingressos sigui constant», va assegurar. Va apuntar, a més, que «la gestió d'on van els anuncis i quin tipus d'anuncis es posen, la controla la

Corporació, com la gestió i el cobrament dels anuncis». Duart va insistir a externalitzar la venda dels espots i va apostar per crear una comissió paritària «on la última paraula, la tindrà sempre la Corporació, en el cas de discrepàncies» en la venda.

D'altra banda, preguntat per les iniciatives de presència al territori de la ràdio, el director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, va dir que van treballar intensament per «re-situar Catalunya Ràdio al territori». Riera va destacar que la programació anterior va doblar les sortides i espera que aquest any es tripliquin. Va valorar positivament que espais com *Els Matins* surtin de l'estudi i es moguin pel territori.

LES PRODUCTORES ES QUEIXEN

L'aportació de TVC a les independents es redueix a la meitat

Les productores independents han vist reduïda l'aportació provinent de TVC per a la contractació de programes a la meitat els últims tres anys. Així ho van explicar ahir Raimon Masllorens, de Brutal Media, i Joan Bas, de Diagonal Televisió, tots dos en representació de les Productores Proa, que van alertar de la «dèbil» situació en la qual es troba el sector, que travessa un «moment crític». Davant d'això, van reclamar que si hi ha més ajustos de pressupost a la CCMA no reverteixin sobre les productores, a l'hora que han reclamat el seu paper en la construcció de la televisió pública. En aquesta línia, han insistit que són «conscients» del context econòmic actual i que la seva defensa

«no va contra ningú». L'any 2009, les coproduccions amb TVC van ser de 19 milions d'euros. Aquest any, el pressupost es tancarà en 10 milions, una reducció del 47%. Quant a les produccions associades, el 2010 es va assolir la xifra de 53 milions d'euros, mentre que aquest any serà de 28 milions. Així, del pressupost total de la CCMA, la despesa a les independents és del 13%. «Estem a un nivell mínim i no podem suportar cap altra reducció», va explicar Masllorens. En aquesta línia, va defensar la tasca del seu sector, que se sent «part de TVC» i que ha ajudat a desenvolupar-la. Joan Bas defensa que les productores «s'han de mantenir, però no en contra de ningú», convivint amb una TVC «reformulada». Així mateix, va recordar que els programes de les productores competeixen amb altres d'estatals «5 o 6 cops més cars» del que aporta TV3, però sent líders.



Periodismo / XIII Edición Máster EL MUNDO/CEU

«Entre los corruptos también hay periodistas»

Enric González analiza la situación de los medios e imparte la clase magistral



De izda. a dcha., Justino Sinova, Antonio Rubio, Maribel Abradelo, Enric González y Paz Uruñuela. / SERGIO GONZÁLEZ

LUIS OTEYZA / Madrid
 El Máster en Periodismo de EL MUNDO/CEU abrió su curso académico, la XIII edición, el pasado día 23. El encargado de impartir la clase magistral fue un periodista y escritor de referencia, Enric González.

El colaborador de EL MUNDO, que ha sido corresponsal en diversos puntos del mundo, hizo un análisis sobre la situación actual de la

prensa e impartió algunos consejos a los alumnos. La primera reflexión de González fue: «No esperéis haceros ricos». Continuó con algo evidente: «Leer. No sabes hablar, ni escribir si no lees». Profundizó: «No se puede ser buen periodista si no eres buena persona». Apostilló y sentenció: «Tenemos que ser honesto y honrados [...] En la lista de los corruptos también hay periodistas».

Antonio Rubio, director del Máster, pidió a los alumnos trabajo, constancia, ganas de aprender y recordó a Pío Baroja cuando decía que se necesitaban «periodistas de patas», reporteros que salieran a la calle. También habló de Chaves Nogales y su «estar, ver, oír y contar». Y terminó con: «Formar para informar».

Maribel Abradelo, vicedecana de

la Facultad de Ciencias de la Comunicación de CEU/San Pablo, planteó que «la situación actual es difícil, pero hay que tener optimismo para afrontar la crisis». Paz Uruñuela, directora de la Escuela de Periodismo de Unidad Editorial, apoyó las palabras de Abradelo y recordó que «hoy, más que nunca, es fundamental el apoyo y la colaboración que ofrecen a la forma-

ción entidades y organizaciones como el Banco Popular, Endesa y la Fundación Carolina, auténticos mecenas de la Escuela».

Uruñuela presentó al fundador y director honorífico del Máster, el periodista Justino Sinova. El maestro Sinova aludió a tres actitudes que retratan al buen periodista: «Tener interés por la actualidad, poner esfuerzo y rendir tributo a la verdad».



DES DE LA TAULETA

Albert
MontagutPeriodisme
en evolució

Mentre els periodistes debaten sobre el seu futur i el dels mitjans tradicionals, els gurus d'internet tenen clar que la informació representarà un paper decisiu en el desenvolupament del web. L'actual política d'aliances i adquisicions en el sector de la comunicació als Estats Units no només ha permès el desembarcament en aquest negoci de persones com Jeff Bezos (Amazon-The Washington Post) i Chris Huges (Facebook-New Republic), també ha deixat al descobert que el pastís de la comunicació continua sent molt desitjable.

L'acostament més recent d'un pope d'internet als mitjans ha tingut lloc fa només uns dies amb el sonat fitxatge de Gleen Greenwald, el periodista de *The Guardian* que va destapar l'espionatge massiu del Govern dels EUA, el famós cas Snowden. Greenwald ha estat contractat per Pierre Omidyar, creador del lloc de subhastes eBay.

Omidyar va licitar l'estiu passat per *The Washington Post* i va ser derrotat per Bezos, però ara vol crear un nou grup de mitjans en línia en els qual invertirà 250 milions de dòlars. Omidyar, d'origen persa i de 46 anys, té una fortuna estimada de 8.500 milions de dòlars, i ha dit que els seus mitjans tindran un objectiu: "Preocupar-se de les llibertats de premsa al món".

Tenint en compte l'història d'aquests il·lustres nousvinguts al món de la comunicació, Bezos, Huges i Omidyar, es pot esperar noves maneres d'empaquetar, servir i cobrar per la informació. En l'oferta no faltarà notícies a la carta... ni noves formes i estils d'informar.

A aquest debat sobre el model periodístic s'ha apuntat Seymour Hersh, el veterà reporter que va guanyar el Pulitzer per treure a la

L'arribada dels popes
d'internet a la premsa indica
que el pastís de la comunicació
continua sent desitjable

llum la matança de My Lai, la matança de 109 camperols, dones, gent gran i nens al Vietnam el 1968. Més recentment, Hersh va denunciar les tortures de les tropes dels Estats Units a la presó Abu Ghraib, a Bagdad, i fa pocs dies, en una entrevista a *The Guardian*, va atacar l'Administració de Barack Obama per falta de transparència, a més d'exigir la veritat de la cacera i mort d'Ossama bin Laden. "No s'ha investigat res sobre aquesta història, és una gran mentida, ni una sola paraula és certa", va declarar contundentment.

Hersh apunta a nous models de mitjans, noves organitzacions, nous professionals, més compromís, valentia, objectivitat i independència, i elabora un discurs, molt encertat, però que no difereix gens de les intencions que van acompanyar l'aparició del Drudge Report i altres webs informatius que van trencar amarres amb l'establishment polític a finals dels anys vuitanta.

El nou nou periodisme, que ja no tindrà res a veure amb el de Tom Wolfe, arribarà amb noves estructures i idees, sens dubte, però l'ànsia de trencar amb tot i el tot s'hi val que ha caracteritzat internet pot ser un enemic per a la credibilitat dels nous mitjans.

@albertmontagut



La publicitat a la 'Corpo' és un terç de la del 2006

G. Busquets
BARCELONA

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) preveu acabar l'any amb 58 milions d'euros d'ingressos en publicitat, un terç del que guanyava el 2006 (153 milions). El president de la CCMA, Brauli Duart, es va quedar

“astorat” davant aquestes xifres, segons va explicar ahir al Parlament. Duart va subratllar que s'està treballant per invertir la tendència. També va defensar l'equiparació salarial dels professionals de TV3 i Catalunya Ràdio –proposta criticada per CCOO– amb el sector sanitari per la “varietat de categories profes-

sionals”. I va recordar que el sector sanitari no té les retribucions “més baixes” del sector públic posant d'exemple el de l'educació.

Plany de les productores

En la mateixa sessió parlamentària, la indústria audiovisual catalana va exposar la seva “situació límit”. Les productores indepen-

dents, representades per Raimon Masllorens (Brutal Media) i Joan Bas (Diagonal TV), van explicar que, en els últims tres anys, han vist com es reduïa a la meitat l'aportació de TV3. L'any 2009, les coproduccions amb la cadena catalana van sumar 19 milions d'euros. Aquest any, el pressupost es tancarà en 10 milions, una rebaixa del 47%. Quant a les produccions associades –programmes o documentals que la productora entrega ja enllestits– el 2010 es va assolir la xifra de 53 milions d'euros, mentre que

aquest any serà de 28 milions, gairebé la meitat. Així, del pressupost total de la CCMA és el 13%. “Estem en un nivell mínim i no podem suportar cap altra rebaixa”, va explicar Masllorens. En aquesta línia, van defensar la tasca del sector, que se sent “part de TV3” i que ha ajudat a desenvolupar-la. Masllorens va expressar també el seu malestar pel tancament de franges del canal 33, cosa que, segons el productor, els ha “afectat moltíssim, ja que ha reduït a la mínima expressió els continguts culturals”. “Ens fa por

que pugui empitjorar”, hi va afegir. Segons la diputada d'ICV-EUiA Marta Ribas, la indústria audiovisual catalana és “víctima de la debilitació de la CCMA, de les retallades, cosa que posa en risc la qualitat del producte, la transparència i la contractació externa”.

El president de Diagonal Televisió, Joan Bas, va defensar que les productores “s'han de mantenir, però no en contra de ningú”, convivint amb una TVC “reformulada”. I va recordar que els programes de productores són líders. ■



La CCMA evita detallar cómo nivelar los sueldos de TV-3 a los de sanidad

Duart defiende la pluralidad de los medios tras las críticas de PSC, PP y Ciutadans

MAIOL ROGER
Barcelona

Brauli Duart, presidente del organismo que controla los medios públicos catalanes, se hizo eco ayer de un rumor que desde el miércoles corre por los pasillos de TV-3 y Catalunya Ràdio: "No me imagino escogiendo entre llevar una bata blanca y una bata verde", dijo el presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales. La broma se extendió en los medios públicos después de que el miércoles el comité de gobierno de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) anunciara que quiere equiparar las categorías de los profesionales de la televisión y la radio a los de la sanidad pública. Ese es el punto de partida de la CCMA para el convenio colectivo que negocia con los trabajadores.

Duart no dio detalles de qué significaría esta equiparación en el sueldo de los trabajadores en su comparecencia mensual en el Parlament, y pidió esperar a la negociación con los trabajadores para concretar la propuesta. "No es momento todavía de considerar los efectos concretos de esta equiparación". Duart aclaró que la única comparación entre los sectores de comunicación y el de sanidad es la retributiva, y argumentó que el Departamento de Salud se escoge por la "variedad de estructuras profesionales" que hay en el sector. Duart destacó otras medidas del nuevo convenio colectivo, como la in-

clusión de todas las categorías de la CCMA en el documento y la equiparación de tareas dentro de los medios públicos.

Los trabajadores se han mostrado contrarios a ser equiparados con el sector sanitario y lamentan que la CCMA haga públicas sus propuestas de negociación antes de sentarse con el comité de empresa, y más tras el ERE que afectó a los medios públicos. Otro de los motivos de queja de los trabajadores es la externalización del servicio comercial de TV-3, que Duart justificó como una medida para frenar la caída en picado de los índices de publicidad de la cadena.

El alto directivo justifica la externalización de los servicios comerciales

El presidente del ente también tuvo que salir en defensa de la pluralidad de TV-3 y Catalunya Ràdio. PSC, PP y Ciutadans afearon el sesgo de algunas informaciones. Los populares criticaron la cobertura de la manifestación por la unidad de España del 12 de octubre, que consideran escasa en comparación con el espacio que se dedicó a la Via Catalana. El partido pedirá al CAC un informe para evaluar si la cobertura de los actos del 12-O fue la adecuada.



PP y Ciudadanos critican la falta de pluralidad de TV3

ABC
BARCELONA

PP y Ciudadanos criticaron ayer el partidismo de los medios públicos catalanes en la Comisión del Control de la Actuación de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) del Parlament. La diputada del PP, Marisa Xandri, se refirió a la cobertura que hizo TV3 de la Vía independentista de la Diada y de la concentración del 12 de octubre en favor de la unidad de España. «Hubo 960 minutos de diferencia entre la cobertura de las manifestaciones: se dedicaron 1.000 minutos a la Vía Catalana y 40 a las dos manifestaciones del 12 de octubre».

Explicó que la cobertura previa de la manifestación del 12 de octubre «espantó» a los ciudadanos que tenían la intención de asistir con el anuncio de la asistencia de «ultras», por lo que el PPC pedirá al Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) un informe para que quede constancia de la falta de pluralidad». El presidente de la CCMA, Brau-

li Duart, aseguró que «se dio cobertura a todas las voces allí presentes, hubieron directos cada 30 minutos y hasta el programa infantil «Info K» dedicó un programa a la manifestación, lo cual no llenó portadas» a diferencia de lo que pasó con el programa dedicado a la Vía Catalana. En la misma línea, el PPC criticó la presencia de la Asamblea Nacional Catalana (ANC) y las selecciones catalanas de deportes en la fiesta infantil «Festa dels súpers», celebrada el pasado fin de semana, y pidió que la fiesta siga siendo la «fiesta de los súpers y no la fiesta de los súper-independentistas».

La diputada y portavoz adjunta de Ciudadanos, Carina Mejías, reprochó a Duart, que «el nuevo libro de estilo de la Corporación tiene la intención de imponer una especie de dictadura lingüística e ideológica». Afeó a la televisión autonómica y Catalunya Ràdio el «uso de las terminologías en referencia a determinados territorios» y puso como ejemplo los términos «països catalans»



Lara diu ara que el Grupo Planeta es quedaria en una Catalunya independent

ARA

BARCELONA. El president del Grupo Planeta, José Manuel Lara, ha canviat d'opinió sobre el futur de la seva empresa en una Catalunya independent. El setembre del 2012, dies després de la massiva manifestació independentista de la Diada a Barcelona, l'empresari va dir a ABC Punto Radio que "si Catalunya fos independent, el Grupo Planeta se n'hauria d'anar". Ahir, però, en una altra entrevista radiofònica, aquest

cop a *El matí de Catalunya Ràdio*, l'empresari va afirmar que la seu del grup –"de la corporació"– no marxaria, sinó que ho farien les de les editorials en castellà, que es mudarien a Espanya.

"Planeta Corporación i José Manuel Lara no marxaran de Barcelona. Evidentment, el Grup 62 i la nostra edició en català, menys encara, no tindria cap sentit. El problema el tindria amb editorials en llengua espanyola que tenen la seu avui a Barcelona. No el grup. L'editorial espa-

Matís
Lara sí que s'enduria les seus de les editorials en castellà

nyola hauria d'estar a Madrid o a Conca", va dir l'empresari. Per justificar-ho, Lara va dir que no coneix "cap editorial del món" que no tingui la seu en un país on la llengua oficial no sigui la de l'edició. Per tot plegat, l'empresari va dir que ell "no marxaria" sinó que la "lògica" el "faria fora".

Tot i aquestes elucubracions, el president del grup editor líder tant en català com en castellà va dir que la independència de Catalunya no només és "difícil", sinó que és "im-

possible". L'argument de Lara és que cap estat europeu acceptaria aquesta independència, per por que s'obris una caps de Pandora i es propagues el sobiranisme per l'Europa de les regions: "No podem tenir una Europa dels 400, sinó d'entre 25 i 35. Més no pot ser".

Lara va rebutjar que es titlli de "mals catalans" els no independentistes: "Jo sóc tan català com ningú. Ni més ni menys. I no accepto que hi hagi un senyor que digui que estima Catalunya més que jo". ■



El PSOE pide 104 millones más para garantizar el empleo en RTVE

Propondrán cambios en el actual modelo de financiación

Á. S. MADRID.

El consejo de administración de RTVE ha extendido hasta el 30 de noviembre la vigencia del actual convenio colectivo tras el rechazo de la plantilla al ajuste de 28,5 millones de euros. El objetivo: ganar tiempo para estudiar nuevas vías de ingresos para paliar el déficit estructural de la pública y garantizar el empleo de los 6.400 trabajadores.

El PSOE, que denuncia que con los actuales presupuestos no se garantiza la viabilidad de la cadena al reflejar un déficit de unos 90 millones, va a presentar una enmienda a la Ley de Presupuesto generales con el objetivo de lograr 104 millones de euros extra. Para ello propone un cambio del modelo de financiación y que o bien se elimine el IVA (100 millones) o Vodafone vuelva a pagar (30 millones).

Desconfianza

Fuentes del consejo de RTVE aseguran que la entrada de esos fondos garantizarían el empleo hasta 2016, tal y como se contempla en el II Convenio Colectivo rechazado esta semana. Según aseguran, la mayoría de los trabajadores ha rechazado el nuevo acuerdo porque no confiaba en que se fueran a cumplir los compromisos de empleo.

A su vez, durante ese mes, RTVE va a consultar a Trabajo sobre la legislación laboral que han de aplicar para llevar a cabo los ajustes que se volverán a negociar en diciembre. Eso sí, el sindicato SI denuncia que la empresa ha dicho que "la garantía de empleo y el mantenimiento de la estructura territorial ha decaído".



'El Periódico' celebra avui els 35 anys del seu primer número

Avui es commemoren els 35 anys de l'aparició del primer número del diari *El Periódico*, que va arribar als quioscos el 26 d'octubre del 1978. El rotatiu del Grup Zeta, dirigit actualment per Enric Hernández, es va editar únicament en castellà fins a l'octubre del 1997, quan va ser pioner a

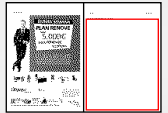
llançar una segona edició en català. Durant molt temps *El Periódico* va ser el diari més llegit a Catalunya, però ara mateix ocupa el segon lloc en el rànquing d'audiència: segons les últimes dades de l'EGM, corresponents al mes de juliol, té 565.000 lectors entre les dues edicions.



POLÈMICA LABORAL

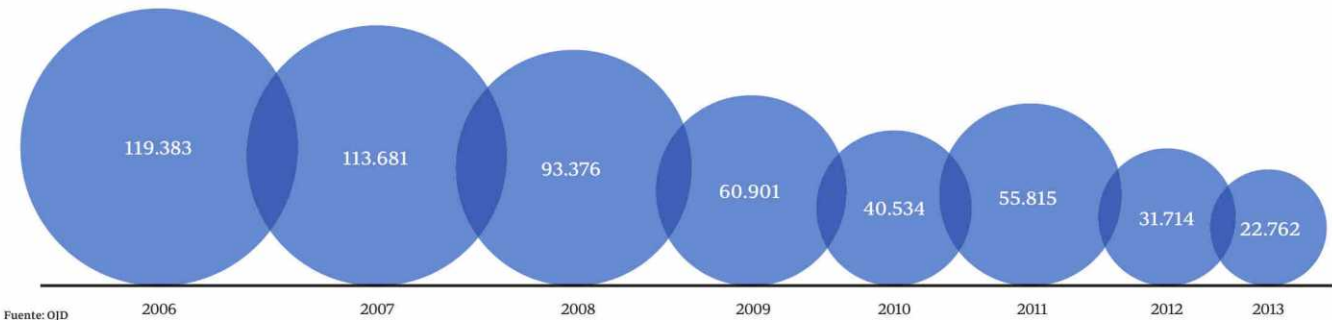
RTVE prorroga el conveni col·lectiu

Davant el «no» dels treballadors al nou conveni col·lectiu, la direcció de RTVE ampliarà la vigència de l'actual fins al 30 de novembre, i «obre un període d'anàlisi de les mesures alternatives aplicables als recursos disponibles i, en el seu cas, els ajustos que puguin resultar necessaris», assenyala en una nota. ≡



Reducción de la distancia entre ABC y «El Mundo»

Número de ejemplares de diferencia. Datos referidos a venta al número del mes de septiembre de cada año



Fuente: OJD

ABC acorta distancias con «El Mundo» al mínimo de los últimos ocho años

► En lo que va de 2013, ABC ha reducido su diferencia a menos de la mitad

Evolución de venta en quioscos en 2013

Número de ejemplares



Fuente: OJD

ABC MADRID

La información de calidad tiene su recompensa. ABC recortó el pasado mes su diferencia con «El Mundo» en los quioscos a tan sólo 22.762 ejemplares, la menor en los últimos ocho años.

Los datos hablan por sí solos. En septiembre de 2006, la distancia a favor de «El Mundo» era de casi 120.000 ejemplares. Pero, desde entonces, año tras año, ABC no ha dejado de recuperar terreno, hasta colocarse el pasado mes de septiembre, según los datos publicados por la OJD pendientes de certificación, a la menor distancia de desde octubre del 2005, con tan sólo 22.762 periódicos vendidos de diferencia. Es decir, casi una sexta parte de la distancia que separaba a ambas cabeceras siete años atrás.

Esta tendencia se ha acelerado notablemente durante el presente año. En enero de 2013 la diferencia era ya sólo de 54.026 copias, lo que significa que, durante este año, la diferencia se ha reducido en casi un 60%, hasta los 22.762 ejemplares mencionados en septiembre

En este breve período, «El Mundo» ha perdido más de 31.000 ejemplares, pasando de 157.095 a 126.014, o lo que es lo mismo, se ha dejado en apenas ocho meses el 20% de su difusión. «El País» también ha sufrido, pero en menor medida, perdiendo 27.343 ejemplares entre enero y septiembre de este año, lo que supone un 14% de su difusión. ABC, por el contrario, no sólo no ha cedido un ápice, sino que ha arañado unos cuantos ejemplares más en los quioscos, pasando de 103.069 a 103.252.

Estos resultados se producen a pesar de la estrategia de ABC de apostar por la difusión rentable, estrategia que

ABC.es suma 821.000 nuevos lectores en el último mes

ABC.es ganó 821.000 nuevos lectores en el último mes. Un total de 5.736.000 usuarios únicos entraron en la web a lo largo de septiembre, lo que supone un incremento del 16,7% respecto a agosto. Son datos de comScore, el medidor oficial de audiencia utilizado como referencia en el mercado. Según esta misma fuente, el portal digital de ABC acumula un crecimiento anual del 22%, sensiblemente por encima de la competencia: «El Mundo» ha mejorado un 12,8% y «El País», un 2,1%.

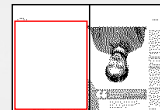
Los buenos resultados obtenidos en septiembre por ABC.es

confirman un mes más el éxito de la estrategia online emprendida por el periódico y que se constata en un alto nivel de calidad de las informaciones ofrecidas así como en la creciente diversificación de los contenidos. Con el inicio del nuevo curso, la web ha reforzado su equipo de redacción y multimedia para mantener el nivel de progreso. Canales temáticos como el de Viajes han registrado en el último año incrementos de tráfico de hasta el 1.600%. También el de Tecnología suma una subida del 200% en 2013, lo que convierte estos portales en plataformas de comunicación del máximo interés para los anunciantes que buscan públicos selectos especializados e interesados en ámbitos concretos.

ha llevado al diario a prescindir en el último año de ventas conjuntas en el quiosco con otras cabeceras, como «Diario Montañés», «La Rioja», el «Ade-lanto de Salamanca» y «La Crónica de León».

Crecimiento en 2013
Al contrario que sus competidores, ABC ha subido en los quioscos en lo que va de año

El acortamiento de distancias con «El Mundo» es fruto del constante esfuerzo de ABC por ofrecer la mejor oferta de información de calidad a sus lectores, siempre desde la defensa de los principios que el periódico viene sosteniendo desde hace 110 años. En septiembre, ABC lideró la información sobre la candidatura olímpica de Madrid, la operación del Rey, el escándalo de los ERE y el desafío independentista catalán, entre otros grandes asuntos de la actualidad.



EL PODER CIUTADÀ

Ana Pastor

capgira

Jordi Évole

Ana Pastor (Madrid, 1977), periodista al capdavant del programa setmanal 'El objetivo', entrevista el seu company a La Sexta Jordi Évole. El conductor de 'Salvados', columnista d'EL PERIÓDICO i premi Manuel Vázquez Montalbán i premi Iris, entre altres, torna aquesta nit a la graella televisiva.

FOTOS: **JOSÉ LUIS ROCA**



L'última vegada que ens vam veure estava assegut en una cadira blanca de plàstic intentant menjar-se un entrepà. Ja feia mitja hora que havia retirat una part del paper d'alumini que recobria aquell sopar, però cada vegada que intentava mossegar-lo, se li acostava una de les desenes de persones que s'acumulaven al seu voltant per fer-se una foto amb ell. S'ha convertit en un fenomen de masses, cosa que l'incomoda molt, però manté intacta aquella mirada àcida, crítica i vacilona de la realitat. Aquell dia de principis d'estiu recollia un dels molts premis que *Salvados* ha aconseguit en els últims anys. Avui torna a la televisió. I torna més en forma que mai.

-¿Què has estat fent durant tots aquests mesos que no t'hem vist per televisió?

-Sobretot, estar amb el meu fill i disfrutar-lo més per compensar els mesos que estic menys amb ell. Però també he estat donant voltes a la nova temporada. A mi em costa molt desconnectar. Abans, sense telèfons mòbils, la gent et trucava a casa i si no hi eres, doncs no passava res. Ara et truquen al mòbil, t'envien un Whatsapp, també un tuit directe i fins i tot un e-mail.

-¿Per què heu elegit l'escriptor Arturo Pérez-Reverte per al primer programa?

-Ens vam plantejar una pregunta per a aquest primer dia: «¿Per què no ha petat tot?». És una cosa que molta gent m'ha dit al carrer: «¿Com és que en un país que té aquesta crisi no peta tot?». Buscàvem algú que ho pogués explicar i que, a més a més, tingués un punt indignat com ell.

-Ino és habitual veure't a la televisió.

-És cert. Nosaltres, de fet, el volíem per tancar la temporada anterior i no el vam convèncer. Però ho hem tornat a intentar i ara sí que ha parlat per a *Salvados*.

-¿Què més veurem en el primer *Salvados*?

-Hem fet un recorregut que comença en un centre comercial, un d'aquells llocs en què sembla que la crisi no existeix, que no ha passat res. Fins que no rasques, no perceps realment el que està passant. Per això, el programa continua en un barri de Barcelona rebatejat com a *Ciutat Desnonament* [Ciutat Meridiana]. Allà ens hem trobat amb una xarxa social de veïns que estan evitant que tot s'enfonsi, encara que sigui amb un fill prim. El que hem vist és com un quadro hiperrealista.

-¿I què li dius a la gent que pensa que Jordi Évole només parla de desgràcies, que només retrata la realitat en negatiu?

-Depèn del que vulguis triar de tot



“

«Per al primer programa ens vam preguntar: '¿Per què no ha petat tot?'. I ens ho explicarà Arturo Pérez-Reverte, que a més té un punt de vista indignat»

«És un insult que el Govern parli de recuperació econòmica. Si recuperem el país però no els seus ciutadans, ¿a què estem jugant?»

el que expliquem. A vegades apareixen pinzellades que denoten alguna cosa positiva. Per exemple, gent anònima d'una associació de veïns que contracta un advocat per evitar casos de desnonaments, o una monja a qui jo anomeno *borroka*, perquè em va dir que si s'ha de tirar a terra una porta d'una puntada, perquè el pis és del banc i està buit, es tira, perquè hi entri a viure una família. O la directora d'un col·legi públic que està lluitant amb dents i ungles, malgrat que li estan retallant per tot arreu. Ella em deia: «¿I què faig? ¿No lluito perquè tots els nens tinguin dret a un àpat al dia, si a més he vist que és l'àpat més important per a ells perquè molts m'arriben sense haver menjat res?».

-Llavors, suposo que no et creus això de la recuperació econòmica.

-Em sembla un insult que ens diguin això.

-Però el Govern diu que hi ha dades que ho avalen. Per exemple, que fa un any estàvem a un pas del rescat i ara ja no.

-Però si recuperem un país i no recuperem els seus ciutadans, ¿a què estem jugant?

-Salvados ha anat canviant al llarg dels anys. Primer amb un vessant més còmic i ara més centrat en la denúncia social i el que tu has anomenat l'hiperrealisme. ¿Què més ens queda per veure en aquesta evolució?

-Moltes vegades, en el programa ens hem refugiat en els blancs i negres perquè hi havia temes amb bons i dolents. Però aquests temes també s'esgoten. La vida és molt més complexa i hi ha molts matisos. Per mi, el gran salt de *Salvados* és intentar explicar aquesta complexitat, intentar arribar a aquests matisos, anant a un barri on et trobes veïns compromesos a ajudar els altres i, al costat, algú que t'està dient: «Primer els d'aquí, primer ajudem els d'aquí». Explicar la complexitat és el nostre gran repte.

-¿Quant pesa ser una referència informativa per a milions de persones?

-Em pesa molt perquè, a més, no crec que sigui cert. En aquest país necessitem les etiquetes per catalogar-ho tot. No podem passar de ser els gamberrets de la tele que picaven al timbre i sortien corrents a ser els periodistes rigorosos. Però el cert és que som uns *putos* privilegiats. Com diu Gervasio Sánchez, el periodisme és la fórmula: temps + diners. Necessites algú que inverteixi perquè un equip de 30 persones tingui temps per analitzar un tema. I ens l'han donat! Tenim al darrere una cadena de televisió que ha decidit apostar per això. Ho hem d'aprofitar al màxim perquè no sabem quant pot durar.

Passa a la pàgina següent



Ve de la pàgina anterior

-Aquesta és una altra pregunta que molta gent es fa: ¿han condicionat la teva feina des de dalt?

-A mi mai. Fins ara no hi ha hagut cap directiu que m'hagi dit: «Aquest tema no es toca». Un grup mediàtic pot pressionar a qui fa els programes però tu ets qui decideix quins matisos incorpores si tenen raó i quins no. Sí que crec que hi ha d'haver diàleg. Uns estan obligats a pressionar i nosaltres a aguantar la pressió. L'altre dia un senyor pel carrer em deia que *Salvados* és un error del sistema. «Us hi heu colat; i ara ja no hi ha marxa enrere». Encara que també aquell ciutadà creia que al sistema li va molt bé que algú des-tapi l'olla a pressió una estona i després es torni a tapar.

-¿I què passa amb els polítics? ¿Et truquen? Després d'aquella escena de Juan Cotino caminant i sense voler respondre... ¿Ningú del seu entorn et va trucar?

-Ningú. Estic convençut que als directius de la cadena els han donat molt la tabarra amb aquesta escena i amb altres. Però, per fer el que nosaltres fem, necessitem directius que també aguantin la pressió, que siguin capaços de donar la cara per tu. I a mi, fins ara, m'ha passat. I agraeixo que ni em transmetin aquestes trucades, que no em diguin res. El més fàcil seria dir-me: «¿Ara et posaràs a parlar de l'accident de metro de València? ¿Set anys després?». I no va passar. Vaig presentar el tema, el vaig defensar i em van dir que endavant.

-¿Quina és la pregunta més difícil que t'han fet?

-Em va passar una cosa molt curiosa durant una xerrada a la Universitat a Màlaga. A vegades som víctimes del nostre propi discurs i això és bo. Els estava explicant als alumnes que no s'ha de tenir por de preguntar, que s'ha de ser valent i, després d'aquest discurs, em van fer una roda de premsa sanguinària.

-¿I això és boníssim!

-Sí... (riu) Els vaig dir: «Us heu après la lliçó de puta mare». I jo crec en això perquè, a més, no ha de provocar enemistat amb ningú.

-¿Quin és el personatge que més se t'ha resistit i per fi vas aconseguir fer seure a Salvados?

-Doncs a mi m'encanten els ex. Vam tenir Jordi Pujol, Felipe González, etcètera. I ens va anar molt bé. Per treure'ns de sobre l'etiqueta dels gamberros hem hagut de suar de valent.

-¿Existeix l'objectivitat? Jo crec en l'honestetat. Quan vas a un lloc intentes retratar el que hi veus sense importar-te si això perjudica un color polític o un altre. ¿Crees que a vegades l'objectivitat es confon amb equidistància?

-Crec que a vegades ens obsessionem perquè no se'ns noti de quin costat flaquegem.

-¿I a tu et passa?

-Sí, però al final un segueix la se-

“

«Als universitaris de Màlaga els vaig dir que no s'ha de tenir por de preguntar. Després van ser sanguinaris amb mi»

«Per treure'ns de sobre l'etiqueta d'els gamberros hem hagut de suar de valent»

«Parlant amb amics vam arribar a la conclusió que ser d'esquerres o dretes és una cosa estètica»

«El canvi en política el poden impulsar Eduardo Madina, Alberto Garzón... i Soraya...»



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

va tendència. Jo no puc ni vull ser neutral quan parlo dels temes públics. He anat tota la meua vida a l'ambulatori del meu barri, he estudiat en col·legis públics i no m'ha anat malament. I per això em cabreja molt veure que s'intenta desprestigiari això. Em poden dir que no sóc objectiu, i no ho sóc. O en el cas de les víctimes de València, un col·lectiu que ha estat menyspreat per tots, polítics i també per la societat, que va decidir mirar cap a un altre costat. A més a més, jo tinc un problema molt gran i és que empatitzo molt.

-¿Empatitzes amb els convidats?

-Sí. A la mínima estic assegut amb algú que, encara que primer pensi que és un cabró, després dic: «Bé, doncs potser s'ha explicat malament». De fet, intento no quedar amb ells abans de la gravació perquè si no acabo fent entrevistes molt dolentes.

-¿Quin és l'estat del periodisme del país?

-Estem fotuts per l'enorme precarietat. No tu i jo, que som uns privilegiats, però no és el cas de la immensa majoria. Parlo de gent que ha de cobrir tres rodes de premsa en un matí. Així és impossible fer periodisme. Hi ha uns senyors que només miren el compte de resultats. La precarietat també explica que encara no ens hàgim aixecat d'una roda de premsa sense preguntes. ¿Tu ho hauries fet? Si ho faig jo sol no serveix de res. Hem de fer-ho tots.

-¿Per què creus que no es fa?

-Perquè hi ha por, i perquè hi ha caps que estarien encantats que t'aixequessis d'unes rodes de premsa però d'altres no. I segurament hi ha un redactor de *La Razón* que es vol aixecar d'una roda de premsa de Rajoy. I un d'*El País*, d'una companyia de Rubalcaba. Però al final no ens plantem. I així estem. Li vaig explicar a un diputat anglès que els polítics aquí fan «declaracions». I em va dir que allà responen preguntes. Quina bogeria, ¿eh? (riu)

-¿Ho hem permès nosaltres?

-Una mica, sí. Mira el que va passar a Nova York. Els corresponals espanyols potser són més independents perquè viuen fora. Es van trucar entre ells i van decidir no anar a una roda de premsa d'Ana Mato sense preguntes. I de seguida la ministra va rectificar.

-Però només ha passat una vegada.

-Jo tinc l'esperança que no sigui l'única.

-Parlem de política. ¿Tenim els polítics que ens mereixem perquè han estat elegits?

-Sí es pogués fer d'una altra manera, potser n'elegiríem uns altres. Hem parlat moltes vegades de llistes obertes, de més participació ciutadana, de reclamacions bàsiques per a una democràcia 2.0. Jo no he votat ni tan sols aquesta Constitució com perquè em diguin que és incommutable.

-¿Està molt tocada la democràcia a Espanya?





–Està més tocada del que ens pensem. El ciutadà cada vegada se'n creu menys particip. No podem permetre que s'instal·li el discurs de votar cada quatre anys i després que no es recordin de res. No pot ser que reformin la Constitució, que sembla intocable, en dues nits els dos principals partits i pretenguin que no passa res. Escoltin, ¿ens han vist cara de tontos als altres quan diuen que no es pot tocar quan ells ho fan amb nocturnitat i traïdoria? Plantejen un programa electoral que no estan complint en absolut i no podem opinar en un referèndum. Si vostè no portava les retallades en el programa, ¿no hauria de consultar-ho? Només ha passat una vegada a Espanya, amb l'OTAN.

–¿Què és ser d'esquerres i de dretes avui a Espanya?

–Doncs un dia, parlant amb amics, vam arribar a la conclusió que és una cosa estètica.

–¿Ets d'aquelles persones que creuen que la crisi ha acabat arrasant les ideologies?

–És una cosa que ens diu Pérez-Reverte al programa. I hem tingut una oportunitat d'or perduda. La primera legislatura de Zapatero se la va polir ell mateix en dues setmanes. Això va ser un gran desengany per a molta gent d'esquerres del qual el PSOE no s'ha recuperat encara. Perquè, a més a més, no han fet res per solucionar-ho.

–¿I quines persones podrien impulsar aquest canvi en la política? ¡Mulla'!

–Donaré tres noms: Eduardo Madina, del PSOE; Alberto Garzón, d'IU i... estava a punt de dir Soraya Sáenz de Santamaría, del PP...

–Però...

–Però, és clar, quan la veus en declaracions com les de l'altre dia sobre els aturats doncs et cau una mica l'ànima als peus, que dirien al meu poble.

–Parlem de Catalunya. Independència, ¿sí o no?

–No.

–¿Consulta sí o no?

–Sí. A favor d'aquesta i de moltes més.

–¿I només a Catalunya o a tot Espanya?

–Només a Catalunya.

–¿A la resta del país no hi tenen res a dir?

–Bé, és la meua opinió. Potser ens sorprendria. L'última enquesta que s'ha fet a nivell estatal diu que el 45% dels espanyols no veurien malament aquesta consulta a Catalunya. Als mitjans apareixen les posicions més polaritzades i això els va bé als dos extrems. En l'article que vaig publicar aquí dirigit a la vicepresidenta Sáenz de Santamaría jo denunciava la incomprensió que hi ha a Madrid sobre l'assumpte. Hi ha gairebé un passotisme, com dient «ja els passarà». Doncs no els passarà, no passarà sol.

–I ¿què s'hauria de fer?

–S'ha d'actuar políticament. Crec que s'han d'asseure i arribar a acords. En tenim un exemple a pocs quilòmetres, el del Govern britànic. Aquest estiu he estat de vacances a Escòcia i allà es respira normalitat. La incomprensió de Madrid és una arma poderosíssima per fabricar independentistes cada cinc minuts. I mentre tot això ocupa pàgines i pàgines de la premsa, en un barri com el de Ciutat Meridiana de Barcelona, al seu col·legi cap família pot pagar el menjador escolar.

Jordi Évole segueix sent el mateix que fa uns anys. La diferència és que ara la potència del seu missatge s'ha multiplicat per centenars de milers, que són els que l'escolten atentament. I, conscient d'això, es preocupa més encara de tenir la seva mirada dirigida sempre cap als ciutadans. Segueix parlant en plural perquè no s'oblida del seu equip i segueix sent un bon company de professió al qual no li costa gens pirotejar els professionals que ho fan bé. Però a més a més el periodista és pare i li sap greu les absències i els minuts robats al seu fill, que el manté a la terra, perquè encara no se n'ha desenganxat malgrat l'èxit aconseguit.

–¿On et veus quan hagin passat 10 anys?

–Ni idea, però no descarto muntar una casa rural al Pirineu d'Osca i escriure un article una vegada a la setmana.

–Però... Encara tenim Évole per a esona a la televisió, ¿oi?

–Sí. Torno amb moltes ganes. Si no, no ho hauria fet. Tinc ganes de tornar a viure els debats que es generen després de l'emissió del programa, el que fem bé i el que fem malament, millorar el que s'hagi de millorar, com per exemple que hem de documentar-nos més i altres coses. Si això no passés doncs potser ja hauríem cobert una etapa. Però encara no. Un dia parlàvem que tenir fills representa una gran cura d'humilitat. Ho és. El meu, fa un temps, quan rebia un premi, em preguntava si eren Lacasitos. I quan ens van donar l'Ondas anava amb ell al cotxe i el vaig avisar que em trucaria de la ràdio per a una entrevista. La seva resposta va ser: «D'acord, papa, però afanya't que arribem tard a la piscina».

–¿Fa mal el retret quan estàs menys temps amb ell per culpa de la feina?

–Els homes som uns privilegiats perquè les mares aguanten més, almenys en el meu cas. Jo intento fer l'impossible quan paro uns mesos. En aquest temps de pausa em centro en ell.

I parlant d'ell ens acomiadem. Encara té el seu davant un llarg dia que acabarà a Sevilla, on protagonitzarà el discurs d'obertura de la Fàbrica de Comunicació de la Universitat d'aquesta ciutat. Tothom vol escoltar-lo allà i en molts altres punts del país. Ha tornat Jordi Évole. Una gran notícia per a la televisió, el periodisme i, sobretot, per als ciutadans. ■



Jordi Évole: «El periodismo de calle es muy higiénico»

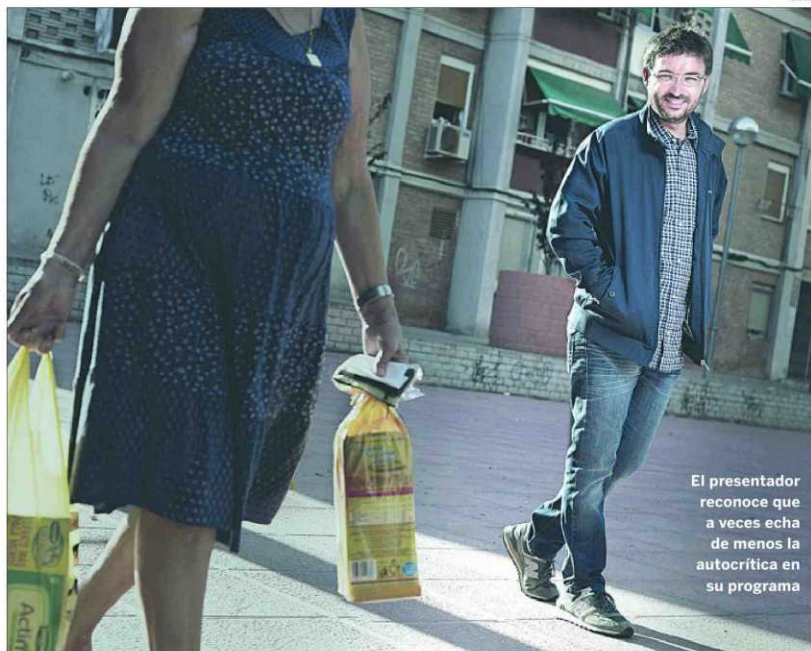
Vuelve hoy a la carga con la nueva temporada de «Salvados» en laSexta a las 21:30 y entrevistará a Arturo Pérez-Reverte

Cecilia García - Madrid

Jordi Évole tiene como máxima no regodearse en el pasado. Un pasado que, en su caso, está trufado de premios y el apoyo que la audiencia le otorga a «Salvados». «Cuando empiezo una temporada siempre tengo la sensación de que lo que se ha hecho anteriormente no sirve de nada», afirma. Pero no se arredra. Hoy regresa a laSexta, a partir de las 21:30, para seguir haciendo una radiografía del presente político, económico y social con su particular estilo. «Lo único que pretendemos es explicar una historia de la manera más pormenorizada posible con un lenguaje si se quiere poco ortodoxo periodísticamente pero que es sencillo, asequible, que llega al espectador, que lo puede entender mi madre, en definitiva», explica. La actualidad marca el ritmo informativo de «Salvados», por lo que estarán presentes los titulares que aparecen un día sí y otro también en los periódicos y en los programas informativos de radio y televisión y cómo le afectan al ciudadano. Por eso Jordi Évole y el equipo de «Salvados» porfían por fomentar el periodismo de calle. «Mira, la realidad es que sales de la redacción con unas ideas y llegas a los barrios y lo que te dice la gente te descoloca. Y tengo que decir que es muy higiénico. Ellos cuentan lo que les está pasando en primera persona: que no pueden pagar la hipoteca, ni el comedor de sus hijos. Su testimonio puede parecer crudo, duro, pero es su realidad».

Autocrítica

En «Salvados», las críticas que los ciudadanos lanzan a los poderes políticos y económicos se suceden, pero, ¿dónde queda la autocrítica? «Bueno, a veces se echa de menos, no es sólo echarle la culpa a otro. En el primer programa entrevistamos a Arturo Pérez-Reverte y dice: "Si aquí hubiese una revolución, lo primero que haríamos es salir al balcón para ver si nos han quemado el coche". Es su opinión». Évole es consciente de que tiene la etiqueta de ser de izquierda, «pero creo que por suerte



El presentador reconoce que a veces echa de menos la autocrítica en su programa

14,8%

media de audiencia

obtuvo el programa de Jordi Évole durante la temporada pasada en laSexta

3.000.000

de espectadores

fueron fieles cada domingo a la cita con el espacio entre febrero y junio de 2013

16,3%

de «share»

es la cifra récord que obtuvo gracias al programa que hizo con el juez Bermúdez



Una imagen del programa de hoy con Arturo Pérez-Reverte

Respuestas en «Villa desahucio»

El programa de hoy se grabó en un barrio de Barcelona conocido popularmente por ser uno de los que más desalojos tiene de España. Pérez-Reverte realizará una aproximación al ciudadano español y su miedo al cambio: «La gente está esperando a que acabe la crisis para hacer lo mismo que hacía antes: comprarse otro coche con una hipoteca».

el programa tiene transversalidad porque los testimonios que se ofrecen abarcan todo el abanico político y social. Es fundamental si se ve de qué pie cojeas, al final pierdes credibilidad. Y me consta que hay mucha gente que vota a la derecha que ve el programa».

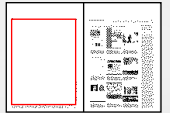
En esta entrega, «Salvados» no sólo va a abordar la crisis económica. Anticipa algunos de los contenidos que se tratarán en esta temporada: «Bajo el título "Camino de corrupción" investigaremos qué mecanismos utilizan para intentar corrompernos; hablaremos con personas que han cedido a esa tentación y con otras que se han resistido. También tenemos un programa preparado sobre esa masa social heterogénea que vive en la precariedad y en otro plantearemos si nos espían y cómo lo hacen». A Évole, éste último le parece muy interesante porque «estamos muy expuestos con los teléfonos móviles, internet, las redes sociales como Facebook y Twitter... Creo que es importante saber qué riesgos estamos corriendo».

Público joven

Aunque de unos años a esta parte el programa se centra en la realidad doméstica, «Salvados» también ha salido al exterior. En otras temporadas, Évole se trasladó a la frontera de México y Estados Unidos para mostrar la realidad de los «espaldas mojadas», a Israel y a Palestina... «pero a partir de 2010, cuando la crisis ya era una realidad, pensamos que lo que pasaba aquí era más trascendente».

El periodista es consciente de que es muy seguido por la gente joven, algo que agradece, aunque le «aporta mucha presión. Los halagos están bien, pero siempre tengo presente algo que me dijo David Trueba: "A ti, ahora lo más fácil que te puede pasar es que decepciones". Igual tiene razón, que un día deje de gustarles. Pero seguimos trabajando en los reportajes, echándonos muchas horas e intensidad».

Évole no vive los índices de audiencia de «Salvados» como una espada de Damocles, pero admite que le preocupan. «El lunes me despierto inquieto». Esa inquietud de la que habla le acompaña también la noche del domingo, durante la emisión. «Intento ver el programa como espectador, pero se me enfrían las manos. Supongo que es producto de los nervios. Hay días que el programa me gusta más y otros menos». Eso sí, no duda en testar su acogida a través de las redes sociales. «Me importan mucho los comentarios espontáneos de la gente mientras se está emitiendo». Siesto es así, no es difícil imaginarse la estampa del presentador esta noche con la mirada dividida entre la televisión y su iPad.



EM2 / EL MUNDO CAMBIA DE PIEL: TODOS GANAMOS



LA PRENSA DEL SIGLO XXI / NUEVOS DESARROLLOS (IV)

EL MUNDO lanza su edición vespertina, con las noticias actualizadas durante la jornada, el seguimiento de las exclusivas del diario, columnistas propios y contenidos audiovisuales. Disponible desde mañana lunes, entre las 18.00 y las 19.00 horas



UN DIARIO DIGITAL DE MÁS DE 70 PÁGINAS, DE LA PORTADA A LA ÚLTIMA

'EL MUNDO de la Tarde', la pionera apuesta de este diario, conjuga el periodismo de siempre con las posibilidades que ofrecen los nuevos dispositivos. Una oferta informativa que permite no esperar a mañana para saber lo que pasa hoy. Información, opinión, análisis, imágenes... La esencia del periódico adaptada a los nuevos hábitos de consumo.

Mañana nace 'EL MUNDO de la Tarde'

Disponible ya para iPad y dentro de un mes también lo estará en las tabletas del sistema Android

EL MUNDO
EL MUNDO vuelve a ser pionero. El periodismo de siempre y las nuevas tecnologías van de la mano en la última apuesta editorial de este diario: un vespertino para tabletas electrónicas. La actualidad de hoy sin esperar a mañana. Información, opinión, análisis, multimedia... los valores periodísticos adaptados a las nuevas necesidades de consumo informativo de la sociedad.

EL MUNDO de la Tarde nace para llenar un vacío en la prensa española. Desde mañana, y entre las 18.00 y las 19.00 horas, informará de lo que el resto de diarios hablarán al día siguiente. La aplicación está ya en el Apple Store y en un mes estará disponible para tabletas Android.

► **CÓMO LEERLO.** Los suscriptores de Orbyt, entre otras muchas ventajas, tienen acceso gratuito a EL MUNDO de la Tarde. Como promoción de lanzamiento, EL MUNDO publicará mañana un código que permite el acceso durante esta

próxima semana y de manera gratuita. A partir del 4 de noviembre quienes quieran leerlo podrán hacerlo por sólo 4,99 euros al mes.

► **ACTUALIDAD.** Informa de todas las noticias que hayan acontecido hasta media tarde. El lector disfrutará en su tableta de una informa-

QUEDAN 9 DÍAS

Abóñese a Orbyt y llévase gratis un 'smartphone' Samsung Galaxy

ción jerarquizada, trabajada, analizada y contada por los periodistas de la redacción, con el valor de hacerlo para una tableta electrónica.

► **FIRMAS.** Rubén Amón, Antonio Lucas, Vicente Ferrer, Jesús Nieto, entre otros, así como los directores

de las ediciones de EL MUNDO en Andalucía, País Vasco, Valencia, Cataluña y Baleares serán algunas de las plumas que se podrán disfrutar cada tarde.

► **OPINIÓN.** Contará con un editorial que mostrará la posición del periódico respecto al hecho más relevante del día. Un editorial que se completará con una viñeta gráfica de Idígoras y Pachi.

► **UNA MIRADA AL EXTERIOR.** Los periodistas de EL MUNDO en el extranjero ofrecerán, bien a través de podcasts o mediante una postal, la otra realidad de los países y su vida cotidiana.

► **UN INFORMATIVO AUDIOVISUAL.** Carlos Cuesta dirige y presenta un informativo que aborda toda la actualidad de la jornada. Asimismo, Cuesta profundizará en la noticia más relevante en *La clave*, un espacio donde junto al redactor especializado de este diario profun-

dizarán en la noticia del día.

► **MULTIMEDIA.** Aprovechando la usabilidad de las tabletas, los lectores disfrutarán de video reportajes que profundizan en las informaciones más importantes. Estos videos estarán disponibles tanto en la noticia en cuestión como

Pruébalo 5 días

EL MUNDO y EL MUNDO.es publicarán mañana un código que le permitirá acceder al vespertino de lunes a viernes

agrupados en su correspondiente galería audiovisual.

► **IMÁGENES.** Como complemento extra a las informaciones escritas, los lectores encontrarán una completa galería de imágenes asociadas a la noticia, y que construyen un re-

lato audiovisual de la misma. Asimismo, un resumen fotográfico de la jornada narrará en imágenes qué ha sucedido en las últimas horas.

► **CONTENIDOS PREMIUM.** Los lectores de EL MUNDO de la Tarde podrán disfrutar de adelantos de contenidos propios que se publicarán en la edición impresa del día siguiente: exclusivas, periodismo de investigación, entrevistas, artículos de grandes firmas...

► **NAVEGABILIDAD.** El lector dispone de un menú en la parte superior desde el que puede acceder de forma directa a todas las secciones -desplegadas en un scroll vertical- así como al contenido multimedia.

ELMUNDO.es

► **Video:** Descubra el vespertino.

► **Gráfico:** Tutorial para no perderse nada.



INFORMACIÓN, OPINIÓN, ANÁLISIS Y MULTIMEDIA



PORTADA
La primera página de 'EL MUNDO de la Tarde' muestra todo cuanto ha sucedido en la jornada de manera jerárquica y muy visual.



NAVEGACIÓN
El botón situado en la parte superior izquierda despliega un menú vertical que permite navegar por las diferentes secciones, así como consultar la hemeroteca.



GALERÍAS
Las tabletas permiten conjugar textos e imágenes. Ambos se complementan. Una extensa galería construye un relato visual de lo que ha pasado en las últimas horas.



ECONOMÍA
La publicación del vespertino coincide con el cierre de la Bolsa. Los lectores contarán con el análisis de cómo se ha desarrollado la jornada en el parque.



DESDE EL EXTERIOR
Los corresponsales y enviados especiales del periódico ofrecen una mirada distinta a la realidad mediante 'podcasts' o imágenes que muestran otro día a día fuera de agenda.



NOTICIA A NOTICIA
La fácil navegación y usabilidad del vespertino permite navegar por todas las noticias publicadas gracias a un cómodo 'scroll' inferior.



ACTUALIDAD
España, Mundo, Economía, Deportes, Cultura, Ciencia... las noticias que otros diarios contarán mañana, o que no contarán, disponibles a primera hora de la tarde.



PASATIEMPOS
A imagen y semejanza de los diarios, 'EL MUNDO de la Tarde' también cuenta con un Sudoku y un Crucigrama, ambos interactivos y con dos niveles: fácil y difícil.



VIDEOANÁLISIS
Los videoanálisis son un valor fundamental de esta nueva apuesta. Además de los videos de actualidad, los lectores tendrán acceso a un informativo presentado por Carlos Cuesta.



La misión de un diario de la tarde

VICTOR DE LA SERNA

Pocos periodistas hoy en activo han conocido un periódico de la tarde en alguna de las grandes ciudades españolas, y menos aún son los que han trabajado en un vespertino. Hace ya más de tres decenios que, en España y en el mundo, empezó su declive por la competencia creciente de los informativos de la noche en televisión y radio y por el cambio de hábitos en la sociedad, que propiciaron la desaparición –ya entonces– de las cabeceras más débiles, o su paso a la mañana para mejorar difusión e ingresos publicitarios, que es lo que hizo *Diario 16* tras la llegada de Pedro J. Ramírez a la dirección.

Algunos, como este cronista, sí que conocieron por dentro y durante años un periódico de la tarde, en este caso aquella rara avis del tardofranquismo y de la transición, el liberal *Informaciones*, cuya difusión nunca llegó a los 100.000 ejemplares pero que, en solitario tras el cierre del *Madrid*, llegó a ejercer a principios de los 70 una influencia desproporcionada con su modesto tamaño.

Y es que un vespertino de calidad –los había también muy populares y sensacionalistas, como *France-Soir* o *Pueblo*– cumplía un cometido apreciado: aunque quizá menos completo informativamente que los grandes matutinos, suministraba análisis, opinión, ampliación, perspectiva añadida a los grandes acontecimientos del día. En el fondo, un vespertino como *Madrid* o *Informaciones* complementaba lo que ofrecía la prensa matutina de una forma similar a lo que hoy se espera que todos los periódicos aporten, sea cual sea su soporte, frente a la masa de información en bruto que dan los medios audiovisuales o las redes sociales.

Y en esas estamos cuando EL MUNDO introduce, por primera vez en muchos años, una edición de la tarde sobre un soporte único y novedoso, la tableta, pero con un formato que es inconfundiblemente el de un diario, con sus artículos en columnas, y sin el interminable *scrolling* de arriba abajo de las clásicas portadas de los medios de internet. Pero más que la mecánica importa el contenido: la puesta al día de las últimas noticias acaecidas en la jornada, con una segunda oportunidad cada 24 horas para introducir ese análisis y esa perspectiva que tanto se exigen a la prensa profesional frente a la cacofonía, la sobreabundancia y el desorden –cada vez mayores todos ellos– de internet. Y ello se presenta como una oportunidad periodística de primera y como un servicio que los ciudadanos necesitan y van a apreciar.



L'acció s'ha disparat

Netflix va començar com un servei de subscripció de devedé. Cotitza a la borsa des del 2003. Aquest últim any s'ha revaloritzat més del 370%. El 2012 va ingressar 3.600 milions de dòlars, amb un ebitda de 95 milions.

LLEURE

Netflix ha esbotzat la tele

El canal de vídeo per internet supera en abonats el canal de cable HBO als Estats Units

Mar Galtés

Aquest darrer mes, Netflix, la companyia de vídeo per internet als EUA, ha donat dos cops d'efecte que indiquen com s'està alterant, o com s'està trencant, l'estatu quo de la televisió, la manera com els espectadors s'acosten als continguts televisius des de nous paràmetres d'espai (en qualsevol pantalla) i temps (en qualsevol moment). Al setembre, *House of cards*, produïda per Netflix, es va convertir en la primera sèrie duta a terme per emetre a través d'internet que guanyava un premi Emmy (tot i que se n'esperaven més). I aquesta setmana Netflix ha anunciat que ha superat el canal de cable HBO en subscriptors als EUA (29,9 milions, contra 28,7, segons TechCrunch).

Netflix té competidors a l'aguait, com Hulu o Amazon Prime als Estats Units, i encara li queda molt per fer al mercat internacional (9,2 milions d'usuaris al Regne Unit, Irlanda i Holanda; lluny dels 114 milions que accedeixen a HBO). Però la tele en *streaming* avança a tot el món (a Espanya l'oferta ve de Wuaki.tv o Filmin). Aquesta nova televisió ja no depèn d'aparèlls descodificadors, sinó de la banda ampla i de la generalització de les smart tv.

El contingut en *streaming* es nodreix de pel·lícules i de sèries, que ara són un producte de culte, referents de la creativitat en la cultura digital actual. Per estar al dia cal poder comentar l'última temporada de *Homeland* o de *Breaking Bad*. I la manera de veure les sèries diu molt de com evoluciona el consum audiovisual (als Estats Units van amb un avantatge d'almenys quatre anys, diuen els experts). Les sèries van començar a conrear la seva llegenda als canals de pagament (fa ja catorze anys que HBO va estrenar *The Sopranos*); al cap d'un temps acaben arribant als canals generalistes: sempre, creant expectació, setmana a setmana. Però un dia arriba Netflix i produeix una sèrie i la penja sencera a internet, de cop, trencant capítols, un divendres (amb tot el cap de setmana per endavant: atenció, ionguis de les sèries). I per si fos poc, en paral·lel a tot això, i alhora, es pot trobar, gairebé a l'instant, per internet, i veure-la a la tauleta o on vulguis. I "de franc" (si



Kevin Spacey protagonitza *House of cards*, la primera sèrie produïda per a internet que ha guanyat un Emmy

fet que la tecnologia no es pot desinventar. "Fa anys, des de Napster, que es poden compartir arxius de franc. És l'exemple de BitTorrent, a l'abast de qualsevol persona, que amb un mínim coneixement es pot arribar a fer una programació a mida. Però costa un esforç, i a vegades fins i tot fa mandra". Ganyet justifica aleshores que "com a usuari compensa pagar una subscripció a un preu que es percebi com adequat". És l'èxit de Spotify, o de Netflix.

Internet allarga la vida a les sèries quan cau de la programació estàndard. Fins i tot el creador de *Breaking Bad*, Vince Gilligan, va reconèixer fa uns dies que les descàrregues il·legals de la sèrie a través d'internet han "ajudat" a fer-la més popular (tot i que perjudiquen els ingressos dels seus creadors). Després del cinema i la música, la televisió és un altre exemple de com les disruptors digitals arriben a destruir vells models de negoci. I tots els actors busquen la manera de rendibilitzar les noves oportunitats.

"Volem ser com HBO, abans que HBO sigui com nosaltres", va

Netflix destina el 90% dels ingressos a comprar catàleg, però vol potenciar la producció pròpia

ser la reveladora frase del cap de continguts de Netflix, Ted Sarandos, quan la companyia va batre HBO en subscriptors. HBO inverteix fins a sis vegades més que Netflix a produir originals. Netflix destina el 90% dels ingressos a comprar catàleg, principalment pel·lícules i sèries de les grans productores de Hollywood. Però vol potenciar la producció pròpia: el 2014 vol duplicar l'actual, i ha pressupostat 300 milions de dòlars per a sèries com *House of cards*, *Hemlock grove* i *Orange is the new black*.

Mentre les grans empreses s'esforcen a innovar, els usuaris hi surten guanyant i tenen a l'abast totes les sèries, actuals i històriques, al menjador de casa, a l'ordinador o a la tauleta. Tots els operadors estan mirant les fórmules per fer servir internet com els convingui. I encara falta que Google i Apple es llancin al mercat de la televisió, perquè, llavors sí, el gran canvi pugui adquirir magnituds de gran consum.

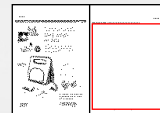
es pot dir que l'esforç en temps, la connexió... és de franc).

Hi ha almenys dos canvis radicals en aquest procés. Un, en el plantejament del negoci. "HBO és un model B2B (*business to business*, entre empreses: HBO ven les seves sèries a altres plataformes que les emeten) i Netflix és B2C (*business to consumer*, va directe al consumidor). Això ho canvia tot", explica Eudald Domènech, que fa més de deu anys que explora els nous models

de televisió digital, primer a través de descodificadors, ara des de TotalChannel (un "quiosc" de canals disponible al núvol). Domènech està convençut que per un tema de disponibilitat de l'espai radioelèctric, la televisió del futur passarà pel tub d'internet, però que no desapareixerà el concepte actual de cadenes que programen els continguts.

Però hi ha un altre canvi radical: emeti qui emeti les sèries i les pel·lícules, totes es troben, de

seguida i a més de franc, a internet. "La batalla de la televisió és la mateixa que va afectar la música, entre descàrregues d'un catàleg infinit i de franc (però que requereixen cert temps i esforç), i les subscripcions (més bona qualitat, facilitat d'accés i comoditat)", apunta Josep Maria Ganyet, professor de mitjans digitals a la Universitat Pompeu Fabra. "El cinema, com la música, ha passat de ser un producte a ser un servei". I posa èmfasi en el



PREPUBLICACIÓ CRISI DE CONFIANÇA EN ELS PARTITS

El final de la partida

Els vicis, en primera persona. El periodista d'EL PERIÒDICO Fidel Masreal descriu en aquest llibre les deficiències del sistema de partits de la mà del testimoni de molts dels seus protagonistes.



'GAME OVER. ELS PARTITS POLÍTICS: CORRUPCIÓ I VICIS DEL SISTEMA'
La Mansarda
255 pàgines.
19,50 euros (IVA inclòs).
A la venda la primera setmana de novembre.

que el que es fa està ben fet, perquè «aquest tio és un desgraciat», que «què s'ha cregut»... És una qüestió de bons i dolents. I comences a fer mal a gent sense saber ni per què. No els coneixes o els coneixes molt poc, perquè parles només amb un bàndol. És molt dolent, de veritat. Jo ho he practicat. Jo ho he fet. He sigut culpable durant dos anys com a mínim d'accions d'aquest estil. I, quan et poses davant del mirall, dius: «Quin fill de puta que ets; que fastigós». I vaig dir a Duran: «Marxo, perquè ja no sé ni escriure. Ja no tinc il·lusió, no m'agrada el que faig. Ni rebo la gent». Vaig deixar aquella part de la política de partit que és bruta, és lletja, t'asseca l'ànima, collons! No pot ser, no pot ser. És terrible. Perquè al final acabes pensant que ho fas bé, que és el que has de fer. Però, de vegades, a la vida, has de parar i dir: «Què estic fent?»

(...) Els principals partits tenen

Vila d'Abadal:

«Vaig deixar aquella part de la política de partit, que és bruta, lletja, t'asseca l'ànima, collons! No pot ser»

personatges que actuen com Vila d'Abadal. Habitualment es tracta del secretari d'organització. Una persona encarregada de fer la feina bruta. Al PSOE, el jove Óscar López ja ha exercit aquestes tasques en el cas Nevenka Fernández, quan va decidir acceptar un pacte amb l'exalcalde, condemnat per assetjament, per accedir a l'alcaldia de Ponferrada. El seu més excel·lent antecessor, Alfonso Guerra, mai no ha amagat que la seva funció al Partit Socialista no era altra que la d'avisar que «qui es mou, no surt a la foto». Al PP, Francisco Álvarez-Cascos exercia de secretari general, però era més conegut com el general secretari. A Convergència, la disciplina interna dels quadres territorials posa i treu candidats apehant a la renovació quan cal, o a l'experiència si convé. En temps de Pujol, era conegut que a CDC manaven tres persones: Jordi, Pujol i Solely. Amb permís de Miquel Roca, durant alguns anys. Des del relleu de lideratge, un grup de joves exerceix amb mà de ferro i ha deixat sense espai els vells dirigents que no combreguen amb la tendència netament independentista. El PSC també descarrega en el secretari d'organització el paper de trucar a delegacions locals i fins i tot de districte per ordenar qui ha d'anar i qui no ha d'anar en un equip directiu. José Zaragoza ha exercit també amb orgull aquestes tasques. ■



Concentració ciutadana convocada pel moviment dels indignats davant el Parlament la primavera del 2012.

“L'estructura interna i el funcionament hauran de ser democràtics». La vivència sobre la democràcia interna que va tenir Josep Curto, que va ser diputat del PP durant vint anys i portaveu d'aquest partit al Parlament, no pot ser més conclouent: «Els partits, el que no han de fer és enganyar la gent amb la democràcia interna. I una merda, en llenguatge del meu barri». «Com pot ser que una de les eines bàsiques de la democràcia no sigui democràtica? – li pregunto. «Hi havia algun líder que deia «nosotros estamos para preservar la democracia, no para practicarla». «Qui ho deia això?». «...». «No m'ho crec. «No t'ho creus? Bé, no hi ha proves. (...) L'alcalde de Vic, Josep Maria Vila d'Abadal, va militar a Unió durant

mitja vida. El 2011 va plantejar una candidatura alternativa a qui porta dirigint la maquinària democristiana des del 1987. Josep Antoni Duran i Lleida. Vila d'Abadal ha explicat que la direcció li va posar totes les traves del món per poder accedir en igualtat de condicions als compromissaris, els que voten al Congrés. Traves per aconseguir els avals que li calien per presentar-se. I traves per poder anar a fer campanya a les seues locals del partit. Podem pensar que Vila d'Abadal parla així per ressentiment, perquè va ser clarament derrotat per Duran i Lleida al Congrés d'Unió. No. Parla així perquè ell ha participat d'aquesta manera de fer que ara denuncia. Aquesta és la seva reflexió en veu alta: «Vaig conèixer la maquinària per dintre i va ser molt dur. Jo mateix em vaig tornar una persona amb pocs sentiments, que deia: «Tu pots fer això, tu no pots fer això; aquest no ens convé; aquest és dolent perquè va en contra nostre; aquest té opinió

i no interessa». Es tracta d'unificar totalment el partit, que hi hagi un sol pensament, la cúpula és la que mana, és la que guanya i és la que té la raó... O sigui, tot molt poc democràtic. I et vas intoxicant, perquè formes part de l'equip i del grup... i no te n'adones i estàs exercint de despot. El cas més clar que recordo és el d'un advocat de Girona que era una persona excel·lent, un tio collonut. I com que l'assemblea intercomarcal del partit considerava que no era de la seva corda, que era d'un altre sector, van dir que no podia seguir on era. Jo vaig ser l'encarregat d'avisar-lo. «No pots seguir, Salvador, no et presentis a les llistes perquè no sortiràs». Em va dir: «Jo vull ser-hi». I li vaig contestar: «Si vols, presenta't, però ja et dic jo que la intercomarcal i nosaltres treballarem perquè no surtis». Això és horrorós, és horrorós. Quan vaig entrar en la dinàmica de poder influir en gent, de dir «aquest sí» o «aquest no», em vaig sentir malament. Al final acabes justificant

L'AUTOR

Gairebé 25 anys de cròniques polítiques

Fidel Masreal fa gairebé 25 anys que està vinculat a la crònica política. Llicenciat en Ciències de la Comunicació per la UAB, ha treballat en ràdio, televisió i premsa. A SER Catalunya va ser cap de política. A Els matins de TV3 també es va dedicar a l'actualitat sobre partits i Govern, i a EL PERIÒDICO es va iniciar a la delegació de Madrid ocupant-se de la crònica parlamentària. Ha treballat també en la secció de Societat del rotatiu, i s'ha dedicat a temes d'immigració i pobresa. Va obtenir el guardó de premsa escrita en els premis de Benestar de l'Ajuntament de Barcelona i és autor del llibre 'Convivir con la depresión'.



Mohamed VI cede a la presión y libera al periodista Ali Anouzla

El director del diario 'Lakome' está acusado de "incitación" al terrorismo por colgar un enlace a un vídeo de Al Qaeda en la web de la publicación

Antonio Navarro Amuedo

"Me encanta ver el al Makhzén [la Corte de Mohamed VI y su círculo de poder] tener que echarse para atrás". Comentarios del tenor de este precedente de un activista en una red social se repiten tras la liberación de Ali Anouzla, el periodista marroquí liberado el viernes pasado tras 38 días en prisión.

El director del digital *Lakome* —uno de los pocos medios críticos con el *establishment* político y económico del régimen— fue detenido acusado de "incitación al terrorismo" por colgar un *link* en el medio digital a un vídeo de Al Qaeda en el Magreb Islámico crítico con la monarquía alauita e incitador de la yihad.

La campaña internacional puesta en marcha para conseguir su liberación tuvo sus frutos el viernes: Anouzla recupera su libertad de forma provisional. Tendrá que afrontar todos los cargos de los que las autoridades marroquíes le acusan con arreglo a una ley aprobada tras los atentados de Casablanca de 2003: "apoyo material", "apología del terrorismo" e "incitación a cometer actos terroristas". Podría pasar hasta seis años en la cárcel. El 30 de octubre está prevista la audiencia ante el juez.

Aunque la fortuna de Anouzla sigue en el aire, Mohamed VI ha vuelto a retractarse. A comienzos de mes desde el Departamento de Estado de EE UU —aliado fundamental de Rabat en el conflicto del Sáhara Occidental— expresaba su rechazo al encarcelamiento de Anouzla: "Estamos preocupados por la decisión del Gobierno marroquí de procesar a Ali Anouzla. Apoyamos la libertad de expresión, la de prensa y los derechos humanos".

El *Washington Post* dedicaba uno de sus editoriales el 2 de octubre a pedir la excarcelación de Anouzla. También desde Amnistía Internacional se denunciaba al régimen: "Tememos que Ali Anouzla está siendo castigado por la independencia editorial de *Lakome* y por sus críticas a las políticas del Gobierno". Destaca el silencio del Ejecutivo español. También del francés, el principal aliado de Marruecos.

Hay razones fundadas para pensar que la encarcelación del periodista —que cuenta con un largo historial en defensa de los derechos



CENSURA. El redactor Ali Anouzla ha estado recluido en la cárcel 38 días por ejercer el derecho a la información. / AFP

humanos, el secularismo y de denuncia a las autoridades marroquíes— poco tiene que ver con la difusión de un vídeo en la web de *Lakome* —el de AQMI era, además, un *link* al español *El País*— y mucho más con una venganza del régimen: Anouzla había investigado en profundidad el caso del pederasta hispano-iraquí Daniel Galván el pasado julio e informado en primicia sobre el mismo. La liberación de Galván —que se había

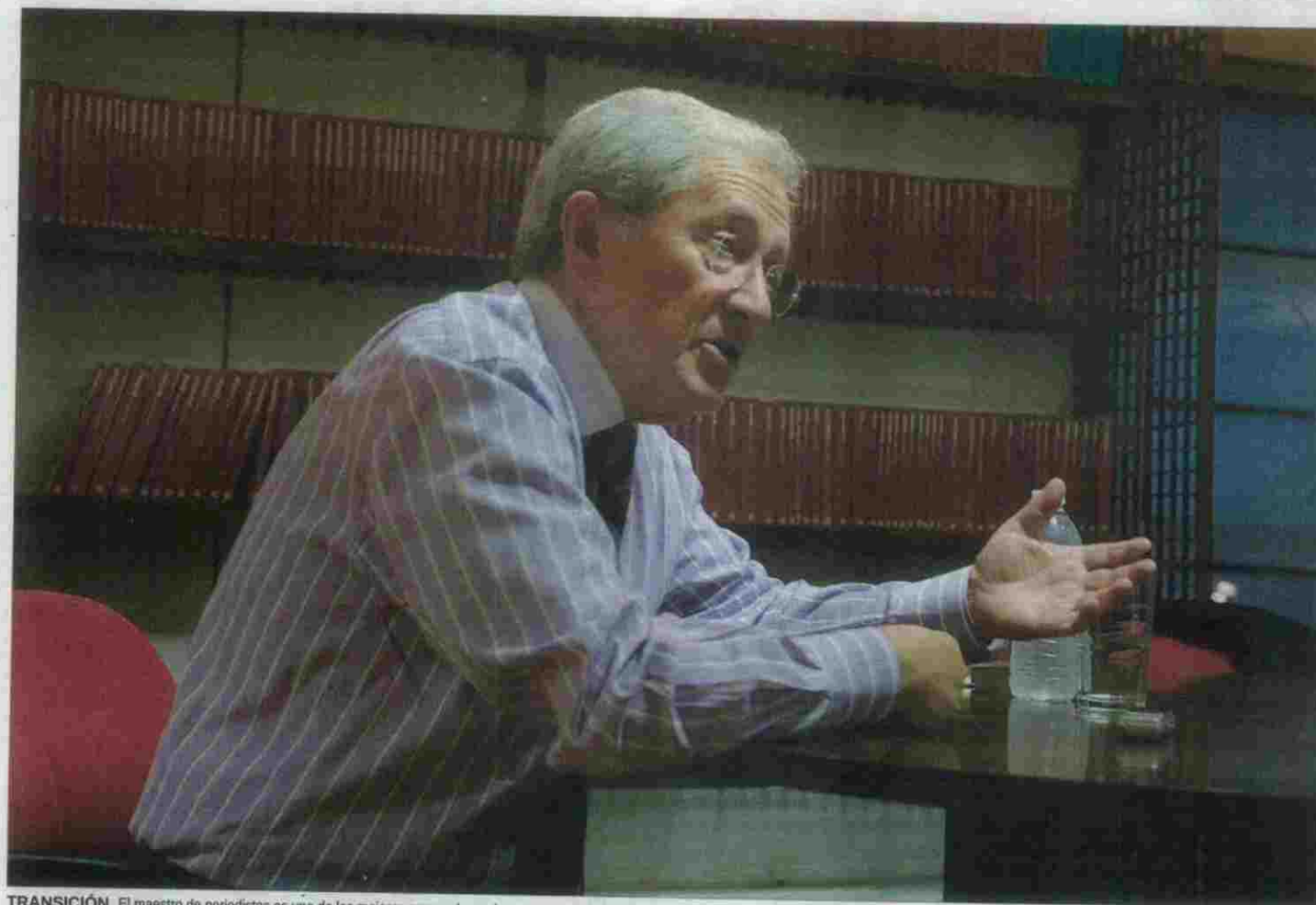
beneficiado de una gracia real pese a pesar sobre él una condena de 30 años— despertó una oleada de indignación en todo el país. Mohamed VI se vio obligado a pedir perdón y asegurar que desconocía el caso. Una circunstancia inédita. También *Lakome* denunciaba las excesivamente largas vacaciones reales.

El cierre durante varios días de la web de *Lakome* deja en el aire el futuro de la publicación y deja

entrever una negociación del periodista con las autoridades. Supuestamente, Anouzla habría autorizado el cese de la actividad de la publicación. Algo que desmintió el director de la edición francesa de *Lakome*, Aboubakr Jamaï —el célebre director del extinto *Le Journal Hebdomadaire* y figura indispensable del periodismo libre—. Mohamed VI vuelve a evidenciar quién manda en Marruecos y la falta de garantías democráticas.



España Entrevista a Fernando Ónega



TRANSICIÓN. El maestro de periodistas es uno de los mejores conocedores de esa etapa de la historia de España. / JUAN CARLOS GÓMEZ

Eurico Campano Madrid

Fernando Ónega. Gallego y periodista o periodista y gallego "aunque no sé aún bien por qué orden". Así le gusta definirse. Conocedor como pocos de nuestra historia reciente, cronista, probablemente el más reputado, de nuestra Transición, director de medios de Comunicación y escritor. En estos días anda presentando el último de sus libros: *Puedo prometer y prometo*, en el que narra sus años en Moncloa como director de Comunicación de los primeros Gobiernos de Adolfo Suárez.

"Puedo prometer y prometo". Ya sé que, aunque es la más famosa, esta sí pertenece al propio Suárez. Pero algunas otras sí que son tuyas, como la de "hacer normal lo que a nivel de calle es simplemente normal".

Esa última frase pertenece al primer discurso de Adolfo Suárez. Y es más importante que la otra. La primera es más sonora, más popular. Esta está más perdida en el discurso pero define el auténtico espíritu de la Transición. Se trataba de que no hubiera un divorcio entre la ley y la calle. Eso era lo importan-

"Un pentapartido sería una catástrofe"

"Si Adolfo Suárez gobernara, buscaría unos nuevos 'Pactos de La Moncloa' para consensuar un modelo de país"

te y lo demás, la propia democracia y todo lo demás, ya vendría por añadidura.

-¿Qué diferencias encuentra en aquella España, de 1977, y la de hoy?

Hay muchísima diferencia entre aquella España y esta. Es un país completamente distinto. En aquella época había una ilusión colectiva por hacer una democracia, por vivir en libertad, por no repetir la historia. Ahora no hay ese proyecto colectivo ni un liderazgo que lo encabece. Se sustituye por otros proyectos menores como el independentismo catalán que sí es un proyecto de país, del país de los independentistas. Nosotros no lo

tenemos. Estamos metidos en la miseria de salir de la crisis y eso ocupa todo el proyecto; el del Gobierno y el de la oposición para negarlo. Hay una segunda dificultad y es que en la Transición había una clase política generosa, dispuesta a ceder. Carrillo cedió en los símbolos, Felipe González cedió en otras cosas... todos cedieron y todos fueron seducidos por Adolfo Suárez que tuvo que ganarse la credibilidad porque no la tenía. Una tercera dificultad es la económica. Había una gran crisis pero había actividad, se vendían pisos, había ofertas de trabajo en los periódicos. Hoy no hay nada de todo eso. No se observa el movimiento de aquella

época, a pesar de que éramos mucho más pobres todos. Y además de todo ello, había una gran voluntad de perdón de unos a otros

"Hay un partidismo feroz que impide aceptar la idea del contrario o del adversario. Eso es terrible para la convivencia"

que también se ha perdido. Gentes que volvían del exilio o que salían de la cárcel, pero que no tenían afán de revancha. Hoy hay mucha gente que sí tiene afán de revancha

y ganas de volver a la legalidad de la República.

-Escuché decir a Felipe González hace algunas semanas que le preocupaba más la crisis política e institucional que la económica porque de la última se sale pero de la primera no necesariamente. ¿Está de acuerdo?

Estoy completamente de acuerdo. Sobre todo en lo de la crisis institucional, que es total, y que afecta a los líderes políticos ordinarios pero también, ya digo, a las propias instituciones. Que los políticos sean percibidos por los ciudadanos como el tercer problema de éste país me parece gravísimo. Es un contrasentido.

-Eran mejores los políticos de hace 40 años que los de hoy?

Yo creo que sí. Siempre es injusto generalizar pero en su conjunto opino que es peor porque el ciudadano percibe que son incapaces de ponerse de acuerdo para resolver los problemas porque hay un partidismo feroz que impide al dirigente y al militante aceptar la idea del contrario o del adversario. Eso es terrible para la idea de la convivencia y para sacar adelante un proyecto colectivo de país.



España Entrevista a Fernando Ónega

Un buen ejemplo de ello es la Ley de Educación (LOMCE). Que salga adelante sin consenso no es de recibo. Otro ejemplo es el paro. Que nuestros políticos hayan sido incapaces de hacer un pacto entre todos por el empleo es algo que la sociedad censura gravemente.

-En estos días en los que los alemanes han sido llamados a las urnas y sus dos principales partidos se están planteando un pacto (SPD y CDU) entre socialistas y conservadores para mantener la estabilidad y a la luz de las encuestas que ofrecen, para nuestro país, de aquí a dos años un panorama en el que la atomización del voto puede, por primera vez en casi 40 años 'construir' un Parlamento ingobernable, ¿ve viable un acuerdo entre populares y socialistas para mantener esa estabilidad?

En el momento presente, con los dirigentes de cada uno de los dos partidos no lo veo factible... ahora, el refrán dice: "Que no te veas en la necesidad". Lo menos deseable es el escenario que se dibuja, que si no cambian mucho las cosas puede llevarnos a un *pentapartito* o a un *cuatripartito*. Eso puede valer para un ayuntamiento o para una comunidad autónoma, pero para España sería desastroso.

-¿Qué cree usted que hubiera



LA CORONA. Para el periodista, la Corona es un elemento de estabilidad. / JUAN CARLOS GÓMEZ

hecho Adolfo Suárez si le hubiera tocado manejar el timón de la nave en estos tiempos?

Esa es la pregunta del millón. Creo

que ante la situación autonómica actual, Adolfo Suárez se hubiera empleado a fondo en reeditar unos nuevos 'Pactos de La Moncloa' o

como quiera que pueran llamarse ahora. Aquellos, tuvieron la virtud de ser una especie de 'Gobierno de Concentración' pero sin el

desgaste político que lleva consigo. Reeditarlos hoy significaría aunar esfuerzos y podría funcionar como funcionó. Suárez hubiera peleado por proponer un diálogo para consensuar un 'modelo de país'. Y nunca hubiera consentido que el llamado 'problema de Cataluña' cogiera tales vuelos. En cuanto hubiese visto un ápice de desapego, se hubiera puesto a trabajar para corregirlo

"Me gustaría que, dentro de 40 años, España se mantuviera unida con una monarquía consolidada en Don Felipe. Sería un éxito histórico"

y evitarlo. Ya nadie se acuerda pero en sus años de Gobierno hubo un serio problema con el independentismo canario. Él cogió un avión y se plantó allí.

-¿Como le gustaría imaginar España dentro de otros 40 años? Me gustaría que España se mantuviera unida, con una monarquía consolidada en la persona de don Felipe y después de doña Leonor. Si además conseguimos mantener el actual sistema de partidos sin dependencia nacionalista y prosperidad, habríamos conseguido un éxito histórico.



CARRETERES SECUNDÀRIES

BRU ROVIRA
PERIODISTA

Els llops solitaris del nou periodisme

Els llops solitaris del periodisme s'han convertit en els nous periodistes d'investigació? ¿La fortalesa d'aquest ofici reneix en la feina de persones individuals, descol·locades de les empreses, informadors sense carnet ni estudis de periodista, sense taula amb ordinador i flexo en una redacció, ni director, ni cafetera al passadís, ni un val per anar a menjar al bar de la cantonada com passava en els temps gloriosos del periodisme amb despeses pagades?

Després del cas Assange i els papers de Wikileaks, el nou escàndol de l'espionatge planetari fet pels Estats Units també porta la signatura d'un llop solitari, Glenn Greenwald, el qual s'ha valgut d'un altre llop solitari, Edward Snowden, un col·laborador de la NSA que, de moment, ha tingut més fortuna que la pobra Chelsea Elizabeth Manning, condemnada per traïció a 35 anys de presó quan encara era Edward Manning, soldat de primera classe dedicat a feines d'intel·ligència dins del gloriós exèrcit dels Estats Units.

Greenwald, nord-americà, advocat de 45 anys, va créixer en un poble de l'extraradi de Florida en un ambient familiar "ple de tensió", com ha explicat a *Le Monde*, i així que va poder se'n va anar a viure a casa de l'avi, "un socialista admirador de Roosevelt", que el va iniciar en el gust per la política i li va inculcar les idees que alimenten el que considera com la seva missió: "Fer qualsevol cosa per limitar el poder de l'estat i obligar els poderosos a rendir comptes".

Greenwald viu a Rio de Janeiro, una ciutat on va arribar amb el cor trencat, després d'una relació amorosa. Un dia, mentre passejava per



David Miranda i Glenn Greenwald, protagonistes del cas Snowden. UESLEI MARCELINO

la platja, va rebre l'impacte d'una pilota que perseguia David Miranda i, des d'aleshores, Miranda i Greenwald comparteixen la vida a la ciutat brasilera on Greenwald va començar la seva vida de bloguer al servei de "la veritat". També, com Assange, doncs, el solitari Greenwald va tenir una infància difícil, amb uns pares difusos, escassament presents, i respon a una personali-

Revelacions
La informació de Greenwald i Snowden explica un món insuportable

tat singular que s'escapa de les convencions sobre el que el conservadorisme autoritari renascut, *again and again*, considera que ha de ser una vida –o una doble vida– decent.

I també com va fer el suec, Greenwald ha decidit, després de la seva cacera solitària, posar a treballar els periodistes per fer públics i ordenar els milers d'arxius acumulats. Si aleshores Assange va esco-

llir les redaccions de cinc dels principals diaris del món, Greenwald ha escollit diverses publicacions per protegir-se i donar credibilitat i força a les informacions que ha començat a destapar. Només el diari *Le Monde* hi dedica des de l'estiu passat un equip de deu especialistes que examinen i editen les filtracions, i el mateix fan les redaccions del *Der Spiegel* i *The Guardian*, entre d'altres. Aquest sistema de repartir *exclusives* aconsegueix fer veraç la informació gràcies a la feina d'investigació i verificació que en fan els periodistes, estimulats sens dubte per la fortor de la sang encara calenta d'una presa que no han estat capaços de caçar per ells mateixos, però que finalment els ofereix l'oportunitat de redimir la seva mandra o, potser, el seu conformisme resignat, a més de pujar la tirada.

Sobredosi informativa

La informació revelada per Greenwald-Snowden explica un món insuportable, en el qual les persones són una simple dent de l'engranatge del poder. Pot passar, esclar –i ja va passar amb el cas Wikileaks–, que aquesta nova sobredosi informativa sobre el món real sigui esborrada per la banalització, la relativització i la indiferència que constitueixen la segona personalitat de la societat bipolar de l'excés.

Però que això passi ja no és un assumpte dels llops solitaris –que seran tots convenientment denigrats i vexats–, els periodistes o l'Esperit Sant, sinó de la mateixa salut de la democràcia i la seva capacitat per "fer rendir comptes als poderosos" i saber preservar la llibertat i la joia de la vida. ■



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep
Collelledemont

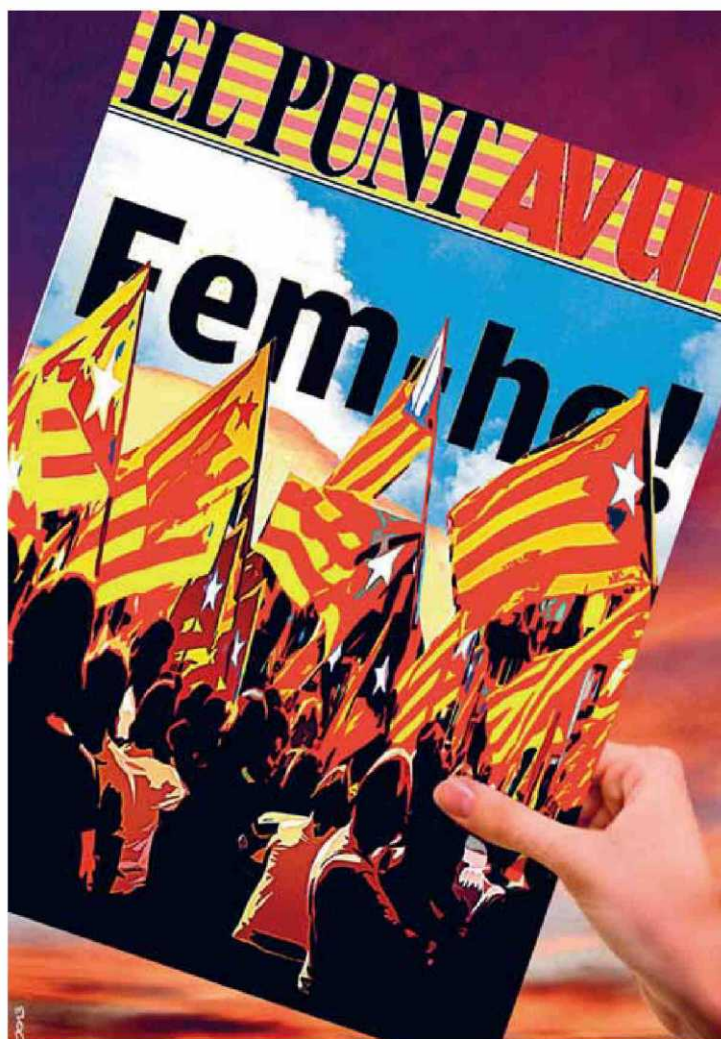


Periodista

Els costums canvien

A bans d'entrar en matèria, deixeu-me que ens felicitem tots plegats perquè la Via Catalana ja és *Official World Record*, segons un comunicat que he rebut per correu electrònic. Ha quedat registrada com la cadena humana més llarga organitzada dins un estat membre de la Unió Europea. Sens dubte va ser una mobilització de tot el país, i El Punt Avui hi va col·laborar de totes totes. Per tant, una part de l'èxit també ens toca. Veritablement, vam demostrar tots plegats que res ens pot aturar pel que fa a la defensa dels drets de les persones. I un d'aquests drets és el de poder decidir lliurement, un dret natural que des de Madrid s'entesten a negar-nos. Precisament per la gran repercussió que va tenir fins i tot fora de les nostres fronteres, des del centre de l'Estat no fan més que posar pals a les rodes per evitar com sigui la celebració del referèndum, un error per part seva que ens ajuda a nosaltres a ser més contundents. Mai pel camí de les prohibicions s'arriba enlloc. Seria bo que algú els ho expliqués. O no.

LES PLANES DE TELEVISIÓ. Un lector del Barcelonès, en Pere Font, m'envia un correu en el qual em planteja el tractament del diari pel que fa a les planes de televisió. Crec que, molt encertadament, en Pere em fa una llarga dissertació sobre els canvis de costums amb el temps per part dels televidents. "Abans era necessari donar tota la programació de les poques emissores que hi havia i així el lector podia triar fàcilment. Però ara tot ha canviat i ja no és possible donar tots els programes de totes les cadenes", em diu en Pere. Parlant amb la direcció, em comuniquen que és un tema que tenen en estudi, ja que també veuen que no és pas la solució fer una tria de les cadenes que des del diari es considera que poden tenir més interès i més audiència. Entre altres coses, perquè som un diari comarcal i, per tant, les cadenes de casa nostra també mereixen ocupar un lloc tan important com pot ser TV1 o Antena 3, només per citar-ne un parell. Què proposa en Pere? Doncs que sigui el diari el que faci la tria de programes que poden interessar als televidents. Podria fer-se per temes, destacar el capítol de pel·lícules en un apartat, triar temes culturals, d'entreteniment, d'esports... Sembla una bona proposta. Tots plegats anem prou atrafegats per haver de llegir tots els programes de totes les cadenes i decidir què és el que ens agradaria veure avui. Certament, és una feina feixuga que passem al diari, perquè a més no la pot fer qualsevol, ja que si la tria es fes de qualsevol manera, seria pitjor el remei que la malal-



JORDI SOLER

Més que fer una tria de les cadenes que poden tenir més interès i audiència, es tractaria de fer una tria dels programes interessants

tia. Caldria dedicar-hi força espai, ja que l'oferta és molt àmplia, tot i que també és fàcil descartar tota una sèrie de programes que, malgrat que gaudeixen d'una gran audiència, no tenen ni un mínim de qualitat tècnica ni tan sols humana. Segons em diuen des de la direcció, el tema ja fa temps que està en estudi i ja ens informaran quan s'ar-

ribi a unes conclusions clares i útils, cosa que tampoc és senzilla, la subjectivitat sempre porta problemes i la proposta que fem és lògicament subjectiva. Però per això hi ha els professionals. I una cosa que hem de tenir en compte, que alguns ens n'oblidem perquè no hi estem acostumats, és que a la web del diari hi apareixen totes les cadenes amb totes les programacions, detallades per franges horàries, per gèneres i tot plegat molt ben organitzat. I, finalment, no hem d'oblidar que molta gent no veu els programes en el moment que s'emeten sinó que se'ls baixen d'internet i els veuen quan tenen temps. Tot plegat evoluciona tan ràpidament que caldrà estar molt atents a les necessitats del moment i anar introduint els canvis a mesura que canvien els costums dels lectors del diari.

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.



A debate el sector audiovisual

Broadcast IT servirá de plataforma para el salón tecnológico de mayo de 2014

NEGOCIOS

Como antesala de la próxima edición del Salón Internacional de la Tecnología Audiovisual (Broadcast IT), que se celebrará en mayo de 2014, los próximos días 29 y 30 de octubre se celebrará en el centro de convenciones norte de FERIA de Madrid un ciclo de jornadas en las que analizará el presente y el futuro del sector. No cabe duda de que el mundo audiovisual está viviendo una metamorfosis que está cambiando con toda rapidez los modelos de negocio tradicionales de esta industria, ampliándolos a nuevas formas de captación, contribución y distribución en cualquier momento, dispositivo y lugar.

Para tomar el pulso a las necesidades que tiene el usuario en ese entorno, el Ifema ha organizado las jornadas Broadcast IT Experience y lo ha hecho en colaboración con Panorama Audiovisual. La inscripción es gratuita para todos aquellos profesionales y *freelances* que quieran debatir sobre

las necesidades reales de los usuarios y los desafíos y modelos de negocio del sector. Solo será necesaria la inscripción en las mismas para garantizar la asistencia y ya se han registrado más de 2.000 participantes en las jornadas.

La apertura de las conferencias correrá a cargo de Lluís Borrrell, socio de Analysys Mason, que abordará las perspectivas comerciales y regulatorias en Europa con respecto a la televisión lineal y no lineal. A partir de ahí, en diferentes sesiones plenarias, ponencias, mesas redondas y sesiones de trabajo se debatirá sobre los nuevos ecosistemas de consumo de contenidos y el papel que desempeñarán las compañías de media y telecomunicaciones en este entorno; las posibilidades que brinda la segunda pantalla, o como la de Pere Vila, director de planificación e innovación tecnológica de RTVE, que expondrá la experiencia de una televisión pública como Televisión Española ante un marco altamente competitivo con nue-



El Salón Internacional de la Tecnología Audiovisual (Broadcast IT) se celebrará en mayo de 2014.

vos servicios OTT, multicanal y multidispositivo.

Las jornadas concluirán con una mesa redonda en la que se analizará el estado del arte en alta definición, HDTV. Varios fabricantes junto a profesionales de TVE y Canal + compartirán sus primeras experiencias en captación y difusión de ultra alta definición tanto en satélite como en digital terrestre. Junto a las sesiones plenarias y conferencias, Broadcast IT Experience quiere ofrecer la oportunidad de conocer algunas de las instalaciones audiovisuales más punteras en España, mediante la visita guiada a *broadcasters*, tele-

puertos, cabeceras, centros de emisión nodales y centros I+D de fabricantes. Paralelamente, quienes participen en estas jornadas podrán asistir a algunas exhibiciones de los primeros trabajos en 4K para cine, televisión o publicidad.

Con esta plataforma, el Ifema trata de emplazar a los profesionales de la industria audiovisual para el salón tecnológico que celebrará del 20 al 22 de mayo de 2014. De esta manera, y conforme a la demanda del sector, explica FERIA de Madrid, el salón adelanta sus fechas de celebración y se traslada a un momento clave para la presentación de no-

vedades internacionales e impulsar su actividad comercial. El salón pretende abordar el mundo de la tecnología audiovisual en su más amplia perspectiva, con una oferta global que atenderá tanto al segmento especializado en radio y televisión como a la tecnología orientada al ámbito corporativo y a la señal digital.

Broadcast IT Experience cuenta con el patrocinio de empresas como Panasonic, Autodesk, Blackmagic, Abertis, Tedial, Ses, Tangram, Maxon, Adobe y Sony, así como el respaldo y colaboración de AEQ, Unitecnic, Qbrick, Eurocom, Brainstorm y Axion. ■



A l'edat de **Leonarda Di-brani**, 15 anys, viure en un lloc o un altre del planeta decanta la vida, entre la llibertat i l'esclavitud, totes dues enteses en el sentit més ampli. Si vostès pensen que pel fet que Kosovo estigui a Europa i tinguin només la manejable xifra de dos milions d'habitants les noies tenen una educació pròpia d'Occident, s'equivoquen. El 61% de la població femenina no ha tingut un ensenyament formal, l'analfabetisme funcional domina la població femenina de les zones rurals i l'analfabetisme a seques és del 17% entre la comunitat gitana, a la qual pertany **Leonarda**. Així, doncs, la seva expulsió de França serà determinant.

A Kosovo, la falta d'educació invalida les dones per optar a la majoria de feines i les empeny a la notable violència masclista. Que el dret a l'educació vagi més enllà del paper i la voluntat no succeeix sovint als països no desenvolupats. Gairebé la meitat de la població mundial té menys de 24 anys i 1.700 milions són nenes i noies. En realitat només fa 60 anys que els governs van donar el seu plàcet a les declaracions de les Nacions Unides sobre

DEFENSORA DE LA IGUALTAT



EVA
Peruga

Jo, a França, tu, a Kosovo

el dret dels nens i les nenes a rebre educació.

Si vius a Togo, per exemple, pots trobar-te entre el 16% d'adolescents que identifiquen el seu professor com el causant del seu embaràs no desitjat. En l'adolescència és quan el paper d'ells i elles pateix una divisió, gairebé sempre irreparable. El fet de veure's obligades a abandonar l'escola situa les noies en un camí del qual no podran separar-se. Mentre ells guanyen coneixements i experiència laboral, s'independitzen de la família i, per tant, es fan autònoms, elles s'endinsen en la reclusió que les conduirà a un matrimoni prematur, maternitats no desitjades, exclusió o precarietat laboral. Entre viure en un país amb

l'exigència dels 18 anys per casar-se i per abandonar l'escola i viure en un altre que empara el matrimoni així que arriba la primera regla hi ha, sens dubte, un abisme.

Per a la jove **Leonarda** la conclusió dels estudis secundaris la porta a una vida millor quedarà tancada si continua a Kosovo. Un Estat en què la violència contra les dones forma part d'una herència de separació encara sagnant. Un territori europeu identificat amb les màfies, amb el tràfic de persones. Prop d'un milió de noies i nenes són víctimes del tràfic que té lloc a escala global cada any.

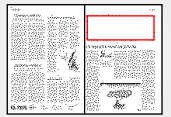
Una ciutat, Mitrovica, on la noia transpira la divisió entre serbis i albanesos. Allà la seva comunitat

és minoritària i gran part d'ella envia els fills a estudiar a la part sèrbia perquè d'allà aconsegueix la subvenció més elevada. Res a veure amb les oportunitats que podria tenir a França, més encara al tractar-se d'una persona d'una minoria. És brutal la distància entre els dos estats europeus.

Així que no és només la diferència per a les nenes de viure entre Pakistan o Finlàndia. En el primer cas, amb moltíssima sort, pots accedir a un enginyós sistema en què les noies reben SMS – a través d'un mòbil low cost i una targeta de prepagament – per connectar-se amb una espècie d'escola virtual on assentar els coneixements de base adquirits. Al nord d'Europa, la igualtat i el lideratge s'explica així: «Els polítics, els pedagogs, els empresaris, els estudiants... Tots saben que l'educació és el principal recurs del país per competir en el mercat internacional i per construir una ciutadania cívica», afirma **Tony Wagner** en un documental sobre el fenomen educacional finlandès. Així que tu, millor a França. ≡



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



Formatos publicitarios

DEFENSOR DEL LECTOR. La publicidad digital ha de buscar una cohabitación amigable, no intrusiva, con los contenidos. El diario exige una serie de requisitos técnicos para los anuncios

**TOMÀS
DELCLÓS**



La publicidad y los medios se necesitan. Estos son una plataforma para su comunicación y la primera es un ingreso vital para aquellos que son de acceso gratuito o cuyo precio es inferior a los costes de producción. Pero ambos se dirigen al lector y es fundamental una cohabitación amigable entre contenidos y publicidad para no provocar el rechazo de su destinatario, algo que sucede cuando, centrándonos en el caso de los sitios digi-

tales, se trata de una publicidad intrusiva. La percepción de la publicidad digital por parte de los internautas es objeto de periódicos estudios con resultados dispares. Adobe, un caso, en una encuesta de este año que no incluye España, aseguraba que un 68% de los internautas estadounidenses consideran molesta la publicidad digital, un porcentaje que bajaba al 39% en Japón.

Sin embargo, según otra encuesta de este año en Francia, de Netbooster y Axance, únicamente un 13% de internautas declara aceptar pagar por acceder a un sitio sin publicidad y apenas un 27% desea la ausencia total de publicidad de un sitio al que están abonados.

Con respecto a este diario, recibo esporádicamente quejas sobre determinados anuncios en el soporte digital. Una muy concreta señalaba que se disparaba el sonido de un anuncio sin que el lector hubiera realizado ninguna maniobra de navegación tendente a activarlo.

Trasladé la misma al Departamento de Publicidad y revisaron los mensajes aludidos para cancelar esta intrusión sonora. Se trata de un formato publicitario no permitido en las condiciones técnicas que se presentan a los clientes y que deben respetarse en la arquitectura del anuncio.

Otra cosa, como había sucedido, es que un error hubiera permitido su emi-

sión que, tengo constancia de ello, se subsanó. Otro lector advirtió la existencia de un anuncio desplegable que no presentaba la opción de cierre. También se trata de un formato no admitido por el diario.

Es de común interés, tanto por parte de quien presenta los contenidos como por parte de quien contrata un anuncio, que la legítima aspiración de visibilidad del segundo no se haga a costa de la recepción de los primeros porque ello, a no muy largo plazo, conduciría al abandono del lector y penalizaría a ambos. El Departamento de Publicidad me ha trasladado la exhaustiva documentación

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



Formatos publicitarios

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

sobre formatos que rige la contratación publicitaria en el soporte digital. Se trata de condiciones técnicas detalladas que buscan el objetivo mencionado. Ello no cancela críticas de lectores sobre la permanencia de determinadas soluciones publicitarias y de clientes que desearían para sus creatividades permisos más indulgentes, de hecho, ha habido cancelaciones de campañas por este motivo. No todo está permitido y se restringe la publicación de fórmulas que puedan resultar altamente perturbadoras.

Sin ir más lejos, esta semana, se ha cancelado una campaña que presentaba un anuncio en la edición digital que empleaba una tipografía muy cercana a la usada para los contenidos periodísticos y podía inducir a confusión, aunque iba claramente etiquetado como publicidad, sobre su origen comercial y no redaccional.

Sin entrar en todos sus aspectos, y en favor de la transparencia, transcribo algunas de las condiciones que se exigen para los formatos contratados más debatidos.

En el caso del llamado Interstitial, formato de una sola pieza flotante ocultando contenido de la página, deben incor-

porar el icono de cierre, opción que deben presentar este tipo de anuncios desplegados. No se puede capturar ni modificar el ratón del usuario —una exigencia presente en todos los formularios— y el anuncio no puede permanecer más de 10 segundos.

En la careta, un formato de despliegue que ocupa parcialmente la pantalla, y para un mismo anuncio, el citado despliegue se produce la primera vez que se acude a la página no permitiéndose las siguientes veces que se regresa a la misma.

En la publicidad que se inserta antes del visionado de un video debe aparecer, a los siete segundos, la opción de ir directamente al contenido sin que forzadamente deba terminarse el visionado del mencionado anuncio. El vídeo debe presentar los comandos de pausa y activar / desactivar el sonido.

Las caretas publicitarias deben presentarse mudas por defecto y el sonido únicamente ha de activarse si se interactúa con ellas.

Por regla general, en los casos de anuncios con Flash o animación con determinadas técnicas se limita el peso de la creatividad para evitar que ocupe más del 30% de la CPU del ordenador del usuario, calculando que se trata de una máquina con 4 gigas de RAM y sin aceleración gráfica.

Otro episodio que se ha producido y que no tiene nada que ver con lo reseña-

do hasta ahora, son quejas de lectores por la obscenidad gráfica de algunos anuncios, algunas veces en inglés, que acostumbran a promocionar productos supuestamente milagrosos de adelgazamiento o sitios pornográficos. Cuando se han recibido quejas por ello, se ha revisado la cartera publicitaria y no se ha detectado que fueran anuncios contratados por el diario.

Sin poder estudiar la máquina del lector por parte de los técnicos, no se descarta como explicación en estos casos la existencia inadvertida en la misma de un programa malicioso, *adware*, que incrusta este tipo de mensajes en

El sonido de un anuncio digital no puede dispararse por defecto

los espacios publicitarios de la página sin que en ello intervenga la distribución publicitaria de este diario.

El caso más extremo fue el testimonio de dos lectores, uno en México y otro en España, en cuyos móviles, con sistemas operativos distintos, al entrar en la web del diario se desplegaba un anuncio que dirigía a un sitio de pornografía e impedía la navegación por el diario. Es más, si conseguían cerrarlo devolvía la página que se había consultado antes de

acceder al sitio del diario. Obviamente se trataba de un tipo de injerencia publicitaria que lesionaba gravemente los intereses del lector y también los del propio diario en la medida que impedía su acceso y consulta por parte del lector de la edición digital.

Aunque el problema, según indicó uno de los lectores, ha desaparecido no se ha podido establecer con certeza un diagnóstico de la causa.

La publicidad digital tiene un peso creciente en el mercado informativo. Según la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), mientras los diarios en papel ven reducida su factura publicitaria, las cabeceras digitales de los grandes grupos han elevado la misma, aunque sin llegar al volumen de ingresos de la primera.

Ello no ha de suponer, en beneficio de todos, que los medios no fijen una disciplina en la gestión de los formatos. Recuerdo hace años, en algunos sitios digitales, imágenes publicitarias que se paseaban por encima del texto informativo sin control posible por parte del lector internauta. Su mayoritaria desaparición, supongo que por los nocivos efectos sobre la marca anunciante, demuestra que es posible la citada cohabitación amigable.

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

EL DEFENSOR
DEL LECTOR

Josep Rovirosa

Fe d'errors

Més que una pregunta va ser un cop de puny: “No els fa vergonya haver de publicar una fe d'errors cada dia i de vegades dues al mateix exemplar?”. La pregunta del lector Pedro Ros té un punt de provocació, però ens empeny a la reflexió. És possible fer un diari sense cap errada? És molt difícil però hauria de ser l'objectiu.

Philip Graham, editor del *The Washington Post* els anys 50 del segle passat, deia que “el periodisme és el primer esborrany de la història” i que els esborranys sempre són documents sense polir. En un clàssic de la teoria del periodisme, els professors nord-americans Rivers y Schramm escriuen que “la redacció d'un diari publica cada dia l'equivalent a tot un llibre de mida mitjana”. Y en comparar-ne la producció veuen que el diari es fa només en unes hores i editar un llibre és, pel cap baix, la feina d'un mes (*Responsabilidad y comunicaci3n de masas*, 1973).

Malauradament, d'errades n'hi ha cada dia. Fins i tot més de les que esmenen les fes d'errors. Jaume Bassa ens fa adonar de l'error que vam cometre parlant de l'extrem sud del Paral·lel (Pàg. 2, *Viuere*, 14 d'octubre): “Ens hem habituat tant que els mapes de Barcelona presenten en horitzontal Gran Via, Diputació, Consell de Cent, etcètera, i en vertical Balmes, Aribau, Muntaner, etcètera, que arribem a pensar que el ‘nord del Paral·lel’ és a la plaça d'Espanya i el ‘sud del Paral·lel’ cau cap a Drassanes. Però no: el Paral·lel no va de nord a sud sinó d'oest a est. Suposo que el col·lector serà a l'extrem est de l'avinguda”. El lector té tota la raó. També la té Philippe Liria, que vol mostrar la seva

“El periodisme és el primer esborrany de la història”, deia Philip Graham, i els esborranys sempre són documents sense polir

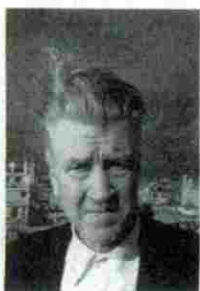
“estupefacció” pels tres errors que hi ha en la transcripció en francès del titular de l'entrevista que el diari *Le Monde* va fer a l'abat Escarré, l'any 1963 (pàg. 49, 20 d'octubre). “Res greu –diu el lector– però avui dia que tots insistim en la necessitat de saber idiomes, crec que un diari com aquest hauria de vigilar a l'hora de

reproduir cites en la llengua original”. José Antich –“que em digui com el vostre director és pura casualitat”, diu tan aviat com el Defensor despenja el telèfon– ens recrimina que en un mapa ha-guem confós Perú amb Bolívia (pàg. 12, 20 d'octubre).

Cal admetre que sempre hi haurà errors. Però això no ens pot fer oblidar que l'excel·lència és l'objectiu. El professor José M. Burgueño escriu que “el periodista es pot equivocar, però els seus errors no poden ser freqüents”. I ens recorda que si “l'editor nord-americà Joseph Pulitzer va encunyar les tres regles d'or del periodisme (‘precisió, precisió i precisió’) va ser pel seu convenciment que si t'equivoques en les coses petites, els lectors no et tindran confiança en les coses grans” (*Cuestión de confianza*, UOC, 2010). Per evitar errors és imprescindible que cada redactor sigui conscient del seu compromís amb els lectors. Cal, també, disposar dels recursos necessaris per poder fer un periodisme de qualitat. En un entorn de crisi econòmica aquesta no és una dada menor.

Ens queda, però, respondre la pregunta inicial. Ens ha de fer vergonya reconèixer els errors? En tot cas el que ens fa posar vermells es cometre'ls. L'any 2006, Ian Mayes, que era defensor dels lectors al diari britànic *The Guardian*, va contestar d'aquesta manera a la mateixa pregunta: “Mai no confiïs en un diari que no admet els seus errors i tracta els altres mitjans amb tot l'escepticisme que la teva experiència t'aconselli”.●

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



UN FOTÒGRAF APASSIONAT

Luis de las Alas ha entrat a formar part del prestigiós club de **PhotoBolsillo**. La ja clàssica col·lecció de l'editorial **La Fábrica** reuneix els millors fotògrafs espanyols i acull ara els poderosos retrats del madrileny (al costat d'aquestes línies, els de David Lynch i Raimundo Amador), que acumula 30 anys fotografiant per a mitjans com **MAN**, **Interviú** o el nostre **DOMINICAL**. Entusiasta del rock i del surf i definit com un fotògraf "independent i inclassificable", De las Alas ha transmès a les seves imatges la seva bulliciosa i apassionada concepció de la vida. **M. L. L.**



Ingrid Deltenre

DIRECTORA GENERAL DE LA UNIÓN EUROPEA DE RADIODIFUSIÓN

Diners "L'actual sistema de finançament de TVE és el pitjor que existeix" **Cànon** "Estem lluitant perquè s'instauri, incentiva a fer-ho millor" **Pressions** "Sempre que hi ha influències polítiques es detecten problemes de qualitat"

"TVE és ara més vulnerable"

ALBERT CASTELLVÍ ROCA

Nascuda a Suïssa i d'origen holandès, Ingrid Deltenre dirigeix des del 2010 la Unió Europea de Radiodifusió (UER), un organisme que agrupa 74 corporacions audiovisuals, la majoria públiques, de 56 països europeus i mediterranis. La UER produeix el festival d'Eurovisió, però la seva tasca va molt més enllà

A què es dedica la UER?

El nostre objectiu és que els nostres membres treballin junts i comparteixin tot el que puguin. Fem programes que no podrien fer sols i permetem als espectadors de cada país formar part d'una cosa més gran, per exemple produint el concert d'Any Nou de la Filharmònica de Viena, comprant drets esportius o incentivant l'intercanvi de notícies. I també treballem en l'àmbit de la tecnologia: definim estàndards que permetin que els programes puguin ser distribuïts fàcilment a tot arreu.

Les graelles europees estan plenes de sèries americanes. ¿Això és un punt feble dels canals d'aquí?

Si les sèries són bones no passa res! Però és cert que les productores treballen massa en l'àmbit estatal i crec que s'haurien d'internacionalitzar. Ara totes les cadenes tenen menys diners que abans, la qual cosa per a elles és dolenta, però per a la UER és positiva, perquè obliga la gent a treballar més conjuntament.

¿Té sentit plantejar-se crear una corporació audiovisual europea?

Al principi existia la idea, i així va sorgir Euronews, per exemple, que va néixer en el si de la UER. Però no crec que funcionés, sobretot per una qüestió lingüística. Crec que és millor centrar-se en la coproducció de sèries, com una que es diu *The team* i que s'estrenarà l'any que ve, o documentals, cosa que ja fem.

En termes de qualitat, ¿la televisió europea viu un bon moment?

És que no existeix "la televisió europea". Les corporacions públiques



Ingrid Deltenre va participar en una jornada organitzada per la UAB a Barcelona. PERE TORDERA

del nord d'Europa són relativament fortes. Però sempre que hi ha influències polítiques es detecten problemes de qualitat, que al seu torn provoquen problemes econòmics i fan entrar en una espiral negativa. I això és un fet en diversos països, perquè els polítics actuen com si fossin els amos dels canals, cosa que fa que deixin de ser canals públics.

TVE ha rebut crítiques en aquest sentit. Com la veuen des d'Europa? No està en la millor situació. Crec que a l'origen hi ha el canvi en el sistema de finançament: TVE és ara més vulnerable. La cadena es finança per un sistema mixt d'impostos i taxes sobre els beneficis d'altres empreses, cosa que d'entrada ja és



Dificultat
"No crec que un canal europeu funcionés, per motius lingüístics"

un problema perquè aquestes empreses no volen pagar. I alhora dependre dels impostos fa rebre més pressions polítiques. Per mi aquest sistema de finançament, que és el mateix que hi ha a Holanda, és el pitjor que existeix. Estem lluitant perquè s'instauri un cànon. Així, com a mínim, hi ha una relació amb l'audiència, i si la cadena no ho fa bé l'audiència no vol pagar, de manera que incentiva a fer-ho millor.

A Espanya no hi ha cap entitat reguladora de l'audiovisual d'abast estatal. Creu que s'hauria de crear? Penso que sí, i crec que és important que sigui independent. Si et finances amb els diners dels ciutadans és important que hi hagi una regulació

sobre com es gasten aquests diners. Però no només això: també té a veure amb l'ocupació de l'espectre, amb la indústria telefònica. És important tenir un regulador, i actualment, amb tots els nous mitjans que estan apareixent, ho és més que mai.

N'hi hauria d'haver un d'europeu?

Si fóssim els Estats Units d'Europa tindria sentit, però no ho som. Ara bé, la tecnologia ens està portant a un punt en què probablement alguns aspectes sí que hauran de ser guiats a escala europea. Però, com deia abans, la situació és tan diferent a cada país que seria massa aviat per crear una regulació europea.

Quin és el principal repte que té ara mateix la televisió? La tecnologia?

No. Tenint en compte la situació econòmica i sabent que hi ha interferències polítiques, crec que el més important és recordar que els valors del servei públic no han canviat. El principal repte és aconseguir el respecte dels ciutadans i assumir que, a més de ser respectat, has d'agradar. I això s'aconsegueix fent bons programes, que entretinguin, però que es basin en el bon periodisme.

És el mateix de sempre.

Exacte. Això no canvia! El que varia és la manera de fer-ho: no treballa igual un periodista avui que fa 20 anys. Avui tenim moltes eines: televisió connectada, *apps*, Facebook, Twitter, blogs. Sí, molt bé. Però n'hi ha prou amb tot això? No ho sé.

Amb totes aquestes eines que permeten veure qualsevol programa en qualsevol moment, ¿té sentit encara la televisió lineal?

Potser no, però això suposa un altre problema, perquè genera una societat fragmentada. Al cap i a la fi som una societat, hem de viure junts i és important compartir algunes idees. I hi ha unes eleccions i hi hem de votar. Una obligació del servei públic és que sapiguem de què parlem i que compartim una cultura. Però en el món mediàtic fragmentat en què vivim, això cada dia és més difícil. —



IFEMA BROADCAST IT EXPERIENCE 2013

Preparados para la revolución audiovisual

TECNOLOGÍA/ La televisión es el medio de comunicación con mayor índice de penetración entre la población española, el que más ingresos obtiene y también el más afectado por los cambios derivados del auge de Internet y los dispositivos móviles.

Rubén González. Madrid

La industria audiovisual está viviendo con especial intensidad la revolución tecnológica que durante los últimos años viene transformando tanto el funcionamiento interno de los medios de comunicación, como su forma de relacionarse con los usuarios (en este caso, la audiencia). Fundamentalmente porque esta transformación ha permitido que nuevos actores, ajenos al negocio tradicional, sean capaces de obtener y distribuir contenidos audiovisuales, y de que los consumidores disfruten de ellos en cualquier momento, dispositivo y lugar.

Para buscar respuestas a todos estos retos, los días 29 y 30 de octubre, se celebrarán en Ifema las jornadas Broadcast IT Experience, un anticipo del Salón Internacional de la Tecnología Audiovisual (Broadcast IT), que tendrá lugar en mayo de 2014. Participarán en la cita representantes del mundo de la producción audiovisual, la televisión (pública y privada), la radio, las telecomunicaciones y los llamados *new media* (nacidos al abrigo de Internet y las tecnologías móviles), así como consultoras y otros servicios vinculados al sector.

Entre otras cosas, el encuentro mostrará "el consenso existente entre los actores implicados en la industria audiovisual para desarrollar la televisión conectada y multipantalla", explica José Luis Vázquez, presidente de la Asociación Española de Empresas de Televisión Interactiva (Aedet). Este nuevo modelo ya empieza a traducirse en los principales indicadores. Según la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones, el sector audiovisual



Uno de los grupos de trabajo del encuentro analizará la emisión online como alternativa de futuro para la radio. / ANTB

ingresó 1.384 millones de euros durante el primer semestre de 2013. La televisión obtuvo 857 millones, de los que 448 millones procedieron de la terrestre y 409 millones de las restantes formas de transmisión (satélite, cable, Internet y móvil). Además, la televisión volvió a ser el medio con mayor nivel de penetración entre la población -del 89,2%, según el Estudio General de Medios- y es también el que acaparó la mayor parte de la inversión publicitaria -884,4 millones, según la consultora Infoadex-.

Todos los actores coinciden en que hay que desarrollar la televisión conectada y multipantalla

Lo más importante es que las nuevas formas de hacer televisión "se han convertido este año en una realidad desde el punto de vista comercial", señala Vázquez, y eso es lo que se mostrará en Broadcast IT Experience: "La industria audiovisual conocerá la experiencia de medios como RTVE en el campo de Internet, o Yomvi en el universo multipantalla", añade.

Para ello, se han programado numerosas ponencias, mesas redondas y sesiones plenarias, en las que expertos españoles e internacionales hablarán de los contenidos que se transmiten online, la televisión inteligente (*smart tv*), los nuevos modelos de negocio derivados de la segunda pantalla, el canal móvil o el papel de las televisiones públicas y

Los ingresos del sector audiovisual alcanzaron los 1.384 millones hasta junio, según la CMT

privadas en un entorno cada vez más competitivo.

Por ejemplo, Pere Vila, director de Planificación e Innovación Tecnológica de RTVE, hablará del reto que suponen para las cadenas los llamados servicios *Over The Top* (contenidos transmitidos a través de la Red). "Se trata de un tema muy relevante", explica Vila, ya que "aporta a los *broadcasters* (distribuidores) la posibilidad de contactar directa e individualmente con la audiencia, en tiempo real y sin intermediarios".

José Luis Vázquez participará en una mesa redonda que analizará el nuevo ecosistema de la televisión basado en los principios *anytime, anywhere, anydevice* (cualquier momento, lugar y dispositivo). Entre otras ideas, el presidente de la Aedet explicará la capacidad que han mostrado "los operadores españoles de televisión para adaptarse a los nuevos cambios, a diferencia de otros países en los que han llegado de la mano de actores ajenos al sector audiovisual, como por ejemplo, Estados Unidos".

Broadcast IT Experience también ofrecerá a los profesionales la posibilidad de debatir en grupos reducidos (o *workshops*) sobre asuntos de actualidad, como producción *low cost*, televisión social, se-

Un anticipo de lujo

● El Centro de Convenciones de FERIA de Madrid (Ifema) acogerá del 28 al 29 de octubre Broadcast IT Experience, un anticipo del próximo Salón Internacional de la Tecnología Audiovisual (Broadcast IT), que se celebrará en mayo de 2014.

● Se trata de dos jornadas técnicas que incluirán sesiones plenarias, ponencias y mesas redondas en las que expertos y profesionales ofrecerán su visión sobre los principales retos de la industria audiovisual.

● El evento también incluirá la realización de diferentes espacios de trabajo, para que los profesionales puedan debatir en grupos reducidos, y visitas guiadas a algunas de las principales instalaciones audiovisuales de España.

ñalización digital, publicidad dinámica o nuevas fórmulas de financiación colaborativa como el *crowdfunding*. Y, para contar con la opinión de todas las voces implicadas, se permitirá la participación tanto de altos directivos como de trabajadores *freelance*, representantes de la llamada *democratización tecnológica*.

Completarán estas jornadas una serie de visitas guiadas a diferentes instalaciones de la industria audiovisual, muy modernas desde el punto de vista tecnológico. Entre otras, a los centros de producción y emisión de Antena 3 y Canal+, a los nuevos estudios de Radio Nacional de España, al centro de control de satélites de Hispasat, a los servicios informativos de TVE y al centro de transmisión de Abertis.



El placer de leer el periódico ampliado por los avances de la era digital

Hoy nace EL MUNDO de la Tarde, primer diario español para tabletas

SINCERAMENTE creemos que hoy es un día importante en la historia del periodismo en España: a las 18 horas nacerá EL MUNDO de la Tarde, primer diario diseñado para tabletas. No se trata de una página web sino de un periódico en el sentido tradicional con los más modernos desarrollos audiovisuales. La aplicación está ya disponible en Apple Store y dentro de un mes lo estará para la tecnología Android. Tanto nuestro Departamento de Desarrollo, encabezado por Fernando Mas, como la redac-



ción de EM de la Tarde, con Juan Carlos Laviana al frente, han diseñado un producto original que potenciará el placer de leer un diario en la era digital. Cualquiera podrá descargarlo sin pago alguno la primera semana, utilizando el código que hoy aparece en este ejemplar, y luego seguirá siendo gratis para los suscriptores de Orbyt y para los compradores de EL MUNDO. Esperamos sus comentarios pues la experiencia de los lectores será decisiva para moldear este producto pionero.



EM2 / EL MUNDO CAMBIA DE PIEL: TODOS GANAMOS



LA PRENSA DEL SIGLO XXI / NUEVOS DESARROLLOS (V)

EL MUNDO lanza su edición vespertina, con las noticias actualizadas de la jornada, el seguimiento de las exclusivas del diario, columnistas propios y contenidos audiovisuales. Una publicación digital para tabletas electrónicas que marcará la agenda

El nuevo vespertino de EL MUNDO



La portada: las principales historias del día, y un anticipo del editorial

Informativo audiovisual de Carlos Cuesta

EL MUNDO exprés: un mini informativo audiovisual contado y editado por Carlos Cuesta

El 'runrún' del parqué al cierre de la Bolsa



Los sonidos e imágenes del mundo recogidos por nuestros corresponsales

Toda la información con las noticias más relevantes de la mañana, mediodía y primera hora de la tarde.

Desde hoy 'EL MUNDO de la Tarde'

Descargue la aplicación y lea el número de hoy a partir de las 18.00 horas

¿Un nuevo periódico? Sí y no. ¿Otro más? El mismo, pero antes. ¿Justo ahora? Efectivamente, cuando más necesario es. ¿Y para qué? Para explicar la realidad, como siempre. Entonces, ¿por qué? Para hacerlo como nunca: con letras, con imágenes, con videos, con sonidos... ¿Pero no era un periódico? Sí, lo es; pero ya no es en papel. EL MUNDO de la Tarde tendrá lo mejor del diario de papel y las ventajas de las pantallas. Un diario nativo para la tableta,

QUEDAN 8 DÍAS

Abóñese a Orbyl y llévase gratis un 'smartphone' Samsung Galaxy

todos los días laborables, desde hoy, de lunes a viernes, a partir de las 18.00 horas, con la actualidad acontecida durante la jornada, seleccionada y jerarquizada. Con análisis editorial, con los hechos más relevantes actualizados hasta el último

minuto, con el seguimiento de las exclusivas de EL MUNDO, con un mini informativo audiovisual, entrevistas a los corresponsales o reporteros... y mucho más.

EL MUNDO de la Tarde ya está disponible en el Apple Store, desde donde puede descargarse gratis la aplicación. En un mes estará disponible para las tabletas con sistema Android.

Una fórmula en la que destacan la maquetación, la facilidad de navegación entre páginas y noticias a través del scroll, y la posibilidad de guardar, tuitear o subir a Facebook los contenidos.

El ritmo de la información y de la sociedad pide algo de pausa, que alguien detenga un poco este caudal incontinente y lo ordene, le dé una jerarquía y enfoque. El ciudadano necesita entender, y no puede esperar a mañana. Por eso nace EL MUNDO de la Tarde -gratis para abonados de EL MUNDO en Orbyl y con un precio mensual para los no abonados de 4,99 euros-, un producto nuevo pero con el espíritu que ha caracterizado siempre a este diario: informaciones exclusivas, audacia en los enfoques y un compromiso



A un solo 'click' de las galerías de videos e imágenes a través de los accesos directos

Menú desplegable con las secciones del diario

España: las últimas noticias políticas y de sociedad

Opinión: el editorial y columnistas

La 'app' para iPad está disponible en el Apple Store. En breve, habrá versión para Android.

FUENTE: elaboración propia.

EL MUNDO

so inquebrantable con la verdad.

Entre los contenidos propios de EL MUNDO de la Tarde, destaca la sección Perspectivas, que cierra el número. Está dedicada a los grandes temas de reflexión del progreso del mundo, de lo último que está sucediendo. Bajo el lema de Las fronteras de... cada día aborda una asunto: la Medicina, la Ciencia, la Innovación, la Comunicación y la Tecnología. Están encargados de cada una de las áreas el experto profesor Eduardo Arriagada, que escribe en estas mismas páginas; el corresponsal tecnológico de EL MUNDO, Javier López Tazón; el periodista divulgador Julio Miravalls; el subdirector del área de Salud de este periódico, José Luis de la Serna; y el redactor jefe de Ciencia, Pablo Jáuregui.

Vivimos en un mundo globalizado en el que una crisis en Pakistán afecta tanto a nuestra economía, y con ella a nuestra sociedad, como unos inesperados movimientos sísmicos en Castellón. Más agentes importantes en el flujo de la actualidad hacen crecer la cantidad de mensajes. Además, la democratización del acceso a la información a través de la web 2.0 -el internet social- multiplica las fuentes a las que atender y la capacidad crítica del público.

Parece evidente, pues, que hay una necesidad que cubrir en el mercado. Los diarios, su modelo, deben responder a lo que se espera de ellos y redoblar esfuerzos para explicar más actualidad en menos tiempo.

Ésa es la motivación de EL MUNDO de la Tarde, un diario necesario, que no puede esperar y sale unas horas antes que la primera edición en Orbyl para ejercer su labor: aprovechar el oficio de toda una redacción global de informadores y articulistas, de reporteros



y editores, de corresponsales, infógrafos y fotógrafos... más periodismo al compás de la actualidad, más valor añadido al servicio del lector, y más rápido. Una oferta enriquecida por los guiños de sus propios columnistas, sus secciones diferenciadas, su *cartoon* y sus apuestas informativas.

Otras experiencias de éxito de los vespertinos digitales, además de la de *Le Soir* en Bélgica, que se cuenta con detalle a continuación, son la de *La Repubblica Sera* en Italia, o la de *O Globo a Mais*, en Brasil.

Unidad Editorial ya fue pionera con el lanzamiento de EL MUNDO en Orbyt en marzo de 2010. En esa fecha, la transición de los diarios de papel a las pantallas parecía una quimera, ni había nacido el iPad, el producto que revolucionó definitivamente el mercado de la información.

Así, cuando Orbyt no era más que el embrión de lo que hoy es –un gran quiosco multimedia con más de 85.000 suscriptores–, el salto parecía en el vacío. Pero con la llegada de las tabletas, Orbyt encontró el medio para el que había

C#11F46853

Lea el vespertino con este código.

EL MUNDO ofrece a sus lectores una semana de puertas abiertas –de lunes a viernes– para que disfruten de EL MUNDO de la Tarde. Basta con teclear www.orbyt.es/codigo e introducir este código.

nacido. Y el resto de diarios y revistas comprendieron que la idea de Unidad Editorial no era excéntrica, sino visionaria.

Nace EL MUNDO de la Tarde, un nuevo periódico, pero el mismo; justo ahora, cuando más se lo necesita; para abrir un nuevo espacio de reflexión y análisis de una realidad imparable. Porque los periódicos marcan la agenda y explican la actualidad, ésa es su labor. Y como el ciudadano de hoy lo necesita más, EL MUNDO lo pone en sus manos.

 **ELMUNDO.es**

► **Vídeo:**

Juan Carlos Laviana enseña el contenido de 'EL MUNDO de la Tarde'. Vea también una 'demo' para sacar el mayor partido.



La revolución del belga 'Le Soir'

El periódico cambia la forma de hacer periodismo y de ofrecer noticias a los lectores a partir del lanzamiento de su innovadora edición digital vespertina

JAVIER G. GALLEGO / Bruselas
Corresponsal

Coincidiendo con su 125 aniversario, el diario belga *Le Soir* replanteó su forma de hacer periodismo para adaptarla a los nuevos soportes y hábitos de consumo de información. No ha transcurrido ni un año desde que implantaron la edición digital vespertina y su director de nuevos medios, Philippe Laloux, habla de «éxito moderado» y de «revolución periodística».

El periódico líder en lengua francófona ha sido una de las primeras cabeceras en Europa en replantear el modelo de producción periodística, que ahora gira en torno a tres ediciones diferenciadas. «Queremos ofrecer todas las posibilidades multimedia y para ello utilizamos tres fórmulas: la web gratuita, una edición digital vespertina de pago y la edición impresa del día siguiente», desgrana.

El planteamiento ha cambiado por completo. «Ahora *Le Soir* plantea una nueva estructura. Primero publicamos las noticias en la web, después ofrecemos un análisis en la edición vespertina y al día siguiente publicamos una edición impresa que en vez de volver a contar lo que pasó ayer plantea las cuestiones que serán noticia mañana», explica Laloux.

La edición vespertina se llama *Le Soir 17 horas* y está disponible en formato digital pero con un diseño y un planteamiento totalmente diferente a la web. «Esta edición vespertina pretende responder a la pregunta ¿qué está pasando hoy?», cuenta el responsable de nuevos medios del grupo que edita el diario. Para ello, ofrece análisis de lo que está sucediendo durante el día y adelanta contenidos exclusivos que aparecerán en la edición impresa del día siguiente.



Un usuario consulta la web de 'Le Soir' y en la tableta, el vespertino. / S. F.

De esta forma la edición vespertina tiene un carácter retrospectivo —una parada a mitad del día para detenerse a pensar qué está pasando— mientras que el papel pretende marcar la agenda de los próximos días. Y entre medias la página web —abierta a los lectores— se presenta como un motor de publicación constante de noticias durante las 24 horas del día y los 365 días al año.

Estas tres fórmulas se combinan entre sí con los diferentes soportes disponibles para consumir información, aunque en *Le Soir* están convencidos de que las tablets y los dispositivos móviles ya no son los soportes del futuro, sino del presente.

El nuevo modelo combina soportes gratuitos con otros de pago. Laloux explica que «la forma de tener contenido de pago no es convertir lo

que hasta ahora dábamos en abierto, sino en añadir una nueva oferta», que es el vespertino *Le Soir 17 horas*. No se trata de crear un *paywall* (muro de pago), sino un *paywill* (voluntad de pagar)», añade.

Para conseguir que esta combinación de propuestas esté plenamente engrasada ha sido necesario reeducar a la redacción, teniendo en cuenta que se hace un nuevo producto con el mismo número de periodistas. La fórmula elegida ha sido *dividir* la redacción en dos partes. Los periodistas multimedia tienen la tarea de sacar noticias y escribirlas en un único formato. Los editores se encargan de adaptar esas noticias a los diferentes soportes siguiendo criterios de forma y de fondo.

Apuesta reconocida

La «revolución periodística» de la que hablan en *Le Soir* ha sido reconocida por la asociación de editores de Bélgica, donde destacan que esta transformación «va en la dirección adecuada». El periódico líder en la región francófona de Valonia cuenta con una audiencia global de 600.000 lectores y la fórmula de suscripción elegida es «todo o nada». O el lector paga por acceder a los tres soportes o sólo podrá consultar la web gratuita, donde la mayor parte del contenido son noticias de última hora firmadas por agencias y con una extensión muy breve.

¿Qué ha ganado el diario belga con este cambio? Laloux destaca tres conclusiones casi un año después del lanzamiento. «Ha habido un efecto desde el punto de vista del *marketing*, porque se ha hablado de este nuevo modelo en todo el mundo y muchos medios han imitado la fórmula». Por otro lado, la redacción ha aprendido a hacer periodismo de forma diferente —«no a trabajar tres veces», matiza—, y en tercer lugar, «los lectores han encontrado una oferta integral que se ajusta mucho mejor a sus necesidades».



Sergio Sáez, David Blay y Rafa Lupión, fundadores de Sonido On Line (SOL). GUILLERMO LUCAS

SOL pone en marcha sus dos primeras radios de empresa

La pyme ofrece programación 'online' permanente o para eventos como herramienta de promoción de la marca

Javier Alfonso VALENCIA

La multinacional Coca-Cola ha lanzado este año en 13 países de Latinoamérica sendas radios *online* con el nombre *Cocacola.FM*, el objetivo es promocionar la marca mediante el llamado marketing de contenidos. La iniciativa está siendo un éxito y es probable que *Cocacola.FM* no tarde en llegar a España. A pequeña escala, dos periodistas y un ingeniero electrónico de Valencia se han adelantado a la firma de refrescos con la creación de Sonido On Line (SOL), una pyme que ofrece a las empresas tener una radio en Internet de forma permanente, para un evento o para formación. Los periodistas son Rafa Lupión y David Blay, ambos con larga experiencia en radio, y el que lleva la parte técnica es Sergio Sáez.

Según Lupión, "las empresas están apostando por el marketing de contenidos porque la radio es barata, creíble y accesible". Añade que "hay 15 millones de oyentes de radio *online*, aunque muchos no sepan que cuando la escuchan en su *smartphone* están en realidad conectados a Internet". Respecto a los clientes potenciales, sostiene que "la radio 2.0 tiene que ser muy de nicho, porque hacer una radio generalista exige una inversión brutal y hay mucha competencia".

SOL tiene ya tres contratos, uno de formación con el Colegio de Graduados Sociales de Valencia y dos para eventos concretos, que están

Los tres contratos



Maratón

Esta radio es un encargo de Cárnicas Serrano para promocionarse con motivo del maratón de Valencia. Emite durante 42 días hasta el día de la prueba, el próximo 17 de noviembre.



2Ruedas

Feria Valencia pidió la creación de esta radio para promocionar la feria 2Ruedas (de motos y bicis). Emite durante el mes anterior y los días del certamen, 8 y 9 de noviembre, desde la feria.



Cograsova

El Colegio de Graduados Sociales de Valencia contrató a SOL para elaborar contenidos en *podcast*, que utiliza para dar formación a sus colegiados mediante aplicaciones IOS y Android.

emitiendo 24 horas estos días. Se trata de *Maratón Radio* y *2Ruedas Radio*, que funcionarán hasta el día en que se celebre cada uno de los eventos, momento en el que la programación se hará *in situ*, con el estudio móvil que ha diseñado SOL.

La empresa está a punto de firmar su cuarto encargo, con una cadena de restaurantes temáticos. Sería una emisión 24 horas al día durante todo el año, lo que SOL denomina una "radio marca". En todos los casos, los contenidos son música variada -400 canciones- entrevistas y reportajes, junto a las cuñas publicitarias. La marca puede incluso comercializar espacios publicitarios, como está haciendo Feria Valencia con *2Ruedas Radio*.

Además, puede elegir al periodista o presentador, siempre que esté disponible, ya que SOL sólo tiene a sus tres socios en plantilla y las necesidades concretas las cubre con contratos de colaboración. *Maratón Radio*, por ejemplo, la dirige el periodista Alex Heras.

"Bastante barata"

Tener una radio marca gestionada por SOL cuesta a partir de 1.900 euros al mes, más cara cuanto más contenidos no musicales desee la empresa. Para un evento, la tarifa está entre 3.400 euros por tres días y 8.300 por un mes. El precio incluye la promoción de la emisora a través de las redes sociales.

"Creo que es una forma de promoción bastante barata, y el impacto es absolutamente medible al ser radio 2.0", opina Lupión. David Blay afirma que "ningún otro medio es capaz de estimular la imaginación como la radio" y destaca su credibilidad con la conocida frase: "Lo ha dicho la radio".



Els pressupostos de RTVE mantenen dubtes sobre el sistema

El PSOE presenta una esmena per injectar 100 milions d'euros més a fi de garantir la seva viabilitat

FRANCESC BRACERO
Barcelona

Els dubtes persisteixen sobre el sistema de finançament de RTVE. El final de la publicitat el 2009 no ha portat la tranquil·litat als comptes de la corporació pública malgrat que, quan es va dissenyar, tenia aquesta intenció. El PSOE va presentar divendres passat una esmena als Pressupostos Generals de l'Estat que pretén ingressar 100 milions d'euros més procedents de les arques públiques i garantir la seva viabilitat.

Segons el pressupost presentat al Congrés dels Diputats pel president de RTVE, Leopoldo González-Echenique, el límit de despesa per al 2014 quedarà fixat en 949,7 milions d'euros, davant els 958 milions del 2013. L'aportació de l'Estat a RTVE es mantindria en els 292,73 milions, la qual cosa iguala la xifra d'aportació estatal del 2013.

En el moment de la seva pre-



DANI DUCH / ARXIU

Leopoldo González-Echenique en el Congrés dels Diputats

sentació, González-Echenique va assegurar que l'elaboració del pressupost de RTVE ha seguit els principis d'"austeritat, estalvi i eficiència en despeses". L'objectiu és l'equilibri pressupostari i, per això, la corporació pública ha previst retallar despeses per una quantitat propera als 70 milions d'euros l'any que ve.

Un dels punts que fan més imprevisibles els pressupostos és el fet que una part dels ingressos procedeixi de les taxes a les

televisions privades, que paguen una part de la seva facturació (tinguin beneficis o pèrdues) i dels operadors de telecomunicacions.

D'aquesta part, RTVE compta amb rebre 261,3 milions d'euros. Echenique va demanar als grups parlamentaris en presentar els pressupostos que es reforcin "els mecanismes de supervisió i recaptació". El president de la corporació pública va recordar que ha augmentat de forma gradual la diferència entre

allò que les cadenes i operadors abonen en principi i allò que després se'ls reclama com el pagament real que els correspon.

Alguns d'aquests càlculs són els que porten el PSOE a preveure que hi hagi un dèficit estructural en el pressupost, per la qual cosa el seu portaveu a la comissió de control de RTVE, Juan Luis Gordo, va presentar l'esmena que aportaria 100 milions més.

L'Estat aportarà 292 milions i RTVE preveu captar 263 milions de privades i operadors

Un altre dels aspectes polèmics del finançament de RTVE són els patrocinis. La Unió de Televisions Comercials Associades (Uteca) ha denunciat que sota aquesta fórmula s'emeten autèntics anuncis televisius, una cosa que, en teoria, prohibeix la llei de finançament. Les protestes d'Uteca han caigut, de moment, en sac foradat. Les cadenes privades han anunciat que portaran la discussió als tribunals, la qual cosa manté el finançament en suspens.●



ESCÀNDOL A PEQUÍN

El frau del diari xinès

El periodista detingut suposadament per denunciar irregularitats en una companyia es va inventar la història ≡ **El rotatiu** demana disculpes

ADRIÁN FONCILLAS
PEQUÍN

Semblava un cas cristal·lí: un periodista detingut per destapar els tripijocs d'una poderosa empresa amb participació pública, o sigui que valia per denunciar la persecució de la llibertat d'expressió. I idoni: coincidí amb la defensa de Pequín davant les Nacions Unides dels seus avanços en drets humans, o sigui que valia per subratllar la seva perfídia i hipocresia. I també espectacular: el diari havia demanat a la seva portada la llibertat del seu periodista, un desafiament sense precedents. No va ser estrany que aquelles portades recollís múltiples adhesions durant la seva àmplia circulació per la xarxa xinesa o que la premsa occidental s'hi agafés.

Però la realitat ha arruïnat una altra bonica història. L'audaç periodista és un frau. Chen Yongzhou va sortir dissabte a la televisió des de la presó. Va confessar que s'havia inventat els seus reportatges sobre els problemes financers de Zoomlion, el segon fabricant xinès de maquinària de construcció, a canvi d'aconseguir fama i diners. «**He estat utilitzat. M'he adonat del meu**

seu nou poder per arruïnar empreses i empresonar corruptes és la proliferació d'extorsions de periodistes. La por, accentuada pel vigor de la campanya d'anticorrupció declarada per Pequín, empeny a satisfer qualsevol petició.

La policia va detenir recentment 80 falsos periodistes que s'havien embutxacat 1,1 milions de iuans

(130.000 euros) en cinc anys amenaçant funcionaris i empreses de la província de Hebei de publicar notícies negatives.

Wang Keqin, que és el pare del periodisme d'investigació a la Xina, s'oposa que uns quants descreditin la tasca de tots els altres. «**Som molts en això, no tots poden ser bons**», va dir a aquest diari. ≡



►► **Corrupte** ► Chen Yongzhou, escortat en un centre de detenció.

La policia va arrestar fa poc 80 falsos reporters per extorsionar empresaris

error. He violat l'ètica del periodisme (...) Tota la indústria hauria de prendre aquest cas com a exemple», va afegir.

Ningú ha explicat encara d'on van arribar els suborns. Des de Zoomlion el mes de juliol s'havia acusat Chen de cobrar de Sany, la principal rival i amb qui s'ha intercanviat acusacions d'espionatge industrial.

Ahir li va tocar al seu diari, el *New Express*. Demanava disculpes, també a la portada. Admetia que no havia estat «**prou estricte en la comprovació dels reportatges**», quan la setmana passada defensava que els havia revisat tots i només hi havia trobat un error insignificant. I reconeixia que havia pres «**mesures inapropiades**» per defensar el seu periodista, la qual cosa sembla un avís per al gremi.

El periodisme d'investigació és una de les millors notícies que han passat a la Xina els últims anys: unes persones heroiques sense preparació acadèmica útil que es mouen en un clima de corrupció moral a canvi de sous misèrrims i l'íntima satisfacció de servir el poble. Però el preu que paga el gremi pel



Televisión

Fusion, un canal en inglés para jóvenes hispanos

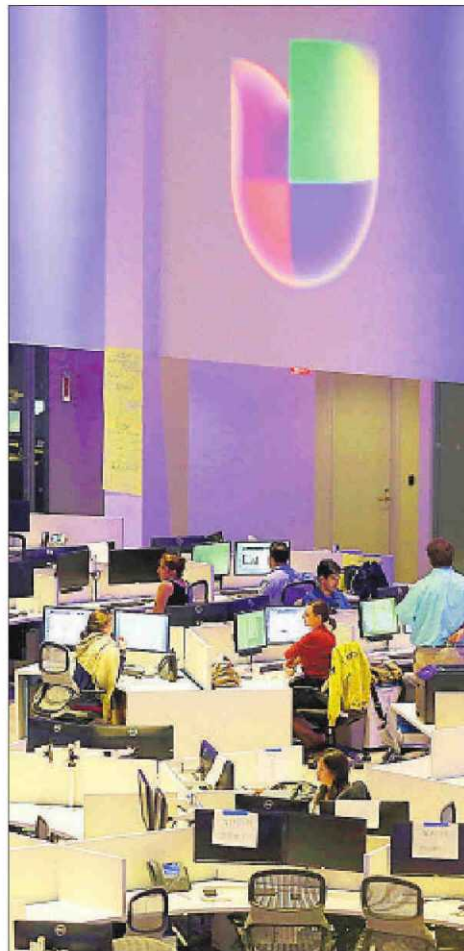
Univisión y ABC lanzan hoy en EE UU una nueva cadena

CRISTINA F. PEREDA
Washington

Es una cuestión de números. Los de la demografía de Estados Unidos, con 55 millones de latinos, o uno de cada seis de sus ciudadanos. La comunidad hispana es el grupo de población de mayor crecimiento de la última década y ha puesto en evidencia la falta de un canal de televisión dedicado a ellos y que ofrezca contenido en inglés. Este lunes, Fusion nace para responder a esa demanda.

Después de 50 años en antena, Univisión se ha aliado con ABC para lanzar el primer medio destinado a los hispanos *millennials*, jóvenes de entre 18 y 30 años que consumen información principalmente en inglés. El pasado julio, Univisión superó en espectadores a las grandes cadenas de cable. ABC, CBS, NBC y FOX vieron cómo un canal en español les robaba el horario de máxima audiencia.

“Esta es una apuesta por controlar la televisión del futuro”, asegura Jorge Ramos, presentador estrella de Univisión. “El presente ya lo ganamos en español. Ahora queremos crecer y la oportunidad del futuro es en inglés”. Para este consolidado periodista mexicano, presentador del telediario de la noche, la información en inglés es una evolución natural. “Nos hemos dado cuenta en los últimos años de que hay un mayor crecimiento de hispanos en Estados Unidos



Instalaciones de Fusion. / WILFREDO LEE (AP)

por nacimientos que por inmigración”, dice Ramos. “Son jóvenes que ahora están más a gusto en inglés que en español, y así es como queremos darles la información”.

Pero Fusion quiere responder también a la influencia de

los hispanos en la generación de los *millennials*. “Es imposible ignorar su influencia en todos los ámbitos, están afectados de una u otra manera por la imparable cultura hispana”, explica Isaac Lee, director ejecutivo de la cadena.

El crecimiento de la comunidad hispana y el hecho de que dominen tanto el inglés como el español ha obligado a los medios de comunicación a elegir entre dos estrategias: ampliar el espectro de noticias que cubren sus periodistas para incluir aquellos temas que más interesan a las minorías del país —en este caso la inmigración, la educación, la salud, la economía y la información de América Latina— o crear un medio que reconozca la existencia de estos nuevos espectadores.

Fusion es la apuesta por esto último. El elenco de presentadores quiere reflejar el mosaico de culturas que componen la población estadounidense. “Solo tendremos éxito si triunfamos más allá del mercado hispano, si no, no basta”, añade Lee.



VALLPARADÍS

ÀLEX GOZALBO
PERIODISTA

De periodistes esportius, crítics taurins i televisors

Raimundo Saporta va regalar un petit televisor Philips als redactors que es van acreditar per cobrir l'Eurobàsquet de l'any 1973 al Palau d'Esports de Montjuïc. La notícia va arribar aviat a tots els mitjans de comunicació i les oficines de la plaça d'Espanya no van trigar a veure com es formaven cues de periodistes. La majoria no apareixien a la llista que Eusebio Castrillo, cap de premsa de la Federació Espanyola, havia preparat, però ningú es va quedar sense el seu aparell. L'anècdota l'explica Jaume Rius, que dijous va presentar a Barcelona el seu llibre *La corrupció en el periodisme esportiu*.

Jaume Rius descriu amb acidesa una època de servilisme en què els periodistes esportius i taurins rebien sobres mensuals de clubs i apoderats, que es volien assegurar cròniques favorables. "Publicaven al dictat tot el que se'ls manava", critica. "Ara aquells sobres ja no fan falta. La majoria dels periodistes acostumen a ser els seguidors més fanàtics i això fa que moltes vegades, per no traïr el seu equip, no reflecteixin en les seves opinions o cròniques la realitat del que passa al terreny de joc o fora", adverteix.

La tendència, batejada per Gerardo Martino com a *periodisme de samarreta*, és una moda nascuda al futbol, però a poc a poc està arribant a altres esports amb menys repercussió. "El periodisme esportiu passa pel moment més crític dels últims cinquanta anys", dissectiona el periodista. "Molts professionals han perdut tota la independència quan escriuen en diaris i revistes, parlen per la ràdio o apareixen a la televisió i pontifiquen en primera persona", opina Jaume Rius, que recorda que els periòdics depenen econòmicament de les promocions que s'oferten amb els escuts dels clubs.

Aquestes tendències no són tan visibles en el món del bàsquet, un esport que intenta (i gairebé sempre aconsegueix) mantenir-se allunyat d'aquesta perillosa epidèmia nascuda al futbol. Clubs i representants també intenten coaccionar, però les agressions que Jaume Rius va viure al Palau Blaugrana i a l'antic pavelló de la Peña situat al carrer Ausiàs March, on no tothom estava d'acord amb les seves cròniques, difícilment podrien repetir-se en l'actualitat.

Honestetat i independència són els dos primers punts del decàleg del bon periodista esportiu amb el qual Jaume Rius acaba un llibre que resumeix 50 anys de vivències personals, però que també serveix per fotografiar la situació actual d'una professió que sempre necessitarà gent valenta.



Un reportatge de l'espai del 33 «Quèquicom», finalista al Boehringer Ingelheim

DdG | GIRONA

■ *El miracle de sentir-hi* ha estat seleccionat com a finalista al premi Boehringer Ingelheim de Periodisme en Medicina d'aquest any. El reportatge del programa científic del 33 *Quèquicom* explica com se sent amb un implant coclear i com funciona l'orella, un òrgan molt fi amb una sensibilitat extraordinària, però al mateix temps molt delicat. El treball de Jaume Vilalta, Georgina Pujol i Cari Pardo aspira al guard3n en la categoria d'audiovisuals.

El premi Boehringer Ingelheim reconeix la divulgaci3n m3dica i científica sobre temes relacionats amb la salut a trav3s dels mitjans

de comunicaci3n i atorga 12.000 euros a cadascun dels guanyadors. La cerim3nia de lliurament de la 26a edici3n dels premis es far3 el 21 de novembre a la Real F3brica de Tapices de Madrid.

El reportatge presencia el moment en qu3 activen l'implant coclear que el doctor Or3s va posar a Aurora Rodr3guez a l'Hospital de Sant Pau, que hi torna a sentir despr3s de vuit anys de sordesa absoluta. Marta Capdevila, il·lustradora, ja va passar per l'experi3ncia. Als 38 anys va poder sentir la veu dels seus fills i ho va reflectir en un conte i el seu fill Marcel viu la sordesa sense cap limitaci3n gr3cies a dos potents audi3fons.

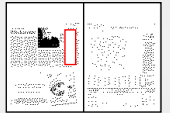


'El Punt Avui' també abandona el tot gratis a la web

El Punt Avui, l'únic diari d'abast català que encara oferia tots els seus continguts de manera gratuïta a la web, ho ha deixat de fer: a partir d'ara permetrà fins a 10 lectures d'articles al mes, moment a partir del qual demanarà a l'usuari que s'hi subscrigui. A banda del diari, això afectarà també les altres publicacions vinculades al grup, com *El 9 Esportiu*, els setmanaris *Presència* i *L'Econòmic* i els mensuals *Barçakids* i *Catalonia Today*. Els no subscriptors podran seguir accedint a les informacions de servei (bàsicament, agenda, temps i cartellera). El diari ja havia anunciat la seva

voluntat de caminar cap al pagament el setembre del 2011, tot i que llavors no es va pronunciar sobre la data.

La tendència a abandonar el tot gratis a la web s'ha convertit en universal. En l'àmbit internacional, la pauta la van marcar els diaris econòmics, però després capçaleres generalistes com *The New York Times*, entre moltes d'altres, han seguit el camí. La fórmula dominant és la que permet un determinat nombre de lectures però que demana ser-ne subscriptor per poder llegir més enllà. L'ARA manté aquest model mixt, amb informacions gratuïtes i d'altres *premium*, des del seu naixement el novembre del 2010.



Deborah Turbeville (81) / Fotógrafa

Transformó las fotos de moda

Laura Martín

La distinguida fotógrafa de moda Deborah Turbeville, que cambió la fotografía de moda, caracterizada por ser limpia y bien iluminada, en imágenes oscuras, melancólicas y con toques sensuales, falleció en Manhattan a causa de un cáncer de pulmón, a los 81 años.

Sus fotografías han aparecido en reconocidas revistas como «Vogue», «Harper's Bazaar» y «Mirabella», también en diarios como «The New York Times», y en anuncios para emblemáticas marcas de moda como Ralph Lauren, Bruno Magli, Nike, Macy's y Bloomingdale's. Además, de realizar exposiciones en todo el mundo.

Deborah se hizo famosa cuando escribió para «Women's Wear Daily» que «para transformar la fotografía de moda hay que introducirse en el arte vanguardista».



Los periodistas premian a los jueces de instrucción

X. G. P. MADRID.

La Asociación de Comunicadores e Informadores Jurídicos (Acijur) ha concedido el Premio *Puñetas de Oro* a los jueces de Instrucción, que "haciendo honor a su misión, están defendiendo el Estado de Derecho, sufriendo una enorme presión exterior. A todos y cada uno de ellos, la sociedad les debe un reconocimiento".

El juez decano de la Audiencia Nacional, Santiago Pedraz; el juez decano de Madrid, José Luis Armengol; y el juez decano de Bilbao, Alfonso González-Guija, serán los encargados de recoger este galardón en representación de todos los jueces de Instrucción.

El premio *Vete a hacer Puñetas* ha recaído en esta III Edición en las tasas judiciales, que han sido contestadas de forma masiva.



◀ El lavado de cara de Canal Nou

Canal Nou cambia de imagen para tratar de dejar atrás un pasado de desvíos presupuestario y fondos malgastados. La cadena autonómica, en pleno juicio por el macro ERE que se llevó por delante a casi toda la plantilla, presentó una nueva imagen con la que busca superar su pasado y reconquistar a la audiencia.