



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

11/11/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
09/11/13	50 ANYS DE LES DECLARACIONS DE L'ABAT ESCARRÉ / ARA	8	1
11/11/13	L'alberg Inout ret homenatge a Paco Elvira / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	9	1
11/11/13	Quarta edició del calendari Fotògrafs Solidaris 2014, dedicat a Paco Elvira / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	10	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
09/11/13	LA FALLIDA TOTAL DEL "MODEL D'ÈXIT", PER VICENT SANCHIS / EL PUNT AVUI	12	1
09/11/13	ATRESMEDIA, CON LOS JÓVENES CREADORES / LA RAZON	13	1
09/11/13	ENTREVISTA A ALBERTO FABRA, PRESIDENTE DEL GOBIERNO VALENCIANO: «EL CIERRE DE NUESTRA TELEVISIÓN DEBE ABRIR UN AMPLIO DEBATE EN OTRAS COMUNIDADES» / ABC (EDICION NACIONAL)	14	2
09/11/13	LA PRENSA ACELERA HACIA LA ERA DIGITAL / EXPANSION	16	1
09/11/13	ELS TREBALLADORS DE TV3 TORNARAN A FER VAGUES / ARA	17	1
09/11/13	EL GOBIERNO DE FABRA SE DISCULPA POR «ERRORES» AL GESTIONAR CANAL 9 / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	18	1
09/11/13	RTVV, LA VOLEM NOSTRA, PER JOSEP GIFREU / EL PUNT AVUI	19	1
09/11/13	LA GENERALITAT PIDE PERDÓN POR CERRAR CANAL NOU, PERO NO PREVÉ DIMISIONES / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	20	1
09/11/13	LA FAPE DA LA RAZÓN A ZARZUELA: EL DIGITAL VULNERÓ EL CÓDIGO ÉTICO / ABC (EDICION NACIONAL)	21	1
09/11/13	EL GOVERN VALENCIÀ ACCELERA EL TANCAMENT DE RTVV / ARA	22	1
09/11/13	CANAL 9: NO TOT S'HI VAL, EDITORIAL / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	23	1
09/11/13	RCS MEDIAGROUP DESMIENTE QUE ALIERTA Y BOTÍN ESTÉN INTENTANDO COMPRAR EL MUNDO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	24	1
09/11/13	EL PP TRAMITA UNA LEY EXPRÉS PARA CERRAR CANAL 9 ESTE MES / EL ECONOMISTA	25	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
09/11/13	TOT RECORDANT FRANCINA BORIS / EL PUNT AVUI (GIRONA)	26	1
09/11/13	PRISA CEDE UN 17% DE SU CAPITAL PARA REFINANCIAR SU INCONTROLABLE DEUDA / EL ECONOMISTA	27	1
09/11/13	UNA TV ALEMANA ACUSA A LA CORONA DE «FALTA DE MORAL» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	28	1
09/11/13	L'ASSOCIACIÓ DE PERIODISTES EMPARA LA CASA REIAL ESPANYOLA CONTRA UN DIARI / REGIO 7	29	1
09/11/13	C'S DENUNCIA LA DESPESA DE LA CORPORACIÓ EN LA VIA CATALANA / EL PUNT AVUI	30	1
09/11/13	NURIA ROCA SE INCORPORARÁ A MELODÍA FM / LA RAZON	31	1
10/11/13	EL TESORO DE LOS DATOS MASIVOS / LA VANGUARDIA (MAGAZINE)	32	7
10/11/13	L'ABAT ESCARRÉ VA DIR PROU / PRESENCIA	39	5
10/11/13	PERIODISTES QUE TREBALLEN PER A PERIODISTES / PRESENCIA	44	2
10/11/13	INCORPORACIONES A ABC / ABC (EDICION NACIONAL)	46	1
10/11/13	LA ESENCIA DEL PERIODISMO / ABC (EDICION NACIONAL)	47	2
10/11/13	PRINCIPIOS, PENSAMIENTO Y RIGOR: ABC / ABC (EDICION NACIONAL)	49	2
10/11/13	EL PÁJARO EN LA VENTANA / ABC (EDICION NACIONAL)	51	1
10/11/13	EMILIO GARCÍA RUIZ. Editor jefe de «The Washington Post»: «SIN UN CONTENIDO DE CALIDAD NO ERES NADA EN LA ERA DIGITAL» / ABC (EDICION NACIONAL)	52	2
10/11/13	UN MEDIO DE COMUNICACIÓN SIN PERIODISTAS NO EXISTE / ABC (EDICION NACIONAL)	54	1
10/11/13	UN MANIFIESTO POR EL PERIODISMO DE CALIDAD / ABC (EDICION NACIONAL)	55	1
10/11/13	EL COMPROMISO DE ABC CON ESPAÑA / ABC (EDICION NACIONAL)	56	1
10/11/13	EL FUNDIDO DE CANAL 9 / EL PAIS (DOMINGO)	57	3
10/11/13	LOS CAZADORES, CAZADOS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	60	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/11/13	NACE EL FORO ABIERTO DE EL PAÍS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	61	1
10/11/13	EL PAÍS VALENCIÀ CRIDA QUE RTVV NO ES TANCA / ARA	62	1
10/11/13	LA LLETRA MASSA PETITA per Pep Collelledemont / EL PUNT AVUI	63	1
10/11/13	MANIFESTACIÓ EN SINTONIA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	64	1
10/11/13	CENSURA EN EL NOM DE L'ILLA DE PETER PAN / DIARI DE GIRONA	65	2
10/11/13	LAS AUTONÓMICAS HAN REDUCIDO SUS INGRESOS UN 60% DESDE 2008 / LA RAZON	67	2
10/11/13	UN TANCAMENT QUE POSA EN RELLEU LA SITUACIÓ DELS CANALS AUTONÒMICS / DIARI DE GIRONA	69	1
10/11/13	EL 'APAGÓN DE CANAL 9 RELANZA A FABRA EN EL PP / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	70	1
10/11/13	MILERS DE VALENCIANS ES MANIFESTEN CONTRA EL DESMANTELLAMENT DE RTVV / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	71	1
10/11/13	BENVINGUTS AL WEBDOC / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	72	2
10/11/13	LA PLANTILLA DE LA TELEVISIÓN CATALANA ES SUPERIOR A LA DE ATRESMEDIA Y MEDIASET JUNTAS / LA RAZON	74	1
10/11/13	VULL AIXÒ, AIXÒ, AIXÒ I TAMBÉ AIXÒ PER EVA PERUGA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	75	1
10/11/13	FE DE ERRORES POR TOMÁS DELCLÓS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	76	2
10/11/13	CODI QR PER Josep Rovirosa / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	78	1
10/11/13	GUERRA AL CENSOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	79	1
10/11/13	LA LLUNA DE VALÈNCIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	80	1
10/11/13	'LA GACETA' ACUSA SUBLIMINARMENT 'EL PAÍS' D'ALLIBERAR ETARRES / ARA	81	1
10/11/13	CLAMOR EN LA CALLE CONTRA LA LIQUIDACIÓN DE CANAL 9 / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	82	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/11/13	'LA VANGUARDIA' I SEBAP ACORD DE COL-LABORACIÓ / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	83	1
10/11/13	EL JUDICI PER LA DIFUSIÓ DELS CORREUS ELECTRÒNICS D'URDANGARIN, EL 12 DE MARÇ (ED. CATALA)	84	1
11/11/13	LA PLANTILLA DE TV-3, CONTRA DUART / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	85	1
11/11/13	L'ENEMIC A CASA per Comitè d'Empresa de TELEVISIÓ DE CATALUNYA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	86	1
11/11/13	LA PARRILLA DE CBS ESPERA QUE AXA PIERDA AUDIENCIA PARA ROBAR SU PUESTO / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	87	2
11/11/13	ALFRED RODRÍGUEZ PICÓ METEORÒLEG ¿VAN DIR DE TOT, UN DIARI FINSITOT VA PUBLICAR QUE M'HAVIA MORT" / ARA	89	1
11/11/13	INTERNET TAMBÉ ES VESTEIX A LA MODA / ARA	90	2
11/11/13	¿PÚBLICA, PRIVATITZADA O MIXTA? / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	92	1
11/11/13	TV-3 CEDIRÀ SENSE GARANTIES EL NEGOCI DE LA SEVA PUBLICITAT / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	93	2
11/11/13	EL TANCAMENT DE CANAL 9 CASTIGA LA IMATGE DEL PP VALENCIÀ / ARA	95	1
11/11/13	PERIODISMO DE 'REFLEXIÓN AMABLE' / DIARI DE TARRAGONA	96	1
11/11/13	ERC S'ENFRONTA AL GOVERN I LI RETREU QUE JUGUI AMB EL FUTUR DE TV-3 / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	97	1
11/11/13	JESÚS MATA, REPORTERO GRÁFICO Y TESTIGO DE LA HISTORIA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	98	1
11/11/13	GOLPE AL SECTOR AUDIOVISUAL / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	99	1
11/11/13	UN ERROR MOLT INOPORTÚ / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	100	1
11/11/13	EL DIRECTOR DEL DIARIO 'THE GUARDIAN' COMPARECERÁ EN EL PARLAMENTO / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS	101	1
11/11/13	SÍ, PERÒ TAMBÉ ALGUN PERÒ / EL PUNT AVUI	102	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
11/11/13	UNA PRIVATITZACIÓ SOTA SOSPITA, EDITORIAL / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	103	1
11/11/13	UN PECULIAR RECOMPTE DE MANIFESTANTS A 'EL MUNDO' / ARA	104	1
11/11/13	TRES MILLONES DE ESPAÑOLES DISFRUTAN DE LA 'TELE' CONECTADA / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	105	1
11/11/13	PERIODISMO 3.60 / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	106	1
11/11/13	PUERTAS GIRATORIAS ENTRE MEDIOS Y EMPRESAS / EL ECONOMISTA (ED.LUNES) ECONOMIA REAL	107	1
11/11/13	UNA PREGUNTA QUE RESUMEIX EL DECLIVI DE RTVV / ARA	108	1
11/11/13	ALBERTO FABRA INSISTEIX QUE LA DECISIÓ DE TANCAR RTVV "JA ESTÀ PRESA" / ARA	109	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



50 anys de les declaracions de l'abat Escarré

A propòsit del cinquantè aniversari de les declaracions de l'abat Escarré al diari francès *Le Monde* (14 de novembre del 1963), ja han aparegut, en diversos mitjans de comunicació, comentaris sobre un fet que ha marcat la història de la resistència. Certs comentaris induïxen a creure que ben poc mèrit tingué l'Abat en el que va fer, com si ell fos un simple transmissor del que "uns seus consellers" volien que digués. Sigui com sigui, és indiscutible que l'únic que va prendre el risc de parlar, sense embuts, de cara enfora va ser ell i que només ell assumí la responsabilitat de les seves paraules. Ben sol, baixà a l'arena, tot seguint una actitud tan ferma i decidida que, a la llarga, es convertiria en un argument més del govern franquista per a castigar-lo amb l'exili. Un exili que era la resposta contundent d'un règim que, en aquestes declaracions, se sentí atacat al cor mateix dels principis de la "pau i de l'ordre cristians" que invocava per a justificar-se.

Efectivament, les declaracions recordaven que després de vint-i-cinc anys d'haver-se acabat la Guerra Civil, el règim es comportava com si, en el fons, la guerra encara perdurés. En la seva propaganda exaltava la idea que eren vint-i-cinc anys victoriosos, d'uns vencedors contra uns vençuts, molts dels quals encara eren empresonats. L'abat, en canvi, preconitzava la pau, la pau de la reconciliació, la pau de les llibertats recuperades i, en definitiva, la pau que era la causa i l'efecte de la democràcia, enfront d'un ordre dictatorial establert. Hi insistia en nom, fins i tot, dels postulats del missatge cristià, menyspreat i perseguit, com denunciava l'abat, pels addictes al Movimiento,

encapçalat pel general Franco, per més que pretenguessin encarnar-los en el nacionalcatolicisme, beneït per un episcopat espanyol que encara sostenia, en la seva gran majoria, que la Guerra Civil fou una croada dels cristians contra els seus enemics.

Per reblar el clau, l'abat Escarré deia, en les declaracions, que la seva interpretació dels principis del missatge cristià s'inspirava en la doctrina que, pocs mesos abans, el papa Joan XXIII els havia fet més entenedors per a l'home modern. Es referia a l'encíclica *Pau a la Terra (Pacem in terris)*. Un document que proposava rellegir l'Evangeli a la llum dels signes dels temps actuals. Entre aquests signes, el de l'emergència de les reivindicacions de les "minories", comprenent en aquest terme el que ara en diem les nacions sense



AURELI ARGEMÍ

PRESIDENT EMERIT DEL CIEMEN
I ANTIC SECRETARI DE L'ABAT ESCARRÉ

La proposta de l'abat Escarré s'ha tornat a fer actual en la polèmica de la beatificació a Tarragona

estat. D'aquí que l'abat se sentís empès a defensar, explícitament, el signe del temps que eren les reclamacions dels catalans, del seu poble minoritzat, de recuperar la seva llengua, la seva cultura, els seus drets, perseguïts pel govern franquista.

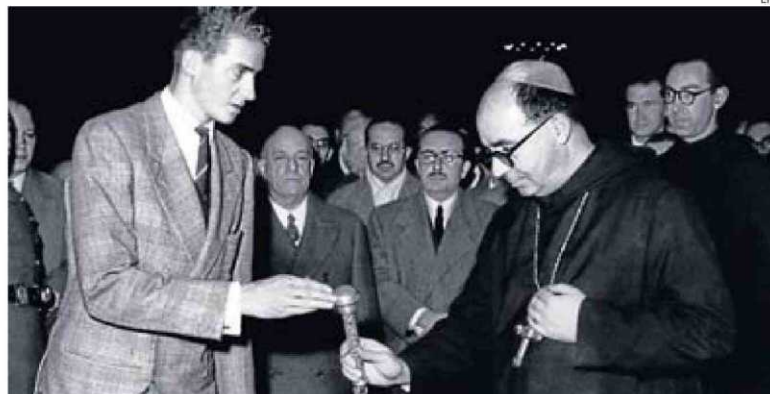
Segurament per un error de càlcul, Fraga Iribarne, ministre d'Informació del govern franquista, féu traduir i publicar les declaracions en la majoria de diaris espanyols, acompanyades dels corresponents comentaris en contra. Així va ser com la gent s'assabentà de la seva existència i es creà un corrent de simpatia i adhesió. Les paraules de l'abat ressonaren arreu com un clam a la llibertat, com la veu de denúncia profètica que tants i tants esperaven des de feia temps. Els comentaris en contra eren, almenys a Catalunya, lle-

gits amb una riota generalitzada de menyspreu.

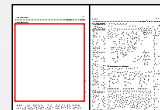
Tal com afirmava el mateix abat més endavant, al diari *Le Figaro* (24-09-1965), amb el seu comportament, que anava molt més enllà del que deia en les declaracions, volia contribuir a fer possible que un dia tota l'Església catalana i espanyola participés "en l'edificació del pont que reuneixi les diferents tendències escampades pel país i que reconciliï l'esquerra i la dreta clàssiques o, més exactament, els germans enemics d'ahir, vencedors i vençuts". És, en tot cas, la gran labor que l'abat Escarré féu els últims anys de la seva vida a l'exili.

La proposta de l'abat Escarré s'ha tornat a fer ben actual en la polèmica que ha desencadenat la recent beatificació, a Tarragona, de religiosos assassinats durant la Guerra Civil. Molts cristians i no cristians esperaven que almenys l'episcopat català hagués aprofitat l'avinentesa per a pronunciar-se, conjuntament, a favor de la reconciliació i recordar que també hi va haver cristians que moriren assassinats per un règim que els condemnava amb la pena màxima, en nom d'una pretesa justícia imbuïda dels principis del cristianisme. Una distorsió ja denunciada, precisament, per l'abat Escarré, entre altres. L'episcopat català ha preferit, col·lectivament, centrar ara la seva atenció en els religiosos beatificats...

La memòria històrica de les declaracions de l'abat Escarré es farà viva en diferents actes. Despuntarà una exposició, al Col·legi de Periodistes de Barcelona (que s'inaugurarà el dia 14 a les 19.00 h) i la sèrie de conferències que té programada la Comissió Escarré-APEC.



EFE



Propostes

Dilluns 11.11.2013

JORNADA ► PRIMERA EXPERIÈNCIA VEREMA A BARCELONA

El Museu Marítim acull un festival de la plataforma 'on line' Verema. La cita, que es fa per primer cop a BCN, reuneix 130 cellers i distribuïdors. L'entrada i els tastos són gratuïts.

Idòlatres del bon vi

EL PERIÒDICO
BARCELONA

La sala de les Grans Naus del Museu Marítim es convertirà avui en un temple per a tots els devots del bon vi. Professionals del sector i aficionats a la gastronomia i la vitivinicultura estan convidats a conèixer i degustar els productes que 130 cellers i distribuïdors portaran a la primera Experiència Verema, un festival gurmet que organitza la plataforma on line Verema amb entrada i tastos gratuïts prèvia inscripció (també gratis) a la seva pàgina web.

Amb un currículum de 12 edicions a València, l'Experiència Verema es va estrenar el maig passat a Madrid i avui debuta a Barcelona amb un panorama vinícola en què despunten noms com per exemple Muga, Abadia Retuerta, Mar de Frades, Juvé i Camps, Torres, Raimat, Marqués de Cáceres, Gramona, Freixenet i Torelló, entre molts d'altres. L'oferta la completen els productes que també oferiran –per acompanyar les degustacions de vi i cava– una dotzena d'empreses d'ibèrics, embotits, olis i conserves, dolços, torrons, aigua i cafè.

L'objectiu de la trobada és mul-



► Aspecte de l'Experiència Verema realitzada a Madrid el maig passat.

tiplè: reunir els millors cellers del mercat, donar a conèixer els seus productes, oferir un punt de reunió als usuaris i els professionals del sector i fomentar la cultura del vi.

Verema és un portal de referència dirigit als amants de la bona taula, el bon vi, els bons hotels i, en general, la bona vida. Compta amb més de 43.000 usuaris registrats

–7.000 d'ells a Catalunya– que interactuen amb fitxes, consells i valoracions sobre els vins, els productes gurmet i els establiments d'oci i gastronomia. ≡

► **Museu Marítim. Avinguda de les Drassanes, s/n. De 12.00 a 21.00 h. Entrada i tastos gratuïts, amb inscripció a www.verema.com**

CALENDARI

L'alberg Inout ret homenatge a Paco Elvira

Cada any, des d'en fa quatre, un grup de fotògrafs solidaris elaboren un calendari per donar a conèixer l'Inout Hostel, un alberg situat al cor de Collserola (Major del Rectoret, 2), que tira endavant gràcies a una plantilla de treballadors amb minusvalideses intel·lectuals o físiques.

La idea de l'almanac va sorgir d'una conversa d'amics entre dos fotògrafs –Pepe Encinas i Paco Elvira– i la fundadora de l'espai, Maria José Pujol. Elvira va morir el 30 de març passat. No va poder realitzar el calendari del 2014, però hi és. En les seves 12 imatges –l'alberg i els fotògrafs li han dedicat el seu treball– i en la il-



► Paco Elvira i una treballadora de l'alberg Inout, en una imatge del 2011.

lustració del mes de maig, que mostra un Paco Elvira «fent una de les coses que feia millor, ensenyar», explica Encinas.

L'almanac es presenta avui al Col·legi de Periodistes (rambla de

Catalunya, 10. 11.00 h. Entrada lliure) i es podrà comprar a l'alberg a 10 euros (amb invitació a cafè). Part dels beneficis de la venda es destinaran a una futura associació per recordar l'obra d'Elvira. ≡

Barcelona

CINE

Terror Comença la 25a Marató de Cinema Fantàstic i de Terror de Sants amb una panoràmica de curtmetratges. A les 20.00, 21.05 i 22.05 hores. Cotxeres de Sants. Sants, 79. Entrada: 3 euros.

Documental El centre cívic Sagrada Família programa *Marina Abramovic. La artista està presente*, sobre la vida de l'artista sèrbia. Provença, 480. 20.00 h. Gratuït.

Video *Flux Club*, extensió del Festival de Video d'Autor, amb projeccions, *videoperformances* i col·loquis. Antic Teatre. Verdaguier i Callis, 12. 21.00 hores. Gratuït.

Terrassa La biblioteca Districte 5 acull dues projeccions de la *Mostra de Cinema Independent Cubà*. Jocs Olímpics, 7. 18.00 hores. Gratuït.

CONFERÈNCIES

'Novembre Vaca' En aquesta *Mostra de Creadores Escèniques*, **Marga Iñiguez** parlarà d'*El procés creatiu a debat. Quins són els temps de la creació? El dret a equivocar-se*. Fabra i Coats. Sant Adrià, 20. A les 19.00 hores. Entrada lliure.

Història La cerimònia d'entrada real a la *Barcelona baixmedieval*, a càrrec de **Miquel Raufast**. Muhba. Plaça del Rei. 19.00 hores. Gratuït. Reserves: reservesmuhba@bcn.cat i al telèfon 93.256.21.22.

'Món Àfrica' Cicle de la biblioteca Vila de Gràcia en què **Sònia Casas** dissertarà avui sobre *La representació mediàtica de l'Àfrica: el cas de National Geographic*. Torrent de l'Olla, 104. 19.00 hores.

Tecnologia *Els nanomaterials: cap a una nova revolució industrial?*, a càrrec de **Xavier Obradors**. Residència d'Investigadors. Hospital, 64. A les 18.30 hores. Entrada lliure.

'Pàgines de pel·lícula' Continua el cicle a la biblioteca Bonnemaison, amb **Marta Selva**, que parlarà d'*Innovació i diversitat en la creació cinematogràfica femenina*. Sant Pere Més Baix, 7. 19.00 hores.

CaixaForum Comença el cicle *Gaudir de l'art amb Dormitori groc, de Vincent Van Gogh*, a càrrec de **Estrella de Diego**. Francesc Ferrer i Guàrdia, 6. A les 19.30 h. 4 euros.

Sant Boi *Les pensions a debat*, amb l'economista **Elena Idoate**. Cal Ninyo. Major, 43. 19.30 hores.

DEBATS

Literatura El Born Centre Cultural inaugura la trobada *Barcelona Novel·la Històrica* amb les taules rodones *Els límits de la novel·la històrica* (16.30 h) i *La Barcelona novel·lesca* (17.45 h), amb destacats historiadors i escriptors, i *Glossa de les històries naturals*, de **Joan Peruchó**, amb **Màrius Serra** (19.30 h). Plaça Comercial, 12. Gratuït.

EXPOSICIONS

Fotografia L'exposició *Els seus ulls* mostra els espais de maltractaments retratats per les dones que n'han patit. Vestibul de l'Espai Bonnemaison. Sant Pere Més Baix, 7. De 8.00 a 21.00 hores. Entrada lliure.

Cornellà En el marc de la *Mostra del Còmic*, l'Espai d'Art Moritz acull l'exposició *Kim, un artista de revista i molt més...* Mossèn Andreu, 17. De 16.00 a 21.00 hores.

MÚSICA

Rússia La formació **Conjunt Siberià Rús** oferirà l'espectacle de música i ball *Rússia, país natal: Sibèria*. Edifici històric de la UB. Gran Via, 585. A les 18.30 hores.

TEATRE

Humor L'obra *Hoy estamos por Radioman* inaugura la *Setmana de l'Humor Llatinoamericà* al teatre Poliorama. La Rambla, 115. A les 20.30 hores. Entrada: 5 euros.

Tarragona

AUDIOVISUAL

Reus Projecció de *Seguint les passes del Quixot* i col·loqui amb **Santiago Nogués**. Centre de Lectura. Major, 15. A les 19.00 hores.

Girona

CONFERÈNCIES

CaixaForum En el cicle commemoratiu del naixement de **Giuseppe Verdi** i **Richard Wagner**, avui **Marcel Gorgori** comentarà l'òpera *La Traviata*. Ciutadans, 19. A les 19.00 hores. Entrada: 4 euros.

Lleida

CINE

Wim Wenders Segueix el cicle que la Filmoteca de les Terres de Lleida dedica al cineasta alemany amb la projecció de *¡Tan lejos, tan cerca!* CaixaForum. Blondel, 3. A les 19.00 i 22.00 hores. Entrada: 3 euros.



AGENDA

Per informar d'activitats cal registrar-se a www.lavanguardia.com/agenda

Barcelona ciutat

Quarta edició del calendari Fotògrafs Solidaris 2014, dedicat a Paco Elvira. Presentació d'aquest calendari, fruit de la iniciativa d'uns quants fotògrafs que aporten la seva solidaritat per donar a conèixer la tasca social de l'Inout Hostel.

Col·legi de Periodistes de Catalunya. Rambla Catalunya, 10, prol. (11 h).

Gran Festival del Vi. El Museu Marítim acull per primer cop el gran festival del vi de la plataforma Verema.

Museu Marítim de Barcelona. Av. de les Drassanes, s/n (de 12 a 21 h).

Rússia, país natal: Sibèria. En el marc del festival internacional de cultura i art russos Tardor Catalana 2013, la formació Conjunt Sibèria Rus ofereix un espectacle de música i ball.

Paranimf de la UB. Edifici històric. Gran Via, 585 (18.30 h). Gratuït.

Mesa reservada. Presentació d'aquest llibre de Vis Molina, a càrrec de Ferran Adrià.

Casa del Llibre. Rambla Catalunya, 37 (19 hores).

Món Àfrica. La representació mediàtica de l'Àfrica: el cas de 'National Geographic'. Conferència de Sònia Casas, periodista de la revista *Sàpiens*. Biblioteca Vila de Gràcia. Plaça Lesseps, 20-22 (19 hores).

Festival d'Arts Escèniques Novembre Vaca. Marga Ñiguez ofereix la xerrada *A fac lent*, sobre com treballar la creativitat, des de la singularitat, el talent i el temps creatiu de cadascú. *Fabra i Coats. Fàbrica de Creació. Sant Adrià, 20 (19 hores). Gratuït.*

En record de José Pérez Ocaña. Homenatge a aquest destacat pintor, anarquista i activista LGBT, que va fer-se molt polèmic a Barcelona durant la transició. Intervindran la seva família, els seus amics (Nazarío, entre d'altres) i els seus col·laboradors. *Ateneu Barcelonès. Canuda, 6 (19 h).*

La filosofia com a dissabte. Presentació d'aquest llibre de Miquel García Baró a càrrec de l'autor i de Francesc Torralba.

EXPOSICIONS DE LA SETMANA

■ **La Fundació Apel·les Fenosa inaugura aquesta setmana al Vendrell una exposició-homenatge a l'escultor i la seva vídua, morta fa un any, en què es podran veure les obres que Nicole va fer durant el seu viatge a Rússia l'any 1971. També hi haurà obres dels artistes russos amics de la parella.**

Les amistats russes de Fenosa

Avui

Diferents mirades. El Fotoclub Pau Casals Sabadell organitza la seva primera exposició fotogràfica. Can Rull. Sant Isidor, 45, Sabadell.

Ninhos. Pintures de Vives Fierro. Galeria El Quatre. Rosselló, 193, Barcelona.

El Taxidermista. Diorames i fotografies de destacats fotògrafs fetes a la botiga El Taxidermista. Fundació Setba. Pl. Reial, 10, Ir, Barcelona.

Dimarts, 12

Apunts (a punt) per al de-

creixement. S'exposa el projecte guanyador de la tercera convocatòria d'Arts Visuals de la Casa Elizalde portat a terme pel grup d'artistes Cargol Treu Banya! Un conjunt d'obres que criden a repensar els hàbits de la gent. Casa Elizalde. València, 302, Barcelona (inauguració, 19.30 h).

Deletrix. Projecte del fotògraf Joan Fontcuberta. Arts Santa Mònica. Rambla, 7, Barcelona (inauguració, 19 h).

Dijous, 14

Neandertals a Catalunya. Aquesta mostra arqueològica

proposa als visitants nou interrogants amb l'objectiu de centrar una síntesi del coneixement actual dels neandertals. Museu d'Arqueologia de Catalunya. Passeig Santa Madrona, 39-41, Barcelona (inauguració, 19 hores).

Divendres, 15

Estat de desordre. Un pensament abstracte expressat amb imatges fotogràfiques; la societat, la religió, la fotografia... o potser només una imatge estètica. Nau Ivanow. Hondures, 28, Barcelona.

Josep Maria Serra



NICOLE FLORENSA

Dels Urals a Montpamasse. Artistes russos de l'Europa de l'Est amics de Fenosa. Fa un any va morir a París, Nicole, vídua de l'escultor Apel·les Fenosa. Com a homenatge, la Fundació Apel·les Fenosa inaugura una exposició en

què repassa les amistats que l'escultor i la seva dona van mantenir amb la colònia d'artistes russos de l'Escola de París (esquerra, Pougny i Fenosa, dreta Nicole Fenosa). Major, 25. El Vendrell (inaugur., dimecres, 13, 19 h).

Llibreria Claret. Roger de Llúria, 5 (19.30 hores).

Cicle de conferències i art budista a Barcelona. Inici d'aquest cicle en què intervindran autèntics monjos tibetans arribats des del Nepal i els EUA.

Fundació Casa del Tibet. Rosselló, 181 (de l'11 al 17 de novembre, avui a les 20 hores).

Amore und liebe. La soprano Rachel Bernstein, el baríton Joan Sebastià Colomer, amb Ricardo Estrada al piano, interpreten àries i duets d'òperes de Wagner i Verdi com *La Traviata*, *Lohengrin*, *Rigoletto* i *Das Liebes Verbot*.

La Casa Elizalde. València, 302 (20.30 hores). Gratuït.

4a Setmana de l'Humor Llatinoamericà: 'Hoy estamos'. Espectacle inaugural de la setmana que es celebra entre l'11 i el 15 de novembre, organitzada per Casa Amèrica Catalunya. Transcorre als estudis d'un programa de ràdio conduït per Radioman, personatge interpretat per Joaquín Daniel, autor i director de l'obra.

Casa Amèrica Catalunya. Còrsega, 299, entresòl (20.30 hores). 5 euros.

Far Away. La cantautora i música de Zimbabwe, Anita Zengeza, presenta el seu àlbum de debut. Anita canta una fusió de diferents sons i cultures. *Bar Pastis. Santa Mònica, 4 (22 h). Entrada lliure.*

Política i corrupció: parella de ball o matrimoni de conveniència? Conferència a càrrec de Joan Subirats, catedràtic de Ciència Política de la UAB. Sala del projector del Col·legi Major Universitari Ramon Llull. Comte d'Urgell, 187 (22 hores).

Barcelona

TERRASSA (Vallès Occidental)
Llums i ombres de la transició a Catalunya, de 1975 ençà. Curs sobre aquest període de la història contemporània de Catalunya, la transició, iniciat arran de la mort del general Franco, l'any 1975.

Centre Cultural de Terrassa. Rambla d'Egara. 340 (dilluns fins al 2 de desembre a les 19.30 hores).



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS





RADIOTELEVISIÓ VALENCIANA HAVIA ANAT INFLANT-SE, FINS A TENIR 1.350 MILIONS DE DEUTE ACUMULAT

Vicent Sanchis



Periodista

La fallida total del “model d'èxit”

Alberto Fabra ha pres una de les decisions més radicals de tota la història de l'autogovern valencià. El president de la Generalitat ha anunciat aquesta setmana el tancament de Radiotelevisió Valenciana. La seva compareixença pública va ser laconica i apressada. L'argument que va adduir Fabra per justificar la mesura no deixava marge al dubte: “No tancarà una escola o un hospital per tenir una televisió autonòmica.” Alberto Fabra es va expressar en castellà i es va referir explícitament al caràcter “autonòmic” de la ràdio i la televisió públiques valencianes. Enteses així, l'argument sembla sòlid. Què és una televisió “autonòmica”? Un capritx? Quin sentit té informar “autonòmicament”? Però la necessitat que justificava Canal Nou, tant la televisió com la ràdio, era una altra. L'una i l'altra havien de garantir la presència del català —el “valencià” en la reivindicació obsessiva del PP— en l'esquid panorama informatiu valencià. L'una i l'altra havien d'oferir una visió valenciana de la realitat. L'havien d'interpretar des de la proximitat i la diferència pròpia. L'una i l'altra havien de destructure un país encara fragmentat profundament per punyetes provincials.

L'UNA I L'ALTRA, la ràdio i la televisió públiques valencianes, mai han complert cap d'aquests objectius. Des del 1989, data de la constitució de l'ens públic, les aspiracions velades o declarades dels successius dirigents polítics valencians han estat unes altres. Joan Lerma va ser el president de la Generalitat que va impulsar el projecte. Profundament molest perquè quan viatjava a les comarques valencianes del nord els nens li preguntaven qui era ell si el president de la Generalitat era “Jordi Pujol”, Lerma va voler convertir la televisió pública valenciana en una plataforma de poder i influència personals. Alguns dels consellers del seu govern explicaven que el president confessava que una de les seves prioritats era tallar d'arrel la influència que TV3 i Catalunya Ràdio havien aconseguit en moltes comarques valencianes. Mogut per aquesta coïssor, l'inquiet president valencià va ocupar la freqüència que utilitzava de



XAVIER PORRATA

manera alegal TV3 amb la nova televisió “autonòmica”. “La televisió de Joan”, com comentaven, divertits, els seus consellers més crítics.

EL PRIMER DIRECTOR GENERAL de Radiotelevisió Valenciana, Amadeu Fabregat, va prendre les primeres decisions que van començar a perfilar el caràcter personal i intransferible de la criatura. Fabregat va decidir, per exemple, que

Potser el tancament de tot plegat era inevitable. L'única esperança és que un nou govern, més digne i de menys “èxit”, assenti les bases d'una nova manera de fer política

no calia doblar les pel·lícules al valencià en *prime time* perquè quan les emetien en castellà augmentava l'audiència. El mateix va ser l'autor d'una absurda llista de paraules prohibides “en català”. Absurda perquè els criteris que les diferenciaven de les “genuïnes valencianes” eren arbitraris i fins i tot contradictoris. No es tractava de reivindicar la pròpia especificitat lèxica, sinó de definir diferències grotesques en la majoria dels casos. “Revolta”, que deu semblar especialment catalana, per exemple, va ser substituïda per “sublevació”, molt més valenciana. A Barcelona es revoltien i a Castelló se sublevaven. La direcció d'Amadeu Fabregat ja va avançar en quina mena de pastís estrany podia acabar tot plegat. El deliri es va multiplicar quan el Partit Popular va guanyar les eleccions i Eduardo Zaplana, exalcalde de Benidorm, es va convertir en president de la Generalitat Valenciana.

A PARTIR D'AQUELL MOMENT es va anar definint el “model d'èxit” del Partit Popular. Un model que reivindicava l'apa-

rador, l'excés i la despesa alegre com a base ferma des d'on assentar el creixement econòmic de la “Comunitat”. Durant tots els anys en què el PSPV-PSOE va controlar gairebé totes les institucions, els socialistes valencians van ser incapaces d'oferir a la societat un projecte col·lectiu engrescador. Les ambicions nacionals dels successius equips del president Lerma no van ser ni ambicions ni nacionals. El Partit Popular va arribar al poder trepitjant fort, reivindicant a pit descobert el provincialisme servil i la submissió absoluta al projecte “comú” espanyol. Crescuts i atrinxerats en uns resultats electorals cada vegada més espectaculars, el PP de les majories absolutes ha estat un torrent depredador descontrolat. L'estil de govern dels populars s'ha saldat en una nòmina de corrupcions que marca rècords en aquesta part del món.

LA CRISI ha fet saltar totes les costures que tot just aguantaven en els darrers anys del gran creixement. La Generalitat Valenciana està en “l'èxit” —la Ciutat de les Arts i les Ciències, la Ciutat de la Llum d'Alacant, Terra Mítica o l'aeroport de Castelló— són ara mausoleus dedicats a la incompetència. Radiotelevisió Valenciana havia anat inflant-se al mateix ritme: 1.900 treballadors i 1.350 milions de deute acumulat. Un dèficit anual que infringeix la normativa de l'Estat i que ningú no sap com resoldre. Canal Nou mantenia ara una audiència esquifida (3,9 per cent el mes passat) i una publicitat irrisòria. En el model “autonòmic” la llengua és només excusa i ornament, i la informació està grollerament controlada i manipulada. Potser el tancament de tot plegat era inevitable. L'única esperança és que un nou govern, més digne i de menys “èxit”, assenti les bases d'una nova manera de fer política. Que recuperi una ràdio i una televisió autènticament públiques, raonables en efectius i recursos, i en català. Que implanti l'eficàcia necessària perquè no calgui tancar cap hospital ni cap escola. Que s'acabi la festa i que així sigui.



Atresmedia, con los jóvenes creadores

Junto a la Academia de la Televisión lanza el primer concurso para dar a conocer los proyectos de los nuevos talentos

G. Granda - Madrid

La ficción de producción nacional es uno de los grandes tesoros de nuestra televisión. Las cadenas siempre han apostado fuerte por historias creadas en nuestro país, con tramas que radican en nuestro pasado más reciente y que conservan en ocasiones la estructura de los tradicionales sainetes, con personajes que nos son familiares. Pero la creatividad también tiene ecos en otros formatos asociados a la pequeña pantalla. Durante su intervención en junio en el Foro de la Nueva Comunicación, el presidente de la Academia de Televisión, Manuel Campo Vidal, elevó una petición: «Solicitamos públicamente a las cadenas que creen un pequeño espacio para que tengan acceso a sus parrillas jóvenes o no tan jóvenes creadores a modo de vivero».

Espacio privilegiado

Incluso antes de lanzar el guante, la Academia ya tenía un proyecto sobre la mesa. Como explicó Campo Vidal, «el grupo Atresmedia ha sido el primero en comprometerse con estos jóvenes. En el mes de abril, Javier Bardají, director general de Atresmedia Televisión, ya confirmó que era una posibilidad». Ahora el acuerdo está cerrado, «ofreciendo un espacio privilegiado para que los jóvenes presenten sus



PIONEROS

Arriba, imagen promocional de las webseries que ya emite Atresmedia y que suman más de 50 ficciones creadas por los propios espectadores. Abajo una captura de «El sótano»

proyectos. Es decir, ante la incertidumbre —nunca en la historia se había consumido tanto producto audiovisual—, este país tiene un talento extraordinario y debe tener algún tipo de salida». Así, Atresmedia

ha lanzado el I Concurso de Jóvenes Creadores de proyectos televisivos, lo que es una iniciativa pionera en el sector que permitirá que contenidos creados por los usuarios puedan llegar a emitirse en televisión y en los canales web apropiados. A través de la participación en el concurso, contarán con una plataforma de lanzamiento para sus proyectos. Los contenidos podrán albergarse en alguno de los siete canales que integran Atresmedia (Antena 3, laSexta, Neox, Nova, Nitro, laSexta 3, Xplora), además de en los medios de Atresmedia Digital, entre los que se encuentran las páginas web oficiales de las cadenas. Según Francisco Sierra, director de contenidos de Atresmedia Digital, «el objetivo es recoger el

guante de la Academia. Atresmedia siempre ha estado en esa política de dar luz y espacio a los jóvenes talentos para que puedan expresarse». De hecho, el grupo comenzó a hacer más de tres años una iniciativa

que podría ser el germen original del concurso. «En la web, en el apartado que se llama "El sótano", hemos dado espacio a las webseries, donde los espectadores podían crear y subir todo su contenido como si fuera una serie de "prime time" de cualquier cadena». Así, Atresmedia se convierte en referencia con más de 50 producciones, que se emiten basados en coproducciones y concursos, ya que, «aunque no es el mejor momento, nosotros ponemos los medios y las opciones para intentar que a través de esa ventana puedan mostrar su trabajo y que les sirva de enlace con el mundo profesional».

La dinámica puesta en marcha es muy sencilla: los trabajos se enviarán a través de un formulario en la

página web de la cadena hasta el 31 de enero de 2014. Podrá participar cualquier joven menor de 35 años que entregue un trabajo ya producido y finalizado, y debe tratarse de ideas originales de proyectos para televisión con una duración máxima de 30 minutos y un peso no superior a 50 Mb. La diferencia con las webseries, según explica Sierra, es que «no queremos sólo ficción, el concurso está abierto a todo tipo de géneros: informativo, magazine, concurso...». Desde el 7 de febrero al 7 de marzo de 2014, las obras que superen los criterios de calidad, creatividad y requisitos técnicos necesarios se publicarán en la web para que puedan ser votadas por los internautas. «Los 10 trabajos más votados en la web pasarán una última supervisión hecha por expertos de Atresmedia en distintas áreas —contenidos, producción, realización, publicidad y marketing—, que elegirán a los tres ganadores, con los que tenemos el compromiso de emitir su producto. Buscamos originalidad, atrevimiento y naturalidad», matiza Francisco Sierra.

Siempre por delante

El presidente de la Academia de la Televisión, Manuel Campo Vidal (en la imagen), apuesta siempre por la vanguardia y durante tres días, 7, 8 y 9 de noviembre, ha ejercido de presentador y moderador del IV Congreso de Mentas

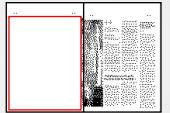


Brillantes, que reunió en el Teatro Circo Price a 21 ponentes que han dado, durante 21 minutos, distintos enfoques en educación, creatividad, filosofía, ciencia... Entre los invitados, el cofundador de Apple, Steve Wozniak.

PLENO CENTRO DE SEVILLA

SE ALQUILA, 1000m.
Edificio Emblemático Comercial
Calidades de lujo,
directo con la propiedad

Contacto: 669 877 230



«El cierre de nuestra televisión debe abrir un amplio debate en otras comunidades»

ENTREVISTA

Alberto Fabra Presidente del Gobierno valenciano

El martes decidió liquidar el canal autonómico antes que comprometer la prestación de los servicios básicos a cinco millones de valencianos

ISAAC BLASCO
VALENCIA

La entrevista se desarrolla con el ruido de fondo de una manifestación que rodea el Palau de la Generalitat en protesta por la decisión del Gobierno valenciano de liquidar Radio Televisión Valenciana (RTVV). Su presidente, Alberto Fabra (Castellón, 1964), asume el posible coste electoral de la medida, pero invoca la necesidad de «ser responsables y coherentes».

—¿**Sigue siendo «innegociable» e «irrevocable» el cierre de la televisión autonómica valenciana?**

—No hay vuelta atrás. Estamos reduciendo la Administración y Radio Televisión Valenciana no podía ser una excepción. La decisión de la Justicia no deja margen: no estoy dispuesto a mermar las partidas básicas de educación, sanidad y servicios sociales por el hecho de tener que readmitir a casi mil trabajadores.

—¿**Es incompatible tener abierta una televisión con garantizar los colegios o los hospitales?**

—Los valencianos deben saber que, de acuerdo con la situación, mantener RTVV en los términos que ha fijado el juez repercutiría en el bienestar de todos. Nuestro presupuesto para la televisión en 2014 se limita a 70 millones de euros, pero no tenemos 110 millones más. Las políticas sociales se llevan nueve de cada diez euros de ese presupuesto. ¿De dónde se iba a extraer esa cantidad si no es del dinero destinado a las políticas para las personas?

—¿**Era consciente del debate que abriría con su decisión en toda España?**

—No la tomé pensando en eso, sino en cuáles eran las opciones de acuerdo con los presupuestos autonómicos. Como no se podía encajar el coste de la readmisión de la plantilla sin comprometer la prestación de los servicios básicos para cinco millones de valencianos, decidí el cierre.

—¿**Ve asumible la existencia de entes televisivos como TV3 en Cataluña, con presupuestos anuales que supe-**

ran los doscientos millones de euros?

—Soy muy consciente de que nuestra decisión va a generar un debate de mucho calado en otras comunidades autónomas. Cada uno sabrá cuáles son sus cuentas, pero aquí tenemos claro que la prioridad es garantizar el estado del bienestar a los ciudadanos.

—¿**Cómo han encajado el PP y el Gobierno el primer cierre de una televisión autonómica en España?**

—Al primero que trasladé mi decisión fue al presidente Rajoy. El Gobierno me está pidiendo que cumpla el objetivo de déficit y que el dinero de que disponemos lo destine a lo más importante. Es lo que estamos haciendo: procurar ser muy eficientes en el gasto para no desviarnos de nuestra obligación.

—¿**Algún presidente autonómico le ha reprochado el precedente que puede haber sentado?**

—En absoluto. Al contrario: han reconocido la dificultad, y también el valor, de tomar una decisión como esta.

—¿**El cierre de RTVV merma el autogobierno de su región?**

—De ningún modo. El autogobierno de cualquier territorio está condicionado por la capacidad de su Administración de preservar los servicios básicos y de generar oportunidades. Y para ello debemos ser rigurosos en el empleo de los recursos. No hacemos nada diferente de lo que hacen las familias o las empresas: fijar prioridades en el gasto.

—¿**Fue un error la elección de la exdirectora general de RTVV?**

—No. Rosa Vidal llegó para poner en marcha un nuevo proyecto en el que todos creíamos, un nuevo modelo con una tercera parte del presupuesto de hace tres años. Ha hecho un trabajo complejo malogrado por la sentencia judicial. Pero ha sido valiente y ha tomado decisiones difíciles.

—¿**Sigue pensando que la decisión de Vidal de repescar a 186 trabajadores del ERE ha sido la principal causa de su nulidad?**

—Esa fue una medida que no ha ayu-



Fabra, ayer, en el Palau de la Generalitat durante la entrevista con ABC



“

Oposición

«Es curioso cuánto gritan ahora muchos que ni veían RTVV o pedían directamente su liquidación»

Efecto contagio

«Ningún presidente autonómico me ha reprochado el precedente que hemos podido haber sentado»

dado en nada para la que sentencia fuera distinta.

—¿Qué responsabilidad tienen los sindicatos en el final de RTVV?

—Prefirieron entablar un pulso para mantener la totalidad de la plantilla en lugar de colaborar en la puesta en pie de un modelo más racional. No pueden decir que no se ha negociado con ellos, por ejemplo cuando se les planteó la posibilidad de reducir el número de despidos a cambio de una reducción de salarios. Se negaron.

—Hace solo unas horas, el portavoz parlamentario del grupo Compromís, Enric Morera, le increpó en un acto en el que participaba junto al ministro de Agricultura, Miguel Arias-Cañete. ¿Cree que ese episodio describe el comportamiento de la oposición en este asunto?

—Es curioso cuánto gritan ahora muchos que ni veían la televisión autonómica o pedían directamente su liquidación. En cuanto a actitudes como la que cita, allá cada uno con su obsesión por salir en la foto. Eso sí, intentar es-

tar en todas las fotos tiene sus riesgos.

—¿El PP relega el sector público?

—Es absurdo pensar eso. No es un argumento válido para criticar el cierre de RTVV porque nuestra intención era mantener una televisión más reducida, pero pública.

—¿Cree que todos los barones del PP están tan concienciados con esa política de prioridades que usted defiende? Ahí está, por ejemplo, el presidente extremeño garantizando una paga adicional a los pensionistas.

—Repito que cada uno sabe lo que tiene en su comunidad autónoma. Ahora bien, si yo presidiera otra región quizá no tendría que haber tomado esta medida porque dispondría de más ingresos del Estado. Quiero decir que este tipo de decisiones también son consecuencia del actual modelo de financiación, que criticamos y pretendemos que se cambie cuanto antes porque maltrata a la Comunidad Valenciana con respecto a otros territorios. Pero este es otro debate que tenemos que abordar entre todos.

—¿Legítima más el cierre de la televisión autonómica su reivindicación de una mejora de la financiación para la Comunidad Valenciana?

—Creo que es una medida bastante coherente con lo que pedimos, un modelo que garantice la misma cartera de servicios y con la misma calidad para todos los españoles vivan donde vivan. Si alguien quiere hacer más, que lo haga, pero no con el dinero de todos.

—¿Habrá una televisión autonómica valenciana en el futuro?

—Eso no es ahora una prioridad precisamente. Lo que toca en estos momentos es garantizar los servicios esenciales y generar oportunidades. Cuando cambien las circunstancias, ya veremos.

«No pienso en el coste electoral de la medida»

I. B.
VALENCIA

—¿Ha calibrado el potencial coste electoral que puede acarrear el cierre de una televisión pública con casi veinticinco años de historia?

—No. Aquí estamos para ser responsables, no para tratar de que las encuestas luzcan mejor o peor. Lo contrario sería una gravísima irresponsabilidad política. Puedo entender, y lamentar, el fin de un medio de comunicación que ha acompañado a los valencianos durante veinticuatro años, pero no me cansaré de repetir que la obligación de un Gobierno es garantizar servicios públicos de calidad a los ciudadanos. Lo que aquí estaba en juego era faltar o no al compromiso con las personas. Y hemos optado por las personas.

—¿Le parece un síntoma el respaldo expresado a la medida por los empresarios?

—De los empresarios y de otros muchos sectores de la sociedad, que me han trasladado su comprensión ante una decisión difícil pero coherente con ese compromiso con las personas. Había que priorizar y la gente lo ha entendido. Los comportamientos y criterios válidos hace unos años hoy carecen de sentido porque las circunstancias económicas actuales son muy distintas de las del pasado. Estamos hablando de la necesidad de fijar una nueva relación entre los ciudadanos y los poderes públicos, que debe estar basada en la complicidad y requiere de una Administración más ligera, más transparente, que facilite oportunidades y no sea un lastre.

MIKEL PONCE



La prensa acelera hacia la era digital

REORGANIZACIÓN/ Las grandes cabeceras buscan fórmulas para trasladar sus mejores activos al ámbito online y exploran modelos híbridos de cobro, con parte de la información en abierto y otra cerrada. La suscripción se impone al micropago.

J. Montalvo, Madrid

La prensa acelera en la búsqueda de su modelo para competir en el nuevo ecosistema digital, en una transición que, tras haber avanzado con mayor lentitud que sus hermanos de la industria audiovisual, está acelerando ahora con determinación. La audiencia se está trasladando a Internet, donde las empresas aún carecen de una rentabilidad sostenible, mientras que la caída de los ingresos por ejemplares y publicidad en productos de papel no soporta los costes de producción que lleva asociados.

“Habrá cambios en los próximos años. Son inevitables (...). No existen recetas y el camino por delante no será fácil. Necesitamos inventar, lo que significa que tendremos que experimentar”. Ésta es la primera lección que Jeff Bezos, fundador y presidente de Amazon, compartió en agosto con los empleados de *The Washington Post* tras adquirir el histórico rotativo.

Las grandes cabeceras periodísticas globales están poniendo en marcha iniciativas informativas con un punto en común: otorgar el protagonis-

ALTERNATIVAS

Los editores de los grandes diarios están encontrando las ventajas que ofrece Internet a la distribución de la información, que gana en rapidez y cercanía al lector, y buscan ahora el modelo de comercialización que lo haga sostenible.

mo absoluto a las versiones digitales, bajo la premisa ya indiscutible que los anglosajones resumen como *digital first*. Con este punto de partida compartido, los editores buscan fórmulas que se adapten a la estructura de sus empresas informativas, la clase de información que ofrece y las peculiaridades de los mercados en que operan.

Acelerador

La aguda caída de la inversión publicitaria, que en España ha superado el 50%, fruto de la larga crisis económica, ha forzado a las empresas editoras a

pisar el acelerador de la transición desde el papel a Internet, hacia donde se desplazan inexorablemente los lectores.

Se trata de superar el sistema tradicional de producción de ejemplares en papel para ser distribuidos, diariamente, a través de puntos de venta establecidos, y llegar a la elaboración de información para ser consumida, varias veces al día, desde la pantalla del lector, ya convertido en cliente, que puede acceder desde el PC, la tableta o el móvil.

Tras un buen número de intentos frustrados, como *The Daily*, el diario solo para tabletas impulsado por Rupert Murdoch, o las propuestas de cobro por cada noticia, los grandes editores están optando por modelos híbridos.

Los diarios *The Financial Times*, *The New York Times*, y *The Wall Street Journal*, todos con alcance planetario, están marcando el paso con propuestas digitales basadas en cobrar por una parte de su información, la exclusiva y la que aporta mayor valor añadido, manteniendo otros contenidos en abierto. Este sistema de comercialización, conocido como *paywall* (muro

de pago), aunque en realidad es más bien un muro poroso, se complementa con la opción de ofrecer un número determinado de contenidos al mes de forma gratuita, cobrando una pequeña cantidad mensual desde ese momento.

Como explicaba recientemente el presidente de Unidad Editorial, Antonio Fernández-Galiano, la ventaja de este modelo, “más que los ingresos que pueda generar a corto plazo, es la posibilidad de registrar” a los lectores, “de saber quiénes son, cómo son, qué hacen”, con el objetivo de “poder analizar sus hábitos” y devolverles un producto más adaptado a sus necesidades.

En las grandes cabeceras internacionales, que tienen el mundo entero como mercado, estos modelos empiezan a ser claramente rentables, con un mayor peso, además, de los ingresos por suscripción que por publicidad. En el caso del *FT* y el *Times*, las suscripciones digitales superan ya a las de papel y el modelo resulta rentable. Los ejemplares físicos siguen siendo, de momento, irrenunciables, pero cada vez más como complemento de la oferta digital.

Tres referentes planetarios



Lionel Barber, editor de 'The Financial Times'.

● **THE FINANCIAL TIMES.** El gigante londinense de la información económica fue el primer gran diario en lanzarse al cobro de parte de sus contenidos en Internet. Con esta estrategia, las suscripciones digitales ya han superado las de papel. El rotativo prepara más cambios para 2014, con las versiones digitales como protagonistas principales, reduciendo el papel a solo una edición para todos los mercados.

● **THE NEW YORK TIMES.** El diario lanzó su versión de pago por Internet en marzo de 2011, que permite acceder a un número determinado de noticias gratis. Desde entonces, la circulación de su edición digital ha subido un 36%, hasta los 1.22 millones de suscriptores. Este aumento permitió a *The New York Times* compensar la caída de su edición impresa, del 5,7%, hasta 676.633 ejemplares diarios.



Mark Thomson, consejero delegado de 'NY Times'.



Jeff Bezos, nuevo propietario de 'The Washington Post'.

● **THE WASHINGTON POST.** El modelo futuro del histórico rotativo es incierto, pero, con seguridad, estará casi 100% anclado en el mundo digital, después de que el dueño de Amazon, Jeff Bezos, pagara 250 millones de dólares (unos 188 millones de euros) para hacerse con el diario. *The Washington Post* ya ha establecido un muro de pago para su edición digital. La llegada de Bezos acelerará ahora la transición online.

'El Mundo', más que un cambio de piel

Como en el resto del mundo, la industria de los medios de comunicación en España busca fórmulas para encontrar un modelo periodístico y económico sostenible en la era de Internet. En esta búsqueda, Unidad Editorial, grupo editor de *El Mundo*, EXPANSIÓN y *Marca*, está marcando el paso al sector. Tras el lanzamiento de Orbyt, la plataforma pionera de información a través de Internet que cuenta ya con más de 90.000 suscriptores, el grupo ha iniciado con *El Mundo* una revolución en la oferta de su web, un auténtico cambio de piel, como lo denominan sus responsables. En una iniciativa pionera en el mercado español y con muy pocas experiencias comparables en el exterior, la nueva oferta “tiene el diseño propio de un diario de calidad y será una fuente inagotable de noticias y comentarios”, aseguran. La mayoría de sus usuarios podrán seguir utilizándolo gratis, quienes quieran registrarse tendrán ventajas por el mero hecho de hacerlo y sólo la minoría que quiera acceso a todos los contenidos pagará 2,95 euros al mes. Además, ha lanzado el primer diario digital expresamente para tabletas: *El Mundo de la Tarde*, una innovadora apuesta que recoge lo que ha sucedido hasta las 18.00 horas.



Antonio Fernández-Galiano, presidente ejecutivo de Unidad Editorial, y Pedro J. Ramírez, director de 'El Mundo', presentando el proyecto.

Sergio Enriquez-Niestal (El Mundo)



Els treballadors de TV3 tornaran a fer vagues

El referèndum per demanar el cessament de Brauli Duart recull un 96% de vots a favor

Els treballadors de TV3 faran quatre vagues parcials entre aquest mes i el febrer. Van aprovar-ho entre dijous i ahir en un referèndum en què també van reclamar massivament que Brauli Duart sigui destituït.

A. CASTELLVÍ / À. GUTIÉRREZ

BARCELONA. Els treballadors de TV3 han parlat clar per mostrar el seu descontentament amb la gestió de l'actual direcció de la cadena. El referèndum celebrat ahir i dijous entre la plantilla de la televisió pública ha deixat un resultat contundent: el 96,46% dels empleats de TV3 volen que Brauli Duart sigui apartat del seu càrrec de president del consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), i un 73,24% van donar suport a la proposta de mobilitzacions plantejada pel comitè d'empresa, que inclou diverses aturades parcials fins al febrer.

El comitè havia convocat la plantilla a respondre dues preguntes. La primera, destinada a "reclamar el cessament" de Duart i "de la cúpula directiva de la CCMA i TV3", va recollir els vots de 1.300 dels 2.058 treballadors que formen la plantilla (un 63,17%), segons va informar el comitè d'empresa. D'aquests, 1.254 (96,46%) van votar a favor a la petició de cessament de la direcció, 20 (1,54%) s'hi van mostrar contraris, 24 (1,85%) van votar en blanc i dues paperetes (0,15%) van ser nul·les.

"Celebrem que la pràctica totalitat dels que han votat demanin el cessament de la direcció", es felicitava ahir a la nit, en declaracions a l'ARA, la presidenta del comitè d'empresa, Núria Amat. Tot i així, era conscient que aquest posicionament de la plantilla difícilment tindrà conseqüències, més enllà de "fer públic" que Duart és una "persona non grata" entre la plantilla.

Els treballadors acusen el president de la Corporació de ser el responsable de l'ERO que comportarà 205 acomiadaments fins al 2016, d'impulsar un pla de retallades en el pressupost de la CCMA que es tradueix en rebaixes salarials i d'haver

mostrat una nul·la voluntat de negociació, tant a l'hora de plantejar l'ERO com actualment en la redacció del nou conveni col·lectiu que ha d'entrar en vigor l'1 de febrer.

A tot això cal afegir-hi la intenció, plasmada en el projecte de contracte programa per als anys 2013-2016 i validada dijous al Parlament amb els vots de CiU, PSC i PP, d'externalitzar la gestió de la publicitat de TV3 i deixar-la en mans d'un grup privat. En la seva compareixença al Parlament el 5 d'octubre, Duart va defensar aquesta mesura com una via per garantir la sostenibilitat de l'actual model dels mitjans públics, però els treballadors -que, com es va visualitzar dijous, tenen el suport d'ERC, ICV, C's i la CUP- ho veuen com "el primer pas" cap a la "privatització de TV3", segons alerta el comitè. En aquest sentit, els representants dels treballadors van emetre ahir un comunicat en què acusaven CiU, PP i PSC de tenir "interessos en mitjans de comunicació privats".

Quatre aturades fins al febrer

Però més enllà de les demandes de destitucions, el referèndum va servir per "aprovar la proposta del comitè d'empresa d'un pla de mobilitzacions del novembre al febrer, que inclou aturades parcials, contra l'externalització, pel futur de TV3 i per un conveni digne". En aquest segon punt, la participació va ser lleugerament inferior i va situar-se en el 62,1% (1.278 treballadors), però la victòria del sí, sense ser tan aclaparadora, també va ser incontestable: 936 vots a favor (73,24%), 264 en contra (20,66%), 73 en blanc (5,71%) i 5 de nuls (0,39%).

El pla de mobilitzacions plantejat pel comitè -a instàncies de l'assemblea, que l'hi havia demanat fa un mes- preveu la convocatòria de quatre aturades parcials "d'entre dues i tres hores". La primera tindrà lloc aquest mateix novembre -a partir del dia 18-, i després se'n farà una altra cada mes, fins al febrer, llevat que abans s'escoltin les reclamacions de la plantilla.

Les aturades es repartiran de manera que "tothom tingui el mateix



NOVES PROTESTES

Els treballadors de TV3 ja van organitzar diverses mobilitzacions abans de l'estiu per oposar-se a l'ERO. Ara han aprovat la convocatòria de quatre aturades parcials contra l'externalització del departament comercial i per "un conveni digne". MANOLO GARCÍA



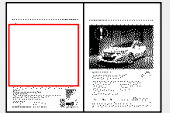
Previsió
Es faran aturades d'entre dues i tres hores i una sèrie de microvagues

dret a fer les vagues", segons detallen els comunicats que ha fet circular durant els últims dies el comitè, i també es planteja la possibilitat que alguna no es concentri en un sol bloc, sinó que es divideixi en "microvagues" de deu minuts al llarg d'uns quants dies. Aquesta estratègia ja es va posar en pràctica durant 30 dies al mes de juliol, coincidint amb la negociació de l'ERO, i segons Amat "va donar molt bon resultat", ja que la successió d'aturades, que van afectar majoritàriament els *Telenotícies*, va fer molt més visibles les reivindicacions laborals de la plantilla. "El que volem és que la gent se'n assabenti; no volem deixar de fer el servei", remarca la presidenta del comitè.

Amat afegeix que a part d'aquestes vagues -i altres que puguin arribar més endavant, prèvia consulta a la plantilla- el comitè té intenció de convocar més actes de protesta en les setmanes vinents. —

La CCMA ha d'estalviar 27 milions en personal

Brauli Duart ha defensat repetidament la necessitat de rebaixar la partida de personal de TV3 i Catalunya Ràdio. Després de retallar 33 milions d'euros en programes diu que ja no es pot tocar més l'antena sense que es noti en l'audiència i ha anunciat que reduirà la despesa de personal en 27 milions. Una part de l'estalvi vindrà de l'ERO i l'altra ha de sortir d'una rebaixa de sous. Un dels arguments esgrimits per la CCMA per retallar en personal és que el contracte programa del 2006-2009 ja deia que la despesa laboral no havia de superar el 35%, però el pressupost del 2014 hi dedicarà el 42,5%. Duart vol igualar els sous als del sector sanitari públic, però ningú ha xifrat encara quina rebaixa mitjana suposaria.



El Gobierno de Fabra se disculpa por «errores» al gestionar Canal 9

«Otros cometieron los suyos, pero yo asumo los del PP», dice su vicepresidente

HÉCTOR SANJUÁN / Valencia
Con el cierre definitivo de Radiotelevisión Valenciana a la vuelta de la esquina –el PP votará en las Cortes Valencianas la ley que la liquidará el día 27–, el Gobierno de Alberto Fabra hizo ayer autocrítica. Un *mea culpa* por «errores» cometidos en la gestión de Canal 9 desde que se creó a principios de los 90. «Otros cometieron los suyos, pero yo asumo los cometidos por el PP», dijo el vicepresidente de la Generalitat, José Ciscar.

Aunque existe fecha para la aprobación de la ley –apenas tres artículos que saldrán adelante por lectura única y que derogan la prestación del servicio de radiodifusión y televisión por parte de la Generalitat–, todavía se desconoce cuándo se apagará definitivamente la señal. Ciscar dijo que no se actúa «con urgencia», aunque tampoco es intención de la Generalitat prolongar demasiado el siguiente paso, que es la presentación de un expediente de liquidación de los 1.700 empleos que volvería a tener la plantilla, si se tiene en cuenta que el Tribunal Superior de Justicia ha tumbado el ERE con el que se despidió a 1.200.

El nombramiento por decreto de un nuevo director general y de nuevos representantes en el Consejo de Administración ha aliviado la presión en el centro de producción de programas, donde los trabajadores, junto a mandos intermedios, se habían hecho con el control de la parrilla.

Ayer se bajó el tono de las críticas a Fabra en las emisiones, aunque se mantiene continuamente el logo de #RTVVnoestanca (RTVV no se cierra) e informaciones constantes aluden a la decisión del Gobierno del PP de echar el cierre.

En un alarde de sinceridad, el vicepresidente Ciscar recordó los apuros económicos que llegó a pasar el Consell en su batalla por



Trabajadores de la televisión valenciana, ayer, forcejeando con la Policía a la entrada del Palau de la Generalitat. / EFE

«RTVV no se cierra»

H. S. / Valencia
La impugnación de cualquier decisión de la Generalitat y la presión en la calle y en las emisiones son las armas con las que los trabajadores –esta vez sí, convertidos en una piña tras la división lógica que provo-

caron los despidos ahora anulados– tratan de evitar quedarse sin trabajo.

Hoy se han convocado manifestaciones en las tres capitales de provincia de la Comunidad Valenciana. El comité de empresa de RTVV es el que lleva

la voz cantante, junto a los tres grupos de la oposición parlamentaria (PSPV, Esquerra Unida y Compromís), que en este asunto sí que actúan ya como tripartito enfrentado abiertamente al PP.

La presidenta del comité de empresa,

Salut Alcover, explicó ayer que cerca de 80 entidades se han sumado a la protesta, que llevará por lema «RTVV no se cierra, es la tuya» y que arrancará a las 18 horas. «Una lengua que no tiene presencia en los medios de comunicación es una lengua condenada a una muerte lenta», aseguran.

reducir la deuda. Y no tuvo reparos en pedir «disculpas» si se han cometido errores. Reconoció que, desde que RTVV se creó, «se han tomado decisiones acertadas, de-

cisiones menos acertadas y decisiones erróneas», tanto durante la época del mandato del PSPV como durante los sucesivos gobiernos populares: «Las decisiones

erróneas del PP las asumimos y pedimos disculpas», indicó. Un gesto que no hizo el presidente Fabra durante su intervención ante los medios de comunicación

del miércoles, en la que únicamente señaló como responsable del cierre a la ex directora de RTVV Rosa Vidal.

Informes en poder del Consell –uno de la propia Abogacía de la Generalitat y otro del despacho de abogados de Garrigues– explican que fue la decisión de Vidal de repescar a 186 técnicos cuando el ERE estaba a punto de expirar la que causó la nulidad, ya que los jueces consideraron que se había vulnerado el principio de igualdad entre personal que había sido ya despedido y el repescado. «El ERE, como estaba planteado, nos daba la razón», llegó a explicar Ciscar, que mantuvo un enfrentamiento abierto con la directora general saliente desde el mismo día en que ésta tomó posesión del cargo, designada directamente por Alberto Fabra.

Dispuestos a buscar responsabilidades, el Gobierno valenciano incluso se mostró interesado en que la Generalitat se persone en la pieza separada del caso *Gürtel* que investiga los contratos de RTVV en relación a la vista del Papa a Valencia en 2006. Ciscar señaló que, si el juez le ofrece esa posibilidad, la Generalitat la aceptará para ver si realmente hubo un

saqueo de las arcas públicas.

Lo que también dejó claro el vicepresidente autonómico es que él, aunque se siente «afectado», no se considera responsable de lo sucedido, por lo que no tiene intención alguna de presentar su dimisión. «Si una dimisión arreglara la situación de los 1.700 trabajadores lo haría», puntualizó.

La Generalitat tiene previsto pagar 45 días por año trabajado a cada uno de los empleados despedidos como indemnización. En total, serán unos 70 millones de euros para clausurar una televisión que cuenta con 24 años de historia. Paralelamente, la oposición busca la manera de recurrir cualquier decisión que adopte el Consell de Alberto Fabra.



LES FEBLESSES I CONTRADICCIONS DEL MODEL ES VAN ANAR AGUDITZANT AMB CADA UN DELS GOVERNOS DEL PP

Josep Gifreu



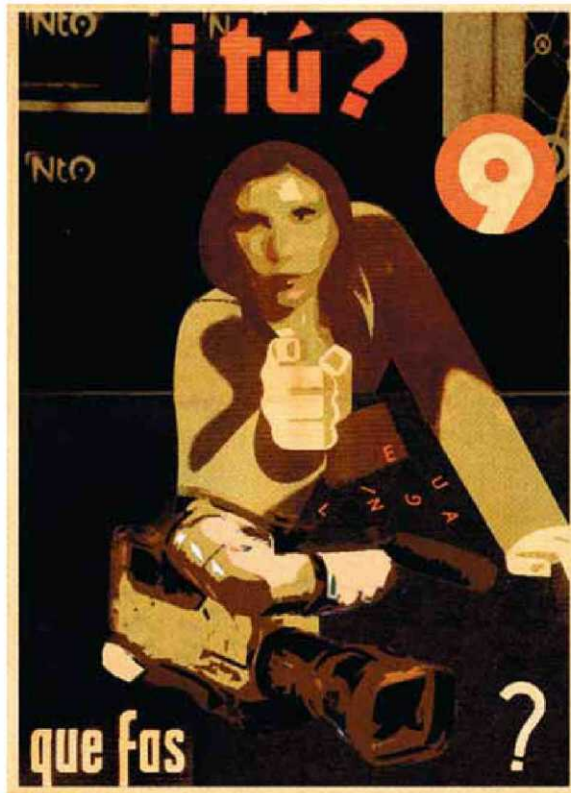
Periodista i professor de comunicació a la Universitat Pompeu Fabra

RTVV, la volem nostra

Veure la revolta en directe als informatius de la televisió no passa cada dia. Els valencians la van poder veure pel Canal 9 després de l'anunci del tancament de la Ràdio i Televisió Valencianes (RTVV), fet per Alberto Fabra dimecres passat. La "gran cacicada" va tenir una rèplica contundent i immediata del comitè de treballadors: es plantaren al plató i a la pantalla de Notícies 9 per mobilitzar l'opinió contra la decisió d'un govern que s'ha proposat d'eliminar tot vestigi de visibilitat d'una ràdio i televisió valencianes.

POQUES VEGADES LA TELEVISIÓ generalista fa d'altaveu d'un comunicat íntegre d'un comitè de treballadors. Ho va fer al noticiari del vespre de dimarts, després de la filtració interessada d'*El Mundo*, el diari orgànic del PP. El comunicat i el Canal 9 qualificaren la decisió de "vileses" i "acte de covardia". I denunciaren que "exdirectius d'aquesta empresa són implicats en casos de corrupció lligats al cas Gürtel", altres són "encausats per casos d'abusos sexuals", altres han elaborat un ERO il·legal i "ara els treballadors hem de pagar els plats trencats i renunciar a un servei públic".

LA DECISIÓ DE FABRA no tenia precedents. Però, per desgràcia dels 1.700 treballadors de la casa i per dissort de la llen-



CATALINA ACELAS

La situació de fallida tècnica que ara invoquen els responsables del desastre no pot ser esgrimida com la causa de la pèrdua progressiva de credibilitat i d'audiències. No n'és la causa, n'és l'efecte

gua, la cultura i la identitat de cinc milions de valencians, la demolició de la corporació feia temps que estava anunciada. La situació de fallida tècnica que ara invoquen els responsables del desastre no pot ser esgrimida com la causa de la pèrdua progressiva de credibilitat i d'audiències que ha patit Canal 9. No n'és la causa, n'és l'efecte.

LES FEBLESSES I contradiccions del model de RTVV que s'aprova a finals dels vuitanta i que gestionà el PSPV de Lerma amb majories absolutes fins al 1995, es van anar aguditzant amb cada un dels governs del PP, sobretot amb el de Francisco Camps. A partir del 2005, el dèficit creixia amb proporció inversa a la pèrdua d'acceptació fins a caure per sota del 5% el 2012. Els escàndols, la mala gestió, la instrumentalització partidista, el nepotisme més descarat, una programació infecta, amb un *prime time* bàsicament en espanyol, tot contribuïa a la deserció (més enllà dels informatius i de les transmissions esportives).

I NO OBSTANT AIXÒ, els canals de RTVV (Canal 9, Punt Dos, Nou24, Ràdio 9 i Sí Ràdio) són —eren?— els únics mitjans de comunicació que han ajudat a vertebrar el país, a recuperar els signes d'una identitat sovint negada, a dotar la llengua d'espais públics de prestigi i a posar en valor les expressions

de la història i cultura pròpies. Des de la modernitat, mai el poble valencià no havia disposat d'una eina simbòlica i narrativa tan potent —i sovint tan malbaratada— com la RTVV.

QUAN ESCRIC AQUESTES ratlles, dijous vespre, mantinc el dubte sobre el poder exterminador del PP i si serà capaç de consumir la demolició definitiva de RTVV. O si, per contra, la revolta del poble valencià, escenificada ja en seu televisiva i parlamentària, comença a practicar la via de la insubmissió. El lema dels treballadors exhibit a la pantalla definia molt bé el model de ràdio i televisió públiques a què hem d'aspirar. Deia: "RTVV, la volem nostra. Sense corrupció, en valencià, de qualitat, pública i plural." Perfecte. I els presentadors del noticiari acabaven adreçant-se als espectadors amb aquesta interpel·lació: "No ens la furten a nosaltres, la furten a vostès." I també: "Vostès tenen la paraula. Vostès han de decidir."

DES DE CATALUNYA i des de la complicitat en un projecte que continua sent essencial per a la dignificació de la llengua, la cultura i l'audiovisual dels valencians, la decisió agònica de Fabra exigeix d'imaginar un altre món possible: una regeneració cívica i política que comporti la derrota del PP en tots els fronts i el final de la vergonya nacional.



La Generalitat pide perdón por cerrar Canal Nou, pero no prevé dimisiones

- ▶ El PP cortará las emisiones a finales de mes tras una votación en Cortes
- ▶ Fabra gastará todo el presupuesto del ente para 2014 en indemnizaciones

JOAQUÍN FERRANDIS
Valencia

El Gobierno valenciano pidió ayer disculpas por los errores cometidos en la gestión de Canal 9 (ahora Nou). Unos errores que le han llevado, finalmente, a decretar el cierre de la Radio Televisión Valenciana (RTVV). La decisión se formalizará a finales de mes y dejará en la calle a 1.700 empleados. La Comunidad Valenciana se convertirá, además, en la primera autonomía con dos lenguas cooficiales sin medios públicos de comunicación.

El vicepresidente y responsable del proceso de reestructuración de RTVV, José Ciscar, pidió ayer "disculpas en nombre del Ejecutivo valenciano por las decisiones erróneas que han tomado los Gobiernos del Partido Popular" pero se negó a asumir ninguna responsabilidad política.

"Si una dimisión arreglase la situación de 1.700 trabajadores, no tengan la más mínima duda de que esa dimisión se produciría, pero desgraciadamente no es el caso", sentenció el número dos del Ejecutivo de Alberto Fabra. Ciscar recaló que no se siente responsable del cierre de RTVV, aunque sí declaró sentirse afectado porque se trata de una medida que se trató de evitar.

Fabra optó ayer, finalmente, por formalizar el cierre de RTVV a través de una proposición de ley presentada por el PP en las Cortes Valencianas mediante el procedimiento de lectura única. Esta fórmula impedirá a los partidos de la oposición presentar enmiendas al proyecto de supresión de RTVV y reduce en varios meses los plazos de una tramitación ordinaria.

Con esta estrategia, el Gobierno valenciano elude la presentación de un proyecto de ley de disolución de RTVV que, forzosamente, tendría que ir acompañada



José Ciscar, vicepresidente y responsable del proceso de reestructuración de RTVV. / TANIA CASTRO

de los preceptivos informes jurídicos y de una memoria económica que justifique la decisión de cerrar los medios de comunicación públicos.

Fuentes del Gobierno valenciano admitieron ayer que la previsión es que la iniciativa legislativa se apruebe en el último plenario de este mes. La ley entraría en vigor tras su publicación en el *Diario Oficial de la Comunidad*

Valenciana al día siguiente y horas después se cortarían la señal de radio y televisión de las emisoras de la Generalitat.

Ciscar admitió que todo el presupuesto previsto en 2014 para RTVV, cerca de 70 millones de euros, se gastará en las indemnizaciones de los 1.700 trabajadores despedidos. Un total de 30 millones será para indemnizar a los 700 empleados que están tra-

bajando en la actualidad y otros 30 millones para aumentar la indemnización de los 1.000 despedidos que tendrán que ser readmitidos antes del cierre. Una readmisión obligada por la sentencia del Tribunal Superior de Justicia que el pasado martes anuló el Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que justificó los despidos. Otros 10 millones de euros se destinarán a pa-

gar los salarios de tramitación del millar de trabajadores que estaban incluidos en el ERE.

El portavoz del Gobierno valenciano asumió que será necesario aportar más dinero para liquidar los compromisos de RTVV con productoras y proveedores, lo que obligará a realizar una modificación de crédito en los presupuestos de 2014.

Las decisiones adoptadas por el Gobierno de Fabra, que el jueves se tuvo que reunir de urgencia dos veces para recuperar el control de RTVV mediante un decreto ley y nombrar un nuevo director general en sustitución de la dimitida Rosa Vidal, estuvieron ayer rodeadas de una enorme tensión. La Policía Nacional tuvo que cortar los accesos al Palau de la Generalitat para evitar que docenas de trabajadores de RTVV pudiesen acer-

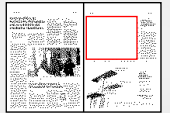
Ciscar: "Si una dimisión arreglase la situación, se produciría"

La Policía Nacional corta los accesos a Presidencia a los empleados de Nou

carsse al lugar donde estaba reunido el Gobierno valenciano.

Los partidos de la oposición insistieron en reclamar la dimisión de Fabra y anunciaron que recurrirán judicialmente las decisiones del Ejecutivo valenciano, que está sufriendo un fuerte desgaste por la decisión de cerrar RTVV.

En este contexto, la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, argumentó, al ser interpelada por el cierre de RTVV, que "este es un asunto en el que cada comunidad autónoma toma las decisiones que cree adecuadas de acuerdo con sus normativas y sus competencias". Ciscar descartó ayer la creación de otra sociedad pública de radiotelevisión pero no la posibilidad de realizar conciertos con empresas privadas dentro del plan de comunicación institucional.



La FAPE da la razón a Zarzuela: el digital vulneró el código ético

► La Comisión de Quejas determina que «no contrastó los hechos ni las fuentes»

ALMUDENA MARTÍNEZ-FORNÉS
MADRID

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ha dado la razón a la Casa del Rey que, en un gesto sin precedentes, había pedido amparo a este organismo ante la «escalada de falsedades y medias verdades» que venía publicando un medio digital, El Confidencial.com.

Un mes después de recibir la queja de La Zarzuela por una crónica publicada el 7 de octubre con el título: «El Rey se empeña en ir a Panamá contra el criterio del Gobierno y de los médicos», la Comisión de Quejas de la FAPE hizo pública ayer su resolución, de doce páginas. En ella considera que el medio digital denunciado vulneró el Código Deontológico del periodismo «al no contrastar los hechos ni las fuentes de la información publicada».

Esta ha sido la primera vez que la Casa del Rey ha pedido amparo a un organismo independiente porque se sentía indefenso «ante una escalada de falsedades». Cuando el digital tuvo conocimiento de la denuncia de La Zarzuela se reafirmó en la noticia y dos días después publicó un editorial en el que calificaba de «inérita, errónea y políticamente prepotente» la decisión del Jefe de la Casa del Rey.

En su resolución, la Comisión de Quejas, Arbitraje y Deontología, que preside Manuel Núñez Encabo, considera que la crónica vulnera los principios de «búsqueda diligente de la verdad», de «contraste de la información» y de «dar oportunidad a los afectados (sin necesidad de que recurran a la vía judicial)».

La resolución recuerda que tras publicarse la crónica, la Casa del Rey se puso en contacto con el medio para

desmentirla y, como consecuencia, se introdujeron cambios en la información, lo que «supone asumir, aunque parcialmente, el principio de rectificación».

Sin embargo, agrega que el digital mantuvo «lo desmentido sin añadir elementos para sostenerlo» en otra noticia titulada «La Casa del Rey descarta el viaje de Don Juan Carlos a la Cumbre de Panamá». Según la FAPE, «la indeterminación de las fuentes de información y los entrecuillados anónimos no contribuyen a la credibilidad del contenido de la crónica».

Según la resolución, «los calificativos contenidos en la crónica referidos al Rey y al Gobierno: “locura”, “no está acabado”, “descolocado”, “consternación”, “disparatada idea”, requieren anclajes más sólidos que los que acredita la crónica», que cita «fuentes muy cercanas a la Casa Real», lo que «no parece un argumento sólido».



M. Núñez Encabo

La Comisión de Quejas de la FAPE, que preside Núñez Encabo, considera que se han vulnerado varios principios



elradar



Treballadors de RTVV ahir davant del Palau de la Generalitat Valenciana. EFE

El govern valencià accelera el tancament de RTVV

SALVADOR ALMENAR

La Generalitat Valenciana no vol demorar el tancament de Radiotelevisió Valenciana (RTVV). Per això, ahir el grup parlamentari popular va presentar a les Corts Valencianes una proposició de llei per derogar l'Estatut de RTVV i així poder extingir, dissoldre i liquidar l'empresa. Alberto Fabra i el seu equip tenen tanta pressa que la proposta serà tramitada el mateix dimarts per la mesa del Parlament i després que el govern doni el vistiplau ja podrà ser inclosa en l'ordre del dia del plenari. Un tràmit que podria trigar dues setmanes fins a l'aprovació de la norma.

A més, el PP se servirà de la seva majoria absoluta per demanar la tramitació de la proposició de llei pel procediment de lectura única. És a dir, els populars volen que la resta de grups parlamentaris no puguin presentar esmenes a una llei que només tindrà tres arti-

cles i tres disposicions. Amb tot, tant els treballadors de RTVV com els partits de l'oposició volen posar les coses difícils al govern valencià. El comitè d'empresa està estudiant si existeixen fórmules legals per recórrer i tractar de "revertir" el decret llei amb què el govern va nomenar dijous un nou director general i quatre consellers.

El grup Compromís ha anat més enllà i va presentar ahir un recurs contenciós administratiu davant el Tribunal Superior de Justícia valencià per demanar mesures "cautelaríssimes" que anul·lin el nomenament dels nous consellers de RTVV perquè entenen que s'ha vulnerat "el dret" dels diputats a "triar les persones que han de formar part del consell d'administració". A més, el seu diputat al Congrés ja ha iniciat converses per reunir el suport de 50 parlamentaris per poder interposar un recurs d'inconstitucionalitat contra el decret llei aprovat dijous pel govern valencià.



Canal 9: no tot s'hi val

EL president de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, va decidir dimarts passat el tancament de la televisió pública autonòmica Canal 9 després que el Tribunal Superior de Justícia de València va anul·lar l'ERO que afectava un miler dels 1.800 empleats de la cadena, cosa que obliga a readmetre immediatament els acomiadats. La decisió, sense precedents, ha commocionat la política, la societat i la cultura valenciana i ha generat preocupació molt més enllà. Però per valorar-la en la mesura justa, cal analitzar-la en el seu context.

L'oposició ha acusat d'"autoritarisme" el president, i les mobilitzacions dels treballadors, que han mantingut les emissions de manera autogestionària, han anat seguides de la convocatòria per avui de manifestacions a València, Castelló i Alacant. Després de la dimissió de la cúpula directiva i els representants del PP al consell d'administració de l'RTVV, Fabra ha nomenat una nova direcció sense consultar les Corts, per conduir el procés sota la premissa que el tancament "és innegociable". La raó que addueix és la impossibilitat que la Generalitat faci front al cost de la recol·locació dels acomiadats, xifrat en 40 milions d'euros.

El que s'ha vist és la crònica d'un final anunciat. Canal 9 acumula un dèficit superior als 1.300 milions d'eu-

ros, en un marc de fortíssim endeutament que va portar la Generalitat Valenciana a ser la primera administració autonòmica a demanar el *rescat* a l'Estat. El dèficit de la cadena es va multiplicar exponencialment durant els anys daurats de la bombolla –de 30 milions el 1995 als 1.300 actuals– i el seu correlat de casos de corrupció, megalomania i malbaratament dels recursos públics. La política valenciana ha resultat en part un trist paradigma d'aquestes pràctiques. Són exemples de l'herència assumida per Fabra després de substituir Francisco Camps els 47 milions de deute de l'F-1 o els 25 amb què haurà de sufragar el reflatament del fantasmagòric aeroport de Castelló.

La situació de Canal 9 s'inscriu en aquest marc. Les conseqüències del tot s'hi val estan a la vista. Però, a més, la gestió pèssima de Canal 9 ha generat un altre tipus de dèficit no menys greu. Els mitjans de comunicació públics no pertanyen ni als polítics ni als professionals sinó als ciutadans, que en sufraguen el manteniment amb els impostos per garantir-se el dret a rebre una informació veraç i plural. L'allunyament de Canal 9 d'aquests principis, autèntics pilars en què se sustenta una societat democràtica, ha intensificat la pèrdua de qualitat i, finalment, d'audiència. Davant d'això, el futur no pot ser més que incert. Molt incert.



Empresa / Compañía propietaria de Unidad Editorial

RCS Mediagroup desmiente que Alierta y Botín estén intentando comprar EL MUNDO

E. M. «Sin comentarios». Así de rotundo y tajante se mostró este viernes Pietro Scott Jovane, consejero delegado de RCS MediaGroup, el grupo propietario de EL MUNDO, *Marca* y *Expansión*. «No comento, en el sentido de que no hay nada que comentar», sentenció en el marco de un congreso de comunicación celebrado en Milán. Scott Jovane desmentía de es-

ta manera los rumores acerca de que un grupo de empresarios españoles, entre los que figurarían Emilio Botín y César Alierta, hubieran presentado una oferta para comprar EL MUNDO. «No tenemos ningún comentario que hacer sobre este tema», señaló un portavoz del Santander a la agencia Radiocor.

Scott Jovane ha zanjado de esta manera los rumores aparecidos en la

prensa italiana. El grupo RCS MediaGroup, además de editar el *Corriere della Sera*, es propietario de Unidad Editorial, que engloba a EL MUNDO, *Marca* y *Expansión*.

RCS desmentía con las palabras de su directivo una información aparecida en *Italia Oggi*, según la cual RCS tendría sobre la mesa una oferta realizada por un grupo de empresarios y banqueros de 400 millones

de euros por Unidad Editorial. Emilio Botín, presidente del Banco Santander, y César Alierta, presidente de Telefónica, serían, según este diario, los principales valores.

Unidad Editorial es el grupo líder de comunicación en España. Cuenta con 4,1 millones de lectores, según los datos hechos públicos en el último Estudio General de Medios, superando en 879.000 lectores a su

principal competidor: EL MUNDO es el segundo periódico más leído en España y líder mundial de la información en internet. Este diario ha puesto en marcha una apuesta editorial que supuso una mejora de su oferta informativa, prestando especial atención al desarrollo digital de nuevos productos como el diario vespertino para tabletas y la creación de apps específicas para móviles.

«EL MUNDO informa por encima de intereses. El cambio de piel de EL MUNDO supone un nuevo modelo de negocio para seguir informando como hasta ahora, con independencia», explicó Pedro J. Ramírez, director del diario, en un reciente *hangout* de Google+ con los internautas.



El PP tramita una ley exprés para cerrar Canal 9 este mes

El Ejecutivo pide “perdón” por los errores de Zaplana y Camps

Javier Alfonso VALENCIA.

El Grupo Popular en las Cortes Valencianas registró ayer una proposición de ley para suprimir el servicio que prestan la radio y televisión públicas autonómicas y pro-

ceder a la liquidación de la empresa Radiotelevisión Valenciana (RTVV). La proposición, que al no ser del Gobierno no tiene que ser revisada por el Consell Jurídic Consultiu, se tramitará por el procedimiento de lectura única, que no admite enmiendas, y los populares estiman que su debate y votación tendrá lugar el próximo 27 de noviembre.

Si se cumple el calendario, entrará en vigor el viernes 29 de noviembre, un día después de su publica-

ción en el *Diari Oficial*, momento en el que Canal 9 dejará de emitir, tal como establece el artículo 1, y se producirá la extinción de la totalidad de los contratos.

Según la proposición, el coste laboral del cierre -45 días por año trabajado- lo asumirá RTVV con el presupuesto que tenía para 2014, que era de 69 millones, mientras que la Generalitat pagará los 20 millones de salarios de tramitación a los 952 despedidos en el ERE que

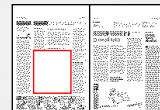
fue anulado por el Tribunal Superior de Justicia. Después, se producirá la liquidación de la empresa.

No creará otra televisión

Sobre los rumores de que el Gobierno de Fabra pretende promover, dentro de unos meses, una televisión como la de Castilla y León, el vicepresidente, José Císcar, lo negó. “Este Gobierno descarta absolutamente crear una nueva televisión”, afirmó. También pidió “per-

dón”, en nombre del Ejecutivo, por “las decisiones erróneas que han tomado gobiernos del Partido Popular” en Canal 9 desde 1995.

Las movilizaciones contra el cierre continúan hoy con manifestaciones en las tres capitales de provincia y acciones legales que intentan frenar el proceso. La coalición Compromís presentó ayer un recurso y pidió medidas cautelares contra el nombramiento por decreto del nuevo director general.



Tot recordant Francina Boris

■ En aquests moments colpidors en què m'acaben de fer saber el traspàs de la Francina, la meua memòria em porta anys enrere per recordar-la com aquella gran persona amb la qual vaig treballar durant una bona colla d'anys. Va ser un llunyà 6 de juny de 1970 quan per primera vegada vaig posar-me davant els micròfons d'EAJ38 Ràdio Girona des dels estudis del carrer de la Força, 8, principal, al costat de la Francina, la qual va ensenyar a un jovenet com jo a fer les primeres passes i endin-sar-se en els secrets del món radiofònic i periodístic.

La Francina sempre estava a punt per ajudar tothom. La seva petjada en forma de veu

a través de les ones ha marcat un bon nombre de gironins que en aquells temps de poca televisió i molta dictadura van atrevir-se a començar tot un seguit de programes en català. Recordo amb molt d'afecte el programa *Nostra dansa*, que s'iniciava amb la sardana *Girona 1808*, *Les hores de l'amistat*, *D'ací d'allà d'un clar país*, *Dreces de la nostra llengua*, *Què en sabem*, de *Catalunya*, entre d'altres... Recordo també els problemes de censura que havíem d'esquivar amb el Ministerio de Información y Turismo i com el director de l'emissora, fumant, això sí, un cigar rere l'altre, havia de trampejar la situació. La memòria em porta a pensar en aquells vespres d'hivern davant l'entrada de Ràdio Girona, on hi havia un enorme mural que deia "*Las posibilidades de la radiodifusión son infinitas*" quan en Miquel, el seu marit, la venia a buscar.

Recordo els primers programes esportius amb l'Ernest Mascort, o amb en Narcís Planas, o amb el mateix Jordi Xargayó, avui director del *Diari de Girona*, o en Jordi Grau, director adjunt d'El Punt Avui, o en Jordi Bosch, president d'Endemol; en Ramon Rovira; en Lluís Falgàs de TVE; o en Carlos Losada, cap d'informatius de la COPE, i molts d'al-

tres. Tots ells uns grans professionals del periodisme actual que es varen forjar en els bons temps a la pedrera de Ràdio Girona al costat de la Francina, i d'altres companys que per manca d'espai no he esmentat i amb els quals encara avui compartim records i informacions d'actualitat, cadascun de nosaltres des de la seva vessant.

La veu de la Francina, aquella veu precursora de Ràdio Associació de Catalunya, no emmudirà mai. La seva mort ens ha deixat una mica més orfes. Avui és un dia de novembre trist i una mica més buit. En Jaume Pol, en Pepe Vilà, l'Ignasi Irazu... i, ara la Francina.

Descansa en pau, Francina, figura cabdal de la radiodifusió gironina. Sempre em quedarà la teua veu gravada en les velles cintes dels Sony.

JOSEP MARIA AMARGANT I CODINA
Girona



Prisa cede un 17% de su capital para refinanciar su incontrolable deuda

Á. Semprún MADRID.

Prisa está cerca de dar un nueva patada hacia adelante a su incontrolable deuda de 3.272 millones de euros. La compañía que preside Juan Luis Cebrián ha pactado una nueva emisión de *warrants* que dará entrada en su capital a los diferentes fondos internacionales que compraron parte de su deuda en el mercado secundario, para tratar de cerrar su tercera refinanciación en tres años y lograr una línea de liquidez de 353 millones de euros.

La editora de *El País* ha convocado una junta de accionistas extraordinaria para aprobar esta nueva emisión de derechos, que se venderán a estos fondos y bancos internacionales por 0,26 euros. Dicha emisión tiene un plazo de cinco años para convertirse en acciones de tipo A y, en el caso de ejecutarse, se traducirá en una ampliación de capital del 17 por ciento,

que permitirá la entrada de estos acreedores, entre los que se encuentran varios fondos de Luxemburgo, Barclays, Merrill Lynch y Credit Suisse, en el capital de la compañía en detrimento de sus actuales accionistas que se diluirán un poco más.

Vencimientos de deuda

El acuerdo, que está apoyado por el 84 por ciento de los acreedores, supondría un respiro para la editora, que con los 353 millones de euros hará frente a una serie de pagos que tiene pendientes a medio plazo, como el fútbol y los intereses de la deuda. A su vez, supone aplazar entre cinco y seis años los vencimientos de la deuda de 3.272 millones de euros que tenía que afrontar entre 2014 y 2015. Por su parte, también otorga más tiempo a Prisa para vender activos no estratégicos como Canal +, con el que buscar pagar principal.



Una TV alemana acusa a la Corona de «falta de moral»

ROSALÍA SÁNCHEZ / Berlín
Especial para EL MUNDO

Las casas reales europeas no son un asunto habitual en la cadena de televisión alemana N-tv, un todo noticias económico que cada media hora informa sobre bolsas, finanzas e inversión. Por eso sorprendía aún más

el duro y destacado tratamiento que daba esta semana al escándalo Urdangarin, en un informe titulado 'Casa Real española en turbulencias. Una total falta de moral'.

Firmado por Wolfram Neidhard, repasaba las lacerantes cifras de la crisis española y los «re-

cortes por todas las esquinas» del Gobierno Rajoy» para, a continuación, apuntar que «los Borbones no se ocupan de estos problemas porque tienen los suyos propios», arrancando así una recopilación que comprendía desde la caza del elefante hasta los

últimos detalles de los negocios inmobiliarios de Iñaki Urdangarin. «Los más pobres entre los pobres, la gente que ha perdido su casa o que ha sido desahuciada, necesita ayuda, una perspectiva o al menos un simple apoyo. El Gobierno está gestionando la crisis, de

él no se puede esperar mucho. Pero al menos quedaría el apoyo moral de la Familia Real, que es precisamente para lo que está», reprochaba.

El 'caso Urdangarin', concluía tras repasar los delitos a través de la Fundación Noos, «muestra que el virus de la codicia

y la megalomanía no solo afecta a los políticos y empresarios, sino también a la Familia Real», destacando la «inexplicable no imputación de la Infanta», y terminaba afirmando que «debido a la crisis, el paro y los movimientos separatistas, España necesita una institución que una al país y la Casa Real no está en condiciones de hacerlo».



L'associació de periodistes empara la Casa Reial espanyola contra un diari

EFE | MADRID

■ La Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya ha dictaminat que el diari digital El Confidencial va vulnerar el codi deontològic de la FAPE en la seva notícia del 7 d'octubre sobre l'absència del rei en la cimera iberoamericana de Panamà, per la qual la Casa Reial va demanar empara a aquest òrgan.

La resolució, adoptada per la Comissió d'Arbitratge, Queixes i Deontologia de la FAPE, conclou que la crònica signada pel periodista José Luis Lobo titulada *El rei s'obstina a anar a Panamà contra el criteri del govern i dels metges* va vulnerar diversos principis del codi deontològic dels periodistes.

En concret, el text incompleix el principi general sobre el «compromís de recerca de la veritat» i el que fa referència al fet que el periodista «haurà de fonamentar les informacions que difongui, la qual cosa inclou el deure de contrastar les fonts i el de donar oportunitat a la persona afectada a oferir la seva pròpia versió dels fets».

Tampoc no respecta, segons la resolució, el dret que indica que «sense necessitat que els afectats acudeixin a la via judicial s'haurà de facilitar a les persones físiques o jurídiques l'adequada oportunitat de replicar les inexactituds».



C's denuncia la despesa de la Corporació en la Via Catalana

Redacció

BARCELONA

El portaveu de Ciutadans (C's) al Parlament, Jordi Cañas, va denunciar ahir que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) destinés més de 200.000 euros a cobrir la Via Catalana, quan el govern deu diners a diversos sectors. C's ha rebut resposta a la sol·licitud d'informació que va demanar al president de la CCMA, Brauli Duart, sobre el cost del desplegament i el seguiment informatiu dels mitjans públics de la cadena humana de l'11 de setembre.

L'import de la cobertura va ser de 187.221 euros, que inclou personal, material tècnic, enllaços o la contractació d'un helicòpter. A Catalunya Ràdio, el cost va ser de 15.712 euros, que inclou partides com ara la de personal i tarimes. "El govern gasta el que no té", va assenyalar Cañas. ■



FICHAJE

Nuria Roca se incorporará a Melodía FM

La periodista valenciana será una de las caras conocidas que la emisora de Atresmedia presentará de cara al nuevo curso que empezará en enero. Nuria Roca dirigirá y presentará su propio programa en Melodía FM, según confirmó ayer el portal Megatele. Entre los últimos trabajos de la presentadora destacan «El millonario» (laSexta), «Perdidos en la tribu» (Cuatro) y «No somos nadie» (M80), al lado de Pablo Motos.



EN PORTADA

La cantidad de información personal que se genera en internet es descomunal. Ahora, además, la tecnología permite almacenar y analizar esa información y sacar conclusiones extremadamente concretas sobre el comportamiento de los consumidores gracias al rastro que dejan en la red. El nuevo modelo de negocio, a veces sorprendente, a veces inquietante, se llama *big data*. Estos datos son el tesoro del siglo XXI.

Texto de **Juan Manuel García**

El tesoro de los datos

Un empleado inspecciona el equipamiento en la sala de filtros de aire en la sede central de Facebook en Lulea, Suecia, cerca del círculo polar Ártico

24 MAGAZINE



Google procesa cerca de 25 petabytes de datos al día. Para entender lo que esto significa, considérese que una película de hora y media en formato digital puede comprimirse en un archivo de un gigabyte. Un petabyte equivale a un millón de gigabytes. Así pues, cada dos días, una única compañía obtiene y almacena una cantidad de datos equivalente a todos los libros escritos en la historia de la humanidad desde que se tienen registros.

Por su parte, los 1.200 millones de usuarios de Facebook comparten más de diez millones de fotos cada hora y hacen clic en el botón *Me gusta* o insertan un comentario casi tres mil millones de veces al día. En YouTube –también propiedad de Google– se sube más de una hora de vídeo cada segundo. En el 2012, Twitter registró más de 400 millones de mensajes al día. El tráfico de esta red social crece un 200% al año. Esta cifra es uno de los principales argumentos que sustentan su oferta para cotizar en la Bolsa de Nueva York, con la que espera recaudar hasta 1.600 millones de dólares pese a ser un compañía que prácticamente no da beneficios. Su valor oculto está en el rastro en forma de datos que dejan las interacciones que se producen en su plataforma.

Los gigantes de internet, y especialmente Google, son el modelo perfecto de compañías →

SIMON DAWSON / GETTY IMAGES



EN PORTADA EL TESORO DE LOS DATOS MASIVOS

→ de datos masivos, pero no son los únicos que están sacando provecho del cambio de paradigma que significa el *big data*. Este concepto se emplea para referirse a los grandes volúmenes de información que se registran y almacenan permanentemente en todo el mundo, así como a los sistemas y las herramientas que sirven para analizar y extraer valor de esta información. Las compañías tecnológicas lideran hoy esta industria por la facilidad con la que recopilan datos de sus usuarios a través de internet. Pero no están solas en el negocio.

ESPIONAJE MASIVO Recientemente, el caso Snowden ha puesto en evidencia que hay un beneficiario secundario de la explotación de este océano de información supuestamente privada: los gobiernos de las grandes potencias mundiales, que desarrollan programas de espionaje masivos para recolectar datos de correos electrónicos y teléfonos móviles (incluyendo los de los líderes, como Angela Merkel). Las informaciones reveladas en estos últimos meses han demostrado que Google, Facebook, Microsoft, Apple y otros proveedores de servicios digitales entregaron –de modo voluntario u obligado– ingentes volúmenes de datos personales a la Agencia de Seguridad Nacional de Estados Unidos (NSA) y a su homónima británica. La dimensión del espionaje es difícil de imaginar, pero sirva como muestra una de las últimas filtraciones que afecta a España: la NSA interceptó más de 60 millones

de llamadas telefónicas en sólo un mes, entre diciembre del 2012 y enero del 2013.

Pero ¿cuál es el valor real de los datos masivos? ¿Por qué ese afán por recolectar y acumular toda esta información? Las respuestas varían en función del campo de actuación de quienes se dedican a trabajar con los datos, pero todas ellas tienen un elemento en común: la finalidad última es aumentar la eficiencia en el proceso de toma de decisiones. Hasta ahora, la información era escasa, cara y difícil de conseguir. En consecuencia, el objetivo de las investigaciones basadas en datos era que estos fueran de buena calidad para que los resultados fueran válidos. Pero en los últimos años se ha producido un cambio de escala en el volumen de información que se produce y se almacena. La cantidad de información generada en todo el mundo se duplica cada dos años, y la capacidad de procesamiento de los ordenadores crece aún más deprisa. Cada vez es más simple y más barato guardar datos. Esto implica un cambio de esencia en el modo de analizar la información que no sólo está empezando a transformar organizaciones y mercados, sino que afecta también a los fundamentos de la organización social: la sanidad, la política, la educación, la cultura e incluso los comportamientos individuales y la forma de relacionarnos. En esta nueva era de la *datificación*, todo (incluso nuestro estado de ánimo, que revelamos a través de las redes sociales) se puede convertir en un formato cuantificado para su tabulación y análisis.

Viktor Mayer-Schönberger, profesor de Regulación y Gestión de Internet en la Universidad de Oxford, y Kenneth Cukier, editor de datos de la prestigiosa revista

La cantidad de información generada en todo el mundo se duplica cada dos años, y la capacidad de procesamiento de los ordenadores crece aún más deprisa

The Economist, mantienen en su ensayo *Big Data. La revolución de los datos masivos* (Turner Publicaciones, 2013) que los datos masivos suponen un drástico cambio de enfoque en la forma de ver el mundo. Los seres humanos estamos configurados para buscar causalidades, el porqué de las cosas. Sin embargo, el valor de la información reside ahora en las correlaciones. Es decir, en las relaciones estadísticas que se establecen entre diversos valores de datos y que permiten descubrir patrones ocultos entre la marabunta de información disponible. Las predicciones basadas en correlaciones son el núcleo de los datos masivos, según estos dos expertos en la materia. “No hace falta explicar las razones que subyacen en las correlaciones. No son intuitivas, simplemente existen”, dice el profesor Mayer.

Los ejemplos que ilustran la

eficacia de los análisis basados en *big data* son innumerables. Muchos de ellos están presentes en nuestras actividades cotidianas, aunque no lo apreciemos. Cuando nos comunicamos a través de un servicio de mensajería instantánea como WhatsApp, a menudo cometemos errores al teclear. Aun así, la propia aplicación es capaz de interpretar qué queríamos escribir y sugerirnos el modo correcto de expresarlo. Esta característica es una variante de la función *autocompletar* de Google. El motor de búsqueda basa sus predicciones en los datos obtenidos a través de las tres mil millones de consultas que gestiona a diario. El resultado es el corrector ortográfico más útil del mundo, en todos los idiomas: al introducir un criterio de búsqueda escrito de manera incorrecta, el algoritmo de Google detecta el error y muestra los resultados de la consulta que interpreta que pretendíamos realizar. Casi siempre acierta.

El sistema de traducción automática de Google es otro ejemplo de uso del *big data*. En el 2006, Google lanzó su traductor con el objetivo de “organizar la información del mundo y hacerla universalmente accesible y útil”. Para lograrlo, volcó todo el contenido global de internet en su sistema, desde informes oficiales idénticos traducidos en varios idiomas hasta páginas web corporativas y personales que incluían traducciones de baja calidad. Pese a lo caótico de la información que se le aportó, el servicio de Google es



Clientes de Walmart en los grandes almacenes situados en el barrio de Chinatown, en Los Ángeles. La mayor empresa minorista del mundo analizó en el 2004 los hábitos de compra de sus clientes y descubrió que algunos productos se venden más en función de las previsiones meteorológicas

el que mejor funciona. Sus traducciones, aunque imperfectas, son más precisas que las de otros sistemas porque Google trata el lenguaje como un conjunto de datos confusos con los que estimar probabilidades. Además, es mucho más flexible. El traductor es capaz de establecer correlaciones con el fin de calcular, por ejemplo, las opciones de que una palabra siga a otra en inglés, o de interpretar cuándo la palabra *light* significa ligero y cuándo se refiere a la luz. En un artículo titulado "La efectividad irrazonable de los datos", Peter Norvig, científico informático y exdirector de calidad de búsqueda en Google, resumía de este modo la clave del éxito de este servicio: "Los modelos simples y con un montón de datos vencen a los sistemas más elaborados basados en menos datos". Más es mejor.

El *big data* es la base de las estrategias de negocio de cada vez más compañías. En Amazon, pionera en la indus-

tria del comercio electrónico, la tercera parte de las ventas son resultado de su sistema de recomendación y personalización, que se nutre de las rutinas de navegación y compra de sus usuarios. En Netflix, el videoclub on line más popular, las tres cuartas partes de los pedidos surgen de las recomendaciones. Las conclusiones que aporta el estudio de datos masivos generan negocio para Amazon, pero la transformación que esto implica va mucho más allá. En sus inicios, Amazon era reconocida por la calidad de las críticas de sus editores. Cuando a Jeff Bezos, fundador y CEO de la tienda on line, le mostraron la extraordinaria diferencia entre las ventas directas que generaba el sistema de recomendaciones respecto al modelo basado en el conocimiento de los críticos, estos fueron inmediatamente despedidos. Amazon aplica a rajatabla una de las doctrinas del *big data*: lo importante es encontrar el qué, sin que importen las causas. No hay

necesidad de comprender qué motiva a los clientes. Esta manera de comprender los negocios prescinde casi completamente del toque humano. Y funciona. No en vano, Amazon ha desplazado del mercado a librerías y tiendas de discos en todo el mundo. No resulta osado prever que Bezos aplicará sus ideas a la industria de los medios, en la que entró el pasado verano tras adquirir uno de los diarios con más solera del mundo, *The Washington Post*.

EL CARRITO DE LA COMPRA

Las grandes empresas que operan fuera de internet también han descubierto las ventajas de explorar la minería de datos. Walmart, el mayor minorista del mundo, revisó en el 2004 el contenido de sus gigantescas bases de datos de antiguas transacciones: qué artículo había comprado cada cliente y cuánto había pagado por ello, qué más había en el carrito de la compra, el mes,

día y hora de la transacción, el método de pago e incluso otros datos adicionales sin interés aparente, como el tiempo que hacía en el momento de la compra. Así, observó que antes de un huracán no sólo aumentaban las ventas de artículos de bricolaje, sino también las de Pop-Tarts, una marca de galletas dulces. Desde entonces, cuando se avecinaba una tormenta, Walmart colocaba cajas de Pop-Tarts junto a los básicos para huracanes y cerca de la caja registradora. De esa manera, sus ventas aumentaron notablemente.

Otro episodio citado por el periodista ganador de un Pulitzer Charles Duhigg en su libro *The Power of Habit* hace referencia a uno de los casos →



ALMACENAMIENTO DE DATOS

Del byte al yottabyte

El byte es una unidad de información utilizada como un múltiplo del bit que equivale a 8 bits. Se usa comúnmente como unidad de información en dispositivos de almacenamiento de datos

(Múltiplos del byte utilizando los prefijos del Sistema Internacional)

Número de bytes	Múltiplo	Símbolo	Nombre	¿Cuánto cabe? (Equivalencia aproximada)
1	10 ⁰	1 B	Byte	Una letra 'l'
10	10 ¹	10 B		Dos palabras 'usuario' 'descargas'
100	10 ²	100 B		Una o dos frases 'En 100 bytes caben entre una y dos frases'
1.000	10 ³	1 kB	Kilobyte	Una historia muy corta
10.000	10 ⁴	10 kB		Una página de enciclopedia
...	10 ⁵	100 kB		Una foto de resolución media
	10 ⁶	1 MB	Megabyte	Una novela
	10 ⁷	10 MB		Dos copias de la obra completa de Shakespeare
	10 ⁸	100 MB		Un estante de 1 m de libros
	10 ⁹	1 GB	Gigabyte	Una furgoneta llena de hojas con texto
	10 ¹²	1 TB	Terabyte	La pila de hojas con texto tendría 16 km de altura, los aviones comerciales vuelan a 13 km
	10 ¹³	10 TB		La colección impresa de la Biblioteca del Congreso de EE.UU. Entre libros y documentos, 147 millones de archivos
	10 ¹⁵	10 PB	Petabyte	Filmar la vida de una persona (100 años) en alta definición
	10 ¹⁸	10 EB	Exabyte	Entre 1/5 y 1/9 del tráfico anual de internet
	10 ²¹	10 ZB	Zetabyte	La mitad del contenido generado en el 2011
	10 ²⁴	10 YB	Yottabyte	Un billón de terabytes

→ paradigmáticos del uso del *big data* para hacer negocios. Se trata de la cadena de tiendas de descuento Target, que aplica un método de analítica predictiva basado en el análisis de todos los datos que es capaz de recabar de sus compradores con la finalidad de adelantarse a sus necesidades. Examinando el historial de compras de sus clientas, Target puede saber cuándo una mujer está embarazada antes incluso de que esta se lo comunique a sus allegados. Duhigg explica la historia de un padre que se quejó muy airadamente a Target cuando descubrió que su hija adolescente recibía cupones de descuento para ropa de bebé. Pocos días después, el hombre se disculpó; efectivamente, la joven estaba embarazada, y su patrón de búsquedas (cremas sin perfume, suplementos nutricionales, regalos para recién nacidos, etcétera) la había delatado.

NUEVOS RETOS Las aplicaciones del *big data* abarcan casi todo el elenco de actividades económicas y sociales del mundo actual. No obstante, aún son muy escasas las empresas y las organizaciones capaces de aprovechar los retos que plantea este nuevo ecosistema. En los negocios, las compañías que explotan esta mina de oro de los datos masivos pueden obtener importantes ventajas competitivas. David Harding, fundador y presidente de Winton Capital Management, es uno de los inversores más ricos de la City de Londres. En su firma de gestión de inversiones trabajan cerca de un centenar de científicos de datos dedicados a recopilar información y crear algoritmos matemáticos que desvelen patrones sobre cualquier cosa que se compre y se venda. Sólo en el 2010 este método le proporcionó beneficios superiores a los 70

EN PORTADA EL TESORO DE LOS DATOS MASIVOS

Examinando el historial de compras y búsquedas de sus clientas, Target puede saber cuándo una mujer está embarazada

millones de euros, más que ningún otro *hedge fund*.

Otro sector que obtiene pingües beneficios del análisis de datos es el del marketing. Hay compañías que ejercen de mercaderes de datos personales. Recogen la información en internet, con el consentimiento de los usuarios o sin él (a través de las *cookies*), aplican algoritmos de análisis a este descomunal volumen de datos y venden la información procesada al mejor postor. Por ejemplo, a los anunciantes interesados en aumentar la eficiencia de la publicidad digital. Así, por ejemplo, cada vez que los usuarios de las aplicaciones para *smartphones* que registran la actividad física comparten en Facebook sus sesiones de *running*, los intermediarios convierten estos datos brutos en información relevante para que las grandes marcas sepan cuándo, dónde y a quién mostrar el anuncio del último modelo de sus zapatillas deportivas. →



EN PORTADA EL TESORO DE LOS DATOS MASIVOS

→ En este nuevo mercado, el valor se desplaza hacia quienes controlan los datos, y los datos se convierten en una nueva fuente de ingresos. En octubre del 2012, Telefónica creó una nueva "unidad de negocio global", Telefónica Dynamic Insights, destinada a interpretar, analizar y vender datos anónimos y agregados de sus abonados. En el comunicado de su lanzamiento, la operadora española explicaba que los destinatarios de estos datos analíticos serían empresas privadas y organismos públicos, que así lograrían "mejorar su gestión". Este uso secundario de los datos para fines

"novedosos" es lo que expertos como Viktor Mayer y Kenn Cukier denominan "valor de opción" de los datos. En este caso, los establecimientos comerciales acaban reutilizando la información personal de los abonados a la compañía telefónica para realizar ofertas adaptadas a cada una de sus tiendas o determinar las mejores localizaciones y los formatos más apropiados para la apertura de nuevos locales. Pero sin duda, el gran riesgo de la adopción del *big data* como motor de transformación de actividades económicas y sociales está en su capacidad intrínseca para predecir el

El verdadero peligro del *big data* es la propensión a juzgar y castigar a las personas a priori con lo que revelan los datos, de forma similar a lo que apuntaba la película *Minority Report*

Los Ángeles (California, E.E.UU.) reciben cada mañana un mapa en el que aparecen marcadas las zonas de la ciudad en las que, según un análisis basado en datos masivos, existe una alta probabilidad de que se produzcan delitos. En otros estados, las juntas de libertad condicional toman decisiones según los indicadores que muestran este tipo de estudios. Richard Berk, un profesor de Criminología de la Universidad de Pensilvania, desarrolló en el 2010 un software que predice con una probabilidad del 75% quiénes de las personas que están en régimen de libertad condicional cometerán un homicidio. De momento, en su estado natal ya se aplica una variante de esta idea que sirve para reforzar la vigilancia sobre los exreclusos en libertad condicional que el programa identifica como potenciales asesinos. Huelga decir que el uso generalizado de estos sistemas no sólo supone un arma deshumanizadora, sino que además contraviene un principio básico de la justicia como es la presunción de inocencia, además de negar el libre albedrío del ser humano.

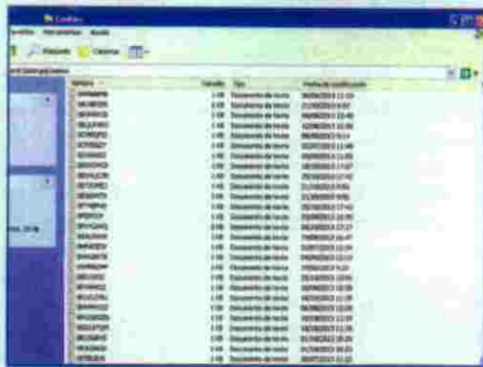
Mónica Garriga, periodista y promotora a través de la organización Media 140 de la Big Data Week, que se celebra anualmente en decenas de ciudades de todo el mundo, incluidas Madrid y Barcelona, hace hincapié en la necesidad de aportar una mirada ciudadana a la revolución que supone el *big data*: "Es necesario que los ciudadanos entendamos cómo nos afecta el

comportamiento humano, y en los abusos que pueden derivarse del mal uso de esta información: "El verdadero peligro del *big data* radica en el uso de las predicciones probabilísticas con fines causales", alerta el profesor Mayer. Es decir, la propensión de juzgar y castigar a las personas sobre la base de lo que revelan los datos. La película de ciencia ficción *Minority Report*, dirigida por Steven Spielberg y protagonizada por Tom Cruise, trata exactamente de eso: autoridades que detectan la probabilidad de que una persona cometa un delito y la detienen antes de que suceda. En la película, las predicciones las hacen tres adivinos videntes, pero en la vida real se pueden llegar a conclusiones parecidas de la mano del *big data*.

En Estados Unidos ya hay varios experimentos en marcha que recorren este peligroso sendero. La primera secuencia del interesantísimo documental de la BBC *The Age of Big Data* muestra cómo los agentes del departamento de Policía de



ULRICH BAUMGARTEN / GETTY



Un hombre frente a una pantalla de ordenador en la que se ve la página principal del motor de búsqueda Google. Al lado, un listado de cookies, los minúsculos archivos que guardan los datos de navegación de los usuarios de internet



big data. Como sociedad, no nos podemos permitir que sólo las grandes multinacionales y los gestores públicos manejen estas tecnologías, porque si no, sólo ellos tomarán decisiones sobre algo que afecta a todo: la educación, la cultura, la administración pública, el modo de construir comunidades, cómo transmitimos valores, etcétera”.

MEJORAS SOCIALES Afortunadamente, no todos los usos del *big data* están únicamente al alcance de los poderosos o enfocados a hacer negocio a costa de la privacidad de los ciudadanos. En muchos casos, los proyectos basados en datos masivos suponen extraordinarias mejoras para la sociedad. Los estudios científicos relacionados con el genoma humano, que han supuesto grandes avances en el diagnóstico y el tratamiento de las enfermedades más dañinas para el hombre, están basados en el *big data*. Asimismo, el uso de las nuevas tecnologías para recolectar información médica de los habitantes de países en vías de desarrollo ha permitido ahorrar mucho tiempo y dinero. El pediatra y epidemiólogo Joel Selanikio explica en una reveladora charla que se puede consultar en la web de la organización sin ánimo de lucro TED (por sus siglas en inglés, Technology, Entertainment, Design) cómo en la última década se ha logrado transformar los ineficaces métodos para recopilar datos de la salud en el África subsahariana en información fiable y actualizada. Hasta hace unos años, las organizaciones de ayuda humanitaria tomaban grandes decisiones sobre la base de la información incompleta que sus voluntarios en el terreno plasmaban en formularios de papel tras visitar puerta por puerta a los

habitantes de la región. Gracias a los dispositivos tecnológicos, los datos se recopilan ahora en formato digital: primero, con la Palm Pilot, una de las primeras PDA del mercado, y luego, a través de Hotmail y los sistemas de computación en nube.

Otro ejemplo paradigmático

de uso del *big data* para la mejora de la información sobre la salud es Google Flu, un experimento que en el 2009 demostró la capacidad del buscador para predecir dónde surgiría el próximo brote de la pandemia del virus H1N1, la gripe A. Google descubrió que ciertos términos de búsqueda (por ejemplo, sobre los síntomas que padecían los afectados) servían como buenos indicadores de la actividad de la gripe, y utilizó estos datos globales para hacer cálculos aproximados sobre la

expansión de esta enfermedad. Los resultados obtenidos demostraron que este método era tan eficaz y muchísimo más rápido que el proceso de recopilación de datos de las autoridades sanitarias de los países más desarrollados.

No obstante, hoy por hoy la mayor parte de las empresas

ignora cómo aprovechar las oportunidades que brinda el *big data*. Asimismo, existe una carencia de perfiles profesionales asociados a este nicho de mercado. Se abren inmensas posibilidades ante quienes se formen en la ciencia de los datos (matemáticos, gestores de grandes bases de datos, expertos en algoritmos de aprendizaje de máquinas, etcétera). En Estados Unidos ya existe un ecosistema muy floreciente de *startups* que están aprovechando estas oportunidades. Algunas de

estas pequeñas compañías con grandes ideas acabarán en manos de los *grandes jugadores*. Es el caso de Farecast, fundada por el emprendedor Oren Etzioni en el 2003 y adquirida por Microsoft en el 2008. Esta web usa la información que las compañías aéreas ofrecen gratuitamente en internet sobre sus rutas, combinada con datos adicionales como los patrones meteorológicos de cada trayecto, para predecir en qué fecha resultará más barato comprar un billete de avión: “Los próximos Google y Facebook surgirán de este tipo de emprendedores, y entonces Google y Facebook tendrán muchas dificultades para alcanzar su nivel de innovación”, augura Viktor Mayer.

El próximo Mark Zuckerberg podría ser, por ejemplo, Andrés Contreras, un adolescente de Ciudad Real que cursa Inteligencia Artificial en la Universidad de Stanford. En febrero del 2012 creó, junto con dos socios algo mayores que él, su segunda empresa (la primera fue a los 12 años). Se trata de “una ingeniería de software con análisis inteligente para negocios” que desarrolla productos como Wordfeeling, un sistema de gestión de reputación on line en tiempo real. El programa transforma en datos las *sensaciones* que los usuarios comparten en foros y redes sociales, con la finalidad de vender esta información a las marcas interesadas en captar las percepciones de los consumidores sobre sus productos. En una entrevista reciente publicada en *El País*, este empresario de 17 años y 5 de experiencia no ponía coto a sus ambiciones: “Nos consideramos el próximo Google”. ◯



VOLVIURE EN
#CATALUNYA LLIBERTAT


PRESENCIA
10 - 11 - 2013 **9**

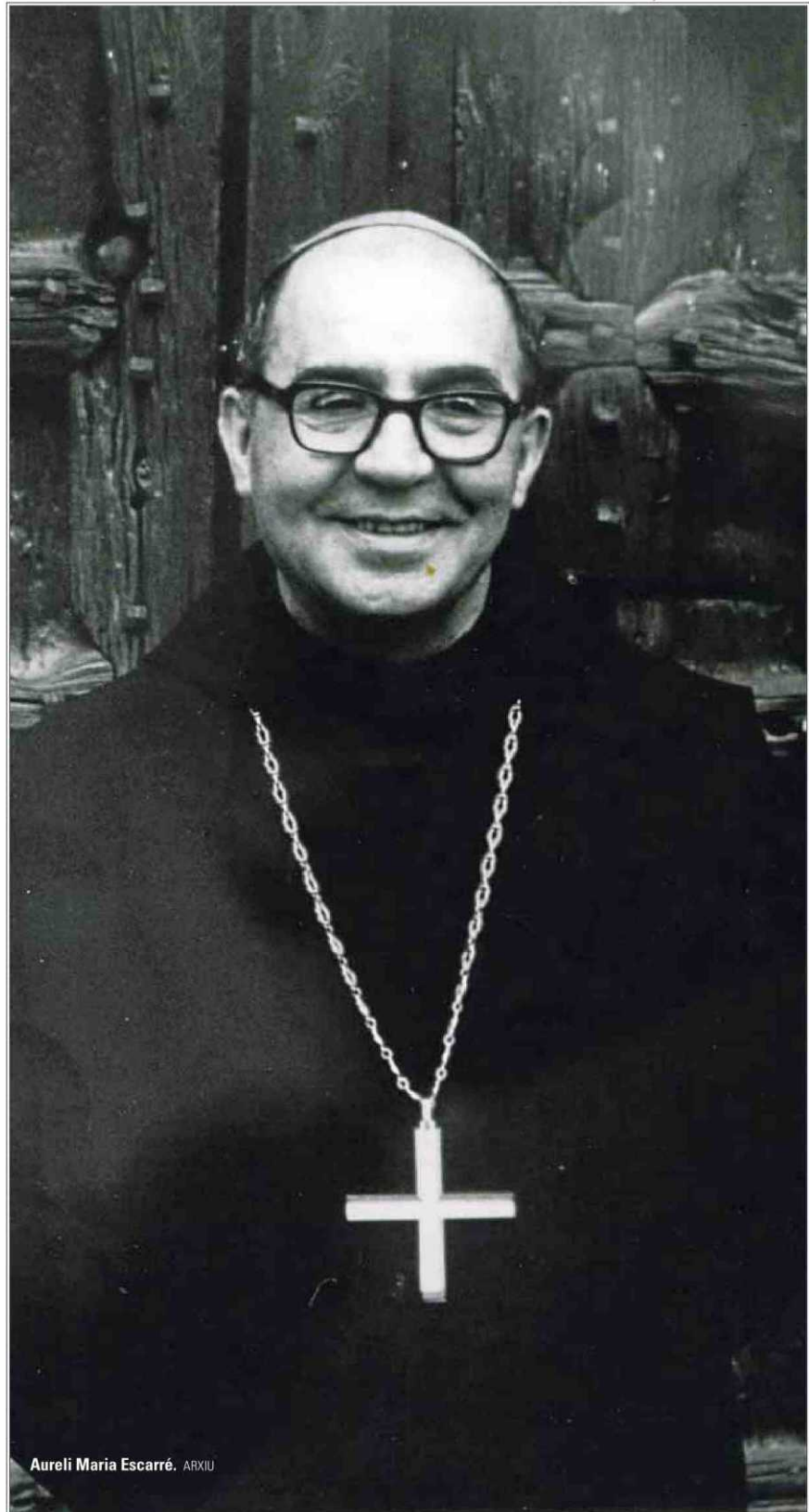
L'abat Escarré va dir prou

Fa 50 anys que l'abat de Montserrat va denunciar el règim franquista en una entrevista a 'Le Monde'

SERGI PICAZO

● 14 de novembre de 1963. Ple franquisme. Els anys grisos de nacionalcatolicisme cauen sobre Catalunya. I, de cop, sorgit de les entranyes de la muntanya de Montserrat, l'Abat Escarré fa una esmena general: "El règim espanyol es diu cristià però no obeeix els principis de base del cristianisme." No ho diu en cap homilia. Ho diu a la primera pàgina del prestigiós diari francès *Le Monde*. L'entrevista és una bomba de rellotgeria. Ho llegirà tot Europa: des de Madrid fins a Moscou passant pel Vaticà. Aquell pas endavant de l'abat de Montserrat va significar un abans i un després en la fi del suport cap al règim franquista a Catalunya –sobretot pels catòlics– i a l'estranger. Aquesta setmana es compliran just 50 anys del dia en què l'Església catalana va dir prou.

A tres columnes i amb un titular en negreta a la portada de *Le Monde*. L'abat Aureli Maria Escarré reivindicava, com a portaveu del monestir de Montserrat, que "no hi pot haver justícia sense llibertat" i que "el poble ha d'escollir el seu govern i poder canviar-lo si ho desitja: això és llibertat". Eren finals dels 60. L'Església catòlica, que havia donat suport al règim de Franco en els seus inicis, no havia aixecat la veu amb tanta contundència com ho feia ara. L'abat arribava a 



Aureli Maria Escarré. ARXIU

10 PRESENCIA
10 - 11 - 2013

VOLVIURE EN

#CATALUNYA LLIBERTAT

Sobre les declaracions d'Escarré a 'Le Monde'

Crònica inèdita de fa 50 anys



Àlvar Maduell
Periodista i
historiador

"Barcelona, 24 de desembre del 1963.

Acabo de veure el sobre d'una carta, arribada avui de Montserrat. Pel camí han obert el sobre i l'han tornat a tancar matusserament.

És el primer fet de anormalitat que puc contemplar amb els meus ulls. I el que em decideix a escriure aquestes notes. Fa alguns dies que pensava en aquesta possibilitat, però no em decidia. Aquest sobre immoralment obert m'ha determinat.

Ja fa dies que passen entre nosaltres coses estranyes. Qui sap si portaran cua. Per això voldria recollir els batecs que em puguin arribar.

* * *

No sé per on començar...

Trío el 12 de novembre [de 1963] perquè vaig assistir a la primera representació de *L'òpera de tres rals* de B. Brecht al Palau de la Música. Aquesta representació havia estat impedida dies enrere, com consta en l'esborrat del mateix programa repartit. Vaig anar-hi amb el pare Jordi [Llimona] ja amb la convicció –almenys seva– de manifestar-se en favor de quelcom avançat, esquerre i un xic subversiu.

El cas és que, en sortir, algunes noies de Pax Christi van comunicar que *Le Monde* havia publicat el nom del pare Jordi [Llimona] com a firmant d'una carta de protesta adreçada a Madrid. Però que un altre número d'aquest diari no havia traspasat la frontera.

Havia precedit una vaga d'Astúries, a les mines, i s'havia llegit la refutació del ministre Fraga a una carta d'uns intel·lectuals, però no la mateixa carta. El pobre senyor Fraga havia volgut atribuir a "maniobra comunista" aquella carta, però, responent públicament i no permetent que els altres responguessin públi-

cament, va fer un mal joc per a ell; i va posar peu en fals.

Un dia, penso que era diumenge, potser el mateix 17 de novembre, al refetor [del convent dels caputxins de Sarrià], a l'hora de sopar, hi havia l'exemplar de *Le Monde* on sortia el nom del pare Jordi [Llimona] com a firmant de la carta damunt dita, i corrien també dos papers rars. Eren dues fotocòpies dels dos bocins de les declaracions que el pare abat Escarré va deixar publicar a *Le Monde*. Es llegien molt o força difícilment, però vaig saber què deien.

La meva observació pública, llavors, va ser que allò de declaracions només en tenien el nom. En realitat, les idees havien estat molt pensades i precisades, molt exactes, tot i que se'ls hagués donat la forma exterior d'interviu.

Les fotocòpies eren degudes al fet que *Le Monde* no podia travessar la frontera.

Aquells dies, el rector de Sant Medir [Josep M. Vidal i Aunós] va anar a París a preparar un congrés sobre parròquies, i allà de seguida li van dir si ja coneixia les declaracions. No en sabia res. Va adquirir un exemplar del diari i el va introduir en la seva tornada.

Dins els mateixos plec del diari *Le Monde*, en data posterior, hi anaren ficats alguns exemplars d'aquella data precedent.

El cas és que el text es conegué i molts se sentiren cridats a la tasca de fer còpies i traduccions d'aquelles declaracions, en substitució dels diaris, tan conscients com sempre de quina és la "seva" missió.

Jo recordo haver dit ben aviat que no estava completament d'acord amb les declaracions de l'abat. I el desacord estava en l'aplicació del text referent a les minories de l'encíclica *Pau a la Terra* [de Joan XXIII] a Catalunya.

Catalunya no és una minoria, deia jo.

Minoria és un retall d'una nació agafat dins les fronteres d'un altre estat.

Catalunya és una nació ocupada per un altre estat. Catalunya no és minoria. Catalunya és una colònia.

Les declaracions de l'abat es veu que havien tingut el seu ressò a l'estranger i s'havien comentat.

Diu que al concili [que se celebrava llavors al Vaticà] molts bisbes l'endemà anaren a felicitar els [bisbes] espanyols a causa d'aquelles declaracions, i que alguns, com el bisbe de Lleida [Aurelio del Pino], no sabien quina cara fer.

Es veu que a Roma es reuniren els bisbes de la Tarraconense per comentar el fet. He sentit a dir que el bisbe [Narcís] Jubany va dir calmament, contra altres escandalitzats, que potser aquell gest l'haguessin hagut de fer ells, ja de temps.

El bisbe [Josep] Pont i Gol es veu que prengué la paraula decididament i va fer un parlament bastant clar i abrondat.

Cap diari espanyol –modèlicament– havia deixat traslluir res del que l'abat declarava.

De cop i volta, el dia 7 de desembre surt el número d'*El Español* publicant íntegrament el text de les declaracions, envoltant una frase de [Josè?] Bergamín que prometia l'enderrocament del règim si els espanyols coneguessin aquestes declaracions. Amb pedanteria diu que publiquen les declaracions a veure si serà veritat la profecia.

El text traduït de l'abat anava acompanyat d'un intent de refutació, reduït a les aparences, sense penetrar en el fons de cap de les qüestions plantejades. Igualment es publicaven declaracions genèriques d'alguns bisbes i un bocí d'un sermó de l'abat [Antoni M.] Marcet lloant Franco i la seva victòria.

Jo, diumenge matí, anant a [peu a la parròquia de] Sant Medir, vaig pregun-

“

Escarré va dir al diari francès que "el poble ha d'escollir el seu govern i poder canviar-lo si ho desitja: això és llibertat"

“

L'Església catòlica, que havia donat suport a Franco, no havia fet una condemna tan dura del règim com la d'Escarré

denunciar el franquisme afirmant que "no tenim darrere nostre 25 anys de pau –com deia la propaganda franquista– sinó 25 anys de victòria". En paraules seves, "actualment després de tants anys d'injustícia el poble està irritat". També afirmava que s'havia interessat pels "presos polítics" i que la seva existència a l'Estat espanyol era un fet "penós". També defensava Cata-

lunya i el català, i arribava a dir en aquella època que "nosaltres som espanyols però no castellans". Reivindicava, en resum, que el poble pogués triar el seu govern, garantir la llibertat de premsa, la fi del clima de guerra civil i defensar la llengua catalana, no com "un deure, sinó com una necessitat" ja que "quan es perd la llengua, la religió també tendeix a perdre's". La reac-

ció de Franco va ser extremadament contundent: l'abat Escarré va ser convidat al desterrament –a Itàlia– sense poder tornar a oficiar missa a terres catalanes. Moriria només cinc anys després d'aquell exili forçós.

La intrahistòria de l'entrevista a *Le Monde* té molt de suc. Va ser una iniciativa dels activistes antifranquistes Josep Benet



tar als quioscs que vaig trobar si tenien *El Español*. Enlloc no el vaig trobar i es veu que s'havia esgotat en un instant ja el mateix dissabte. Sé que al meu germà Antoni [Maduell] n'hi compraven un exemplar que tenia per 10 duros. I no el va vendre.

A Sant Medir vaig trobar recollida tota la premsa del dia. I hi va haver la sorpresa més grossa. Vaig llegir *El Español*, però sobretot *Solidaridad Nacional*. Amb un títol de mitja plana inicial, tot ben sucat d'un vermell espès, es deia que l'abat del Valle de los Caídos, Fr. Justo Pérez de Urbel, havia mesurat degudament el gest del seu confrare de Montserrat. Es veia tota la ràbia de la *Soli* en l'amplor i vermellor del seu títol. Es veia tota la ràbia de l'abat governamental en els mots "dimisionario" i "enredador".

Prudentment *La Vanguardia* i *El Correo Catalán* no van publicar res de les observacions de Fr. Justo. *Diario de Barcelona* va reproduir la mateixa notícia tan "orquestrada" de la *Soli* sense l'orquestració. El *Diario* va complir bé informant, però feia riure aquesta "informació" quan mai ningú no havia dit res que l'abat hagués fet declaracions. De tota manera, aquest tipus d'incongruències és habitual i corrent en la premsa estampada sota aquest règim. S'informa el que convé i quan convé.

A la rectoria de Sant Medir, a l'hora de dinar [on jo era convidat cada diumenge, acabada la feina a l'església], van brindar per l'abat i les seves declaracions de veritat, en bé de tots.

Es va donar el cas que, aquell mateix dia 8, el full dominical del convent de Sarrià publicava l'article *El pecat del silenci*, degut al pare Daniel [Josep Massana], i que s'ajustava prodigiosament a



Francisco Franco i Carmen Polo durant una visita al monestir de Montserrat. ARXIU

les circumstàncies. Va ser una casual coincidència. El full ha tingut gran èxit i anomenada, amb notable desconsol del pare Daniel, puix ell no participa pas massa del tot de la mentalitat que manifesta aquell article, inspirat en el n. 1 de *Cuadernos para el Diálogo*. Personalment i per telèfon es van fer moltes demandes d'aquest full, però el mateix autor va retirar tots els números sobrats, evitant la seva ulterior difusió. Es veu que s'han escampat per Barcelona i alguns potser n'han tret còpies. El mateix pare abat el va veure. El més sorprenent del cas és que el pare Daniel ha estat heroi sense pensar-ho, sense voler-ho, i fins contra la seva voluntat i ideologia.

Semblava que ja tothom hagués tirat terra a sobre de l'assumpte quan diumenge, a Sant Medir, parlo amb un xicot que aquell matí -dia 22- havia de participar a una reunió al Casal de Montserrat antic, al carrer dels Arcs. No van poder realitzar la reunió perquè van

trobar que l'arxiu, llibres de monsenyor Batlle i papers... havia estat cremat aquella nit. Pels murs es trobaven inscripcions d'aquest estil: "Viva la unidad de la patria", "España una", "La lengua española es la lengua de todos"... No són ben exactes, possiblement, però l'aire era aquest.

Opinió del xicot aquell era que havien estat els membres de l'OJE, certa organització dependent de la Falange.

Arribo a casa [Sarrià] a la tarda i ja el pare Basili [de Rubí] sabia i em comunica la nova. Coincidència de detalls.

Els diaris han donat coneixement d'aquest incendi en el capítol de successos, afegint que "no son de lamentar desgracias personales".

Ahir al vespre, 23 de desembre [de 1963], es va aplegar una multitud fent una manifestació de protesta, cantant el Virolai pel carrer, des de la plaça de Catalunya al palau episcopal. Es veu que volien una intervenció del bisbe [Gregorio Modrego]. Diuen si la policia va tirar alguns trets a l'aire, però la manifestació fou pacífica.

Els diaris avui no n'han fet cap, ni la més petita, menció.

Durant aquests dies cal recollir el fet de la clausura de l'Òmnium Cultural, els premis de Santa Llúcia, la conferència de Joan Fuster a Franciscàlia...

(Text manuscrit de la llibreta D 21)

Alvar Maduell

SQV, 28 oct. 2013

Homenatge a Montserrat durant el funeral

Escarré va morir el 21 d'octubre de 1968 i tres dies després es va oficiar el funeral a la Basílica de Montserrat amb una assistència massiva de catòlics. Unes setmanes abans el doctor

Trueta va avisar del seu mal estat i va demanar que el portessin a Catalunya per enterrar-lo al seu país. El 1965 el govern franquista l'havia convidat a abandonar Catalunya i va ser enviat

al Vaticà, que el va confinar al monestir de Viboldone (Lombardia) només acompanyat pel seu secretari, Aureli Argemí i Roca. El 1966 Franco el va obligar a renunciar al títol d'abat.

-que anys després va arribar a ser candidat a les eleccions pel PSUC- i Albert Manent. Tots dos van pensar que era el moment que l'abat Escarré fes un pas endavant i fes públiques unes queixes que ja feia anys que feia en privat. Una part de l'Església, amb el pas dels anys de la dictadura, havia anat abandonant el suport al règim i a servir d'aixopluc per a activitats polítiques



El titular de portada va ser: "El règim espanyol es diu cristià però no obeeix els principis de base del cristianisme"



Els activistes Josep Benet i Albert Manent van convèncer l'abat d'acceptar l'entrevista per fer pública la seva condemna

12 PRESENCIA
10 - 11 - 2013

#CATALUNYA LLIBERTAT

VOL VIURE EN

El pare abat Escarré D'abat de Montserrat a esdevenir l'abat de Catalunya

Joan Vallvé i
RiberaExconseller de la
Generalitat

Explicar avui, l'any 2013, el que va representar la persona del pare abat de Montserrat i les seves declaracions al diari *Le Monde*, el 14 de novembre del 1963, es fa difícil, el marc on el personatge es va moure és molt diferent del que tenim avui. L'any 1963 el mapa del món, i conseqüentment el d'Europa, era un mapa dividit en dos blocs enfrontats i amb un diàleg molt limitat. El president Kennedy havia visitat Berlín feia pocs mesos i havia posat de manifest aquella divisió, que a Alemanya dividia una nació i a Berlín, una ciutat.

A Catalunya vivíem el règim franquista sense cap de les llibertats fonamentals: ni llibertat d'expressió, ni de reunió, ni d'associació, de sindicació, de manifestació. Proscrit l'ús públic de la llengua catalana als diaris, a la ràdio, a la televisió, a l'escola, a la universitat. Feia gairebé un quart de segle que s'havia acabat la guerra i el règim escampava la frase "25 anys de pau". En aquestes circumstàncies l'Església catòlica, la seva jerarquia, donava suport incondicional al règim. Només una part del clergat i alguns ordes religiosos expressaven, privadament, una opinió contrària. El cardenal Vidal i Barraquer i el canonge Carles Cardó havien mort a l'exili.

L'abat Escarré havia nascut a l'Arboç del Penedès l'any 1908, el seu pare era un modest propietari rural, fundador d'una cooperativa de consum i allunyat de l'Església, contràriament la seva mare, creient i practicant. Ambdós varen condicionar la persona del seu fill: religiós i servidor del seu poble. A l'edat de 15 anys va ingressar al monestir de Montserrat. La seva vida va seguir els

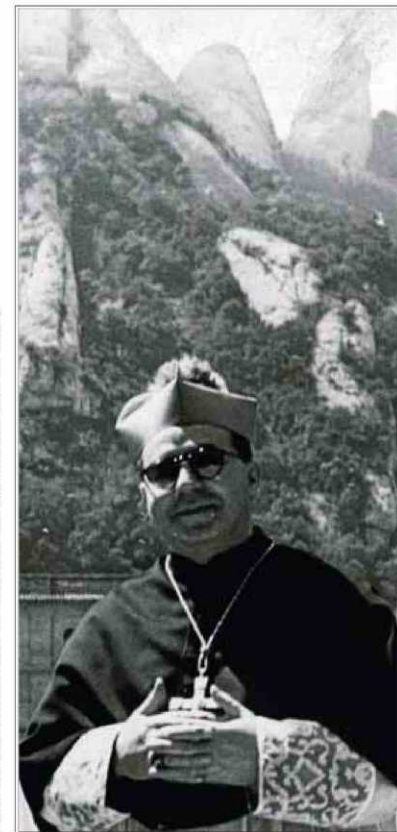
esdeveniments de la comunitat montserratina i del país. Allunyat durant la guerra, hi va retornar l'any 1939 i fou nomenat prior. Set anys més tard, a la mort de l'abat Marcet va ser elegit abat titular de Montserrat.

Durant el seu mandat el monestir va dur a terme actuacions que el volien acostar a la realitat del nostre país: promoció d'artistes en l'embelliment del santuari, continuar la publicació de la Bíblia en català, seguida de la dels Evangelis en edició de butxaca, la revista *Serra d'Or*. L'any 1956, amb motiu de l'aniversari de la coronació de la imatge, es publicà la *Corona literària*, obra de poetes catalans, els de l'interior i els de l'exili.

L'any 1958, el dia 8 de desembre, l'abat Escarré contestava públicament unes manifestacions del governador civil de Barcelona, fetes dies abans, i en les quals atacava les associacions religioses perquè, deia, protegien les persones que s'oposaven al franquisme. Els mitjans de comunicació, censurats, callaven, les paraules del pare abat circulaven en fulls mecanografiats i ciclostilats que començaven: "El pare abat ha dit..." i acabaven amb l'habitual: "Feune còpies".

L'any 1961 fou nomenat un abat coadjutor a Montserrat que s'encarregaria del govern del monestir. L'abat Escarré, que era l'abat de Montserrat, va visitar Jordi Pujol a la presó de Torrero, a Saragossa, on complia condemna pels fets del Palau de la Música Catalana. La nit de Nadal del 1962 en l'homilia es va referir i va denunciar la realitat dels presos polítics a l'Estat espanyol.

Manent afirma, al documental *Ciutadà Escarré, Pabat de Catalunya*, que al novembre de 1963 va arribar el moment que Benet va convèncer-lo per fer unes declaracions a la premsa de condemna del règim. "El que calia era trobar un bon entrevistador. José-Antonio Novais era un gran periodista i treballava per al diari de més prestigi a França", explica Manent. Novais



El mes de novembre següent recordo la notícia que es va comentar una tarda a l'empresa on jo treballava: el diari *Le Monde* havia publicat les declaracions de l'abat Escarré en les quals criticava el règim. Els exemplars havien estat recollits als quioscs on habitualment es trobava.

Pocs dies després el text de les declaracions començava a circular en fulls clandestins, les autoritats del règim replicaren barroerament, en concret l'abat del Valle de los Caídos i el setmanari *El Español* del Ministeri d'Informació i Turisme, el ministre: Manuel Fraga.

Un mes més tard el Casal de Montser-

va consultar-ho amb la seu central del diari a París i, després de rebre'n l'autorització, Benet i Manent s'encarregaren de conduir-lo fins a Montserrat en absolut secret. El cert és que aquell dia, segons comenta Manent al documental, "l'abat Escarré no es trobava gaire bé, però estava madur pel que anava a fer". En principi no li deixaven fer declaracions escrites o amb



"No tenim darrere nostre 25 anys de pau —com deia la propaganda franquista— sinó 25 anys de victòria", va dir

d'esquerres i catalanistes. El monestir de Montserrat no n'era cap excepció. Aquesta permissivitat es donava en un context d'obertura també provinent del Vaticà: el papa Joan XXIII acabava de fer pública l'encíclica *Pacem in Terris*, que avalava, per part de l'Església catòlica, el respecte dels drets humans i la defensa dels sistemes polítics democràtics.



Funeral d'Escarré, mort el 21 d'octubre del 1968, a Sant Pere de les Puel·les. A baix, portada de "Solidaridad Nacional". ARXIU



rat, seu d'associacions montserratines i d'agrupaments d'escoltisme, era assaltat i incendiat el 21 de desembre. Els autors deixaren la seva signatura: "España. Una bandera, una patria, una lengua". El pare abat visità el casal uns dies després, la policia no trobà mai els autors.

El mes de març del 1965 l'abat Escarré es veia obligat a allunyar-se de Montserrat i de Catalunya, les gestions del govern franquista amb la complicitat de la jerarquia de l'Església havien obtingut el que volien. En un convent prop de Milà, Viboldone, va viure els darrers anys

de la seva vida. Les autoritats eclesiàstiques el desposseïren del títol d'abat de Montserrat. Va tornar a Barcelona per morir-hi sis anys després, el 21 d'octubre de 1968.

L'acomiadament de les seves despulles a Sarrí, abans de ser traslladat a Montserrat, va ser una manifestació multitudinària de suport a la persona de l'abat Escarré. El dia abans uns petits fulls ciclostilats afirmaven: "Fou expulsat per defensar el poble. El poble demà l'acompanyarà."

Joan Vallvé i Ribera
 Exconseller de la Generalitat

Una relació contradictòria amb Franco

Aureli Maria Escarré i Jané (l'Arboç, 1908-Barcelona, 1968), fill d'un pare amb idees d'esquerres i una mare de missa diària, va convertir-se en monjo a l'abadia de Montserrat el

1923. Durant la guerra, el jove sacerdot, amb 28 anys, va fugir a Itàlia en vaixell protegit per la Generalitat de Catalunya i després a va tornar a Espanya dins del bàndol franquista. Per a

ell, Franco representava el 1939 un retorn a l'ordre i la tradició catòlica. Escarré va intentar tenir una bona relació amb Franco i el dictador fins i tot va ser rebut amb honors a Montserrat.

qüestionari de caire polític. Tots dos es van tancar en una habitació del monestir. Estava a punt de començar l'entrevista... quan de sobte l'abat Escarré va començar a parlar i parlar, "com una metralladora" i sense deixar fer-se preguntes, va dir tot el que s'havia guardat durant anys. Va estar mitja hora explicant la seva visió del país. Novais ho apuntava tot en una llibreta. Sorprès. Astorat. Al·lucinant. Segons Benet i Manent, en sortir de la trobada amb l'abat, el periodista hispanofrancès feia uns ulls d'esperitat i d'incrèdul. No s'ho devia creure. Després de la trobada, Novais va exclamar: "Va llançar!"

Les declaracions, a la llibreta de Novais, estaven desordenades i sense preguntes. Aleshores, segons Manent, un grup de monjos de Montserrat, Benet i Manent es van seure amb el periodista per concretar i matisar tot el que tenia apuntat. Van establir fins i tot un ordre de preguntes i de respostes tot i que no existia. Després van donar un estil periodístic a les digressions d'Escarré. La feina era delicada. Segons Manent, els monjos "es veien molt preocupats". No hi havia marge per a l'error.

Cacera franquista contra l'abat

Després de la publicació de l'entrevista el règim va iniciar una campanya de desprestigi cap a l'abat de Montserrat tant a l'interior –a través de la premsa afil al règim– com cap a l'estranger –sobretot demanant explicacions al Vaticà–. Finalment el 1965 va haver de sortir de Catalunya cap a Itàlia. La Secretaria d'Estat del Vaticà va convidar, segons consta en una carta del mateix Escarré, que deixés "una temporada Catalunya degut a la pressió exercida pel govern de Franco a la Santa Seu". Escarré va reivindicar en els seus anys de reclusió al monestir de Viboldone (Lombardia) que aquella indicació va ser "l'única i autèntica causa del meu allunyament" de Montserrat.

La tasca política i cultural d'Escarré contrària al règim franquista no va començar ni acabar amb l'entrevista a *Le Monde* de 1963. A finals dels anys 40 va apostar per organitzar una cerimònia de l'entronització de la Mare de Déu de Montserrat, sota l'auspici de la Comissió Abat Oliba, i allò va ser considerat dècades després com un dels primers i pocs actes d'afirmació nacional catalanista de la postguerra. Sota la seva direcció, l'Abadia de Montserrat va tirar endavant revistes escrites en català en ple franquisme com ara *Germinàbit* o la mítica *Serra d'Or*.

Anys després de la seva mort, Aureli Argemí, el seu secretari en els darrers anys de vida de l'abat, va fundar el Centre Internacional Escarré per a les Minories Ètniques (Ciemen) amb l'objectiu de fomentar la comprensió i acceptació de les anomenades minories ètniques i de totes les nacions en general a l'Europa actual. Avui dia el Ciemen continua la feina. ■



Escarré va acceptar l'entrevista i va començar a parlar "com una metralladora" sense deixar-se fer preguntes



Franco va reaccionar expulsant-lo de Catalunya i va haver de viure els seus darrers anys al nord d'Itàlia

18 PRESENCIA
10-11-2013

COMUNICACIÓ

Periodistes que treballen per a periodistes

L'Agència Catalana de Notícies, Premi Nacional de Comunicació en la categoria de mitjà de proximitat, es reivindica com una estructura d'estat dins l'espai comunicatiu català

LES XIFRES

61 persones
és el nombre de la plantilla actual

27 periodistes
multimèdia a les comarques catalanes

23 periodistes
a Barcelona i àrea metropolitana

3 corresponsals
a Londres, Brussel·les i Madrid

8 persones
d'administració, comercial, secretaria i direcció

GEMMA BUSQUETS

● Fa catorze anys, quan va néixer l'Agència Catalana de Notícies (ACN), a les redaccions de diaris, ràdios i televisions hi havia més bobines de teletips i faxos que ordinadors connectats a internet, una xarxa que no era com la coneixem ara. En aquest context –amb unes rutines periodístiques que ja han quedat obsoletes– i impulsada pel periodista i actual alcalde de Girona, Carles Puigdemont, es va concebre l'ACN –www.acn.cat–. La base original d'aquesta agència de notícies i el seu fet diferencial va ser la implantació al territori i una aposta clara per la informació comarcal; dos conceptes que les altres agències de notícies d'arrel espanyola no cuidaven.

L'any passat, l'ACN va viure un procés complicat per a qualsevol empresa: una reestructuració i un redimensionament arran de les retallades als mitjans de comunicació –és de titularitat pública– que va comportar l'acomiadament de set treballadors i una reducció del 25% del pressupost que el govern destina a l'agència. Un cop finalitzat, l'ACN –guardonada fa poc amb el Premi Nacional de Comunicació a la categoria de mitjà de proximitat– ha volgut entrar en una nova etapa aprofundint en aquest origen territorial. "Fruit de la crisi que afecta el país i el sector de la comunicació, als mitjans públics i privats, l'ACN s'ha vist obligada a fer una reestructuració en dos sentits: reducció de la despesa i reordenació dels recursos humans però per implantar-se encara més al territori", explica el director de l'ACN des del 2011, Joan Maria Clavaguera. L'objectiu és "ser sostenible i estar encara més ben implantat en el territori". En aquesta línia, s'ha apostat per desplegar periodistes en zones que l'agència de notícies no cobria in situ. S'ha destinat un redactor al Garraf-Penedès, al Vallès Occidental, a l'Alt Empordà-Rosselló i a l'Alt Urgell-Cerdanya. La reestructuració es va fer amb l'objectiu d'intentar afectar al menys possible "la fàbrica de notícies", destaca Joan

Maria Clavaguera, que insisteix que no es pot empetir més la plantilla actual. "Som el mitjà més ben implantat en tot el territori català", assenyala Clavaguera. En total són 27 redactors a comarques, 23 redactors a la seu de Barcelona i 3 corresponsals –a Madrid, Londres i Brussel·les–.

PERIODISTA MULTIMÈDIA

Una altra de les característiques d'origen de l'ACN, a banda de la informació territorial, va ser l'aposta per l'ús de les noves tecnologies, que aleshores encara tenien un ús incipient. No només va ser visionari des del punt de vista conceptual –una agència digital nascuda en època predigital– sinó també pel perfil de periodista que cobria el territori: un professional multimèdia, capaç de redactar les notícies, fer-ne les fotografies, enregistrar-ne vídeos i recollir les declaracions d'àudio dels protagonistes; servint així a la diferent tipologia de mitjans, des de diaris, ràdios i teles, que en són els seus clients. "Som l'única redacció que té periodistes multimèdia", assenyala Clavaguera, que en destaca l'agilitat extraordinària per servir als altres mitjans. I és que els periodistes que treballen a les agències són molts cops els que piquen primer la pedra per als col·legues.

Després d'un any difícil, l'Agència Catalana de Notícies té vocació d'estructura d'estat dins l'espai comunicatiu català. "La nostra finalitat és ser una eina d'utilitat per als mitjans de comunicació del país; des d'aquesta perspectiva ens considerem una estructura d'estat com ho poden ser Catalunya Ràdio o TV3." I en aquest context, Joan Maria Clavaguera interpreta el reconeixement amb el premi en la categoria de proximitat: "Hem contribuït a crear i consolidar l'espai català de comunicació."

NOTORIETAT

Agències de notícies com Reuters, Europa Press, Efe, Associated Press, són empreses de comunicació conegudes entre els periodistes, però el ciutadà poca cosa en sap més enllà del nom. "Si féssim una enquesta ciutadana sobre el grau de notorietat de l'Agència Catalana de Notícies tindriem una sorpresa; perquè ha augmentat i molt en els últims temps", destaca Clavaguera. En els últims mesos, l'ACN ha demostrat ser una marca informativa prou reconeguda reivindicant aquesta estructura d'es-





Des de fa tres anys, un servei en anglès

El Catalan News Agency (CNA) és un servei en llengua anglesa de l'Agència Catalana de Notícies que es va posar en marxa fa tres anys amb l'objectiu d'explicar Catalunya al món i de fer entendre la realitat catalana a través d'ofe-

rir notícies dels fets més rellevants. "És una eina cada cop més valuosa", destaca el director, Joan Maria Clavaguera, que en ressalta el creixement exponencial quant a nombre d'usuaris, entre els quals hi ha opinadors

internacionals però també mitjans de comunicació. En el context polític actual del país aquest servei esdevé "vital" ja que els mitjans estrangers no han de recórrer a la premsa de Madrid per saber què passa aquí.

mantenen, ja que els dos mitjans tenen la informació de proximitat com a capçalera. "En el moment que les administracions implicades ho considerin oportú, estarem disposats a iniciar el procés", explica Joan Maria Clavaguera.

INTERNET: ALIAT O ENEMIC?

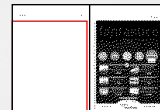
L'ACN ha crescut a mesura que creixia internet com a fenomen. Fa deu anys hi havia una gran incertesa sobre el futur de les agències per l'impacte d'internet, però internet el que ha fet ha estat donar més força i facilitar que els continguts d'agència circulin. Però a més d'internet, el factor clau és també la crisi econòmica. En aquest context d'aprofitament de recursos i austeritat, els mitjans són menys reticents a usar els serveis d'agència i els han prestigiats. El redimensionament de l'ACN ha afectat la producció de notícies, quant a volum, però en canvi, s'ha mantingut el consum de notícies, per part dels clients de l'agència. "Tot i reduir les notícies, els mitjans utilitzen molt més les nostres informacions", remarca.

rat, tal com assegura el seu director, Joan Maria Clavaguera. "Hem sigut capaços de trobar arreu d'Europa mandataris europeus que s'han pronunciat sobre el procés sobiranista de Catalunya", explica. És el cas de l'entrevista que Albert Segura, corresponsal de l'ACN a Brussel·les, també d'El Punt Avui, va realitzar al primer ministre letó, durant la qual es mostrava favorable a donar suport a la independència de Catalunya si aquesta és legítima. Són exclusives que han contribuït a la notorie-

tat "exponencial" de l'agència.

Emmarcat en els canvis dels últims mesos, la seu de l'Agència Catalana de Notícies es va traslladar, a finals d'octubre, de la Via Diagonal al recinte de La Maternitat de Barcelona, seu històrica dels mitjans de la Diputació de Barcelona (l'antiga COM Ràdio i la XAL que des de fa un any s'engloben dins la marca de La Xarxa). D'aquesta manera, els dos mitjans aposten per confluïr i aprofitar sinergies, en un futur, fruit del conveni de col·laboració que

La redacció de l'Agència Catalana de Notícies des de fa poc és a La Maternitat (actual seu de la Xarxa) de Barcelona. ORIOL DURAN



INCORPORACIONES A ABC

Fichaje de Landaluze, Hughes e Iturriaga

ABC, nuevo a los 110 años

Nació con espíritu rompedor, por el afán y el empeño de don Torcuato Luca de Tena, que hace 110 años quiso renovar el panorama editorial español, y sigue adelante con una inquietud que, junto a sus señas de identidad, permanece intacta. ABC no se detiene. Las mejores firmas del periodismo español han tenido y tienen su sitio en nuestro periódico, cuyo patrimonio informativo

–siempre actualizado, más aún en una Redacción que nunca cierra en internet– no solo es histórico. Del desenfado y las exclusivas que agitan la crónica social al rigor que demanda el análisis de los mercados, ABC refuerza su posición con el fichaje de Emilia Landaluze (Gentestilo) y José Ramón Iturriaga (Economía), dos profesionales de reconocido prestigio en campos muy distintos de la información, pero unidos por la exigencia. A Deportes se incorpora Hughes, columnista todoterreno que se pone al frente de una Liga de fútbol concebida para la polémica, pero también abierta a la reflexión más aguda y serena.

Gentestilo

Emilia Landaluze

Especializada en la crónica social, género al que aporta la experiencia y el conocimiento acumulados desde que comenzó a trabajar en medios escritos –de «Expansión» a «Actualidad Económica», pasando por «La Otra Crónica» de «El Mundo», su anterior destino–, Landaluze es autora de varios libros, entre los que destaca la biografía de Jacobo Fitz-James Stuart, XVII Duque de Alba

Deportes

Hughes

Economista de formación, Francisco Santos comienza a firmar artículos en 2012, cuando debutó en «La Gaceta». Tras incorporarse a ABC como columnista de las páginas de Televisión, Hughes no ha tardado en dar muestras de su versatilidad para adaptarse a nuevos registros informativos y hacerse cargo de las crónicas deportivas de la Liga de fútbol, a la que hoy vuelve a lanzar su personal mirada

Economía

José Ramón Iturriaga

Socio de Abante Asesores y gestor de fondos con una amplia trayectoria, Iturriaga es colaborador habitual de «La brújula» de Onda Cero y ha sido autor del blog «El quinto en discordia», página en internet que acaba de cerrar para trasladarla, como columna semanal, a las páginas de Economía de ABC. Desde mañana, los mercados serán el argumento principal de un profesional de la inversión y el riesgo



MATIAS NIETO



JOSÉ RAMÓN LADRA



ISABEL PERMUY



La esencia del periodismo

POR BIEITO RUBIDO DIRECTOR DE ABC

Los valores del periodismo auténtico son universales y permanecen en el tiempo aunque podamos envolverlos en el papel de parafina del progreso tecnológico. Avance que, no cabe duda, nos amplía públicos, nos obliga a más, pero que en absoluto cuestiona ni aún menos altera la médula del oficio

La esencia del periodismo es contar buenas historias, que sean verdaderas y que estén bien escritas. Era así antes, lo sigue siendo ahora, lo será en el futuro, al margen del soporte en el que depositemos esos relatos, del formato en el que los presentemos. Los valores del periodismo auténtico son universales y permanecen en el tiempo aunque podamos envolverlos en el papel de parafina del progreso tecnológico. Avance que, no cabe duda, nos amplía públicos, nos regala oportunidades creativas, nos obliga a más, pero que en absoluto cuestiona ni aún menos altera la médula del oficio.

El buen periodismo se afana y empeña en contar historias distintas, que diferencien el periódico de uno mismo de los de la competencia. Que le impriman personalidad y coherencia. Que lo conviertan en único, imprescindible: en el Periódico. Con agenda propia cierta, de la que nazcan informaciones auténticas, rigurosas, fieles a la realidad. Y que dé gusto leerlas. En ninguna otra profesión, como decía Pulitzer, el arte de la escritura es más importante que en la del periodista. Esa escritura debe exhibir claridad, concisión, orden, precisión, rigor y contundencia. Además, para ser, las noticias tienen que demostrarse pertinentes. Nada más trascendente en periodismo que el sentido de la oportunidad. Y, finalmente, deben contar con el atractivo suficiente como para ser relatos que capten el interés.

Que sobresalgan entre el bombardeo de estímulos sensoriales de cada momento y merezcan el tiempo del lector.

Pretender ahora que las nuevas tecnologías van a terminar matando al periódico de papel, como en su día auguró Philip Meyer, quien fijaba la venta del último diario impreso en 2043, es aventurar en exceso. Otras profecías similares fracasaron. Por ejemplo, la muerte de la radio. A lo largo de la Historia, unos y otros soportes se han complementado, pero todos han mantenido siempre como denominador común y condición de su supervivencia el ofrecer el relato de hechos ciertos que interesan al público, así como la contribución al fortalecimiento de la opinión pública en espacios de libertad.

El valor de la marca

Los diarios acaparan todavía hoy en España la centralidad del debate social. Constituyen una obra intelectual que ordena, jerarquiza, filtra, valora y transmite el acontecer de una jornada a través de un buen y determinado número de páginas. Quienes hemos escrito en rotativos locales sabemos que un periódico es una mirada diaria a la ciudad, a la calle y a sus viandantes. Un periódico nacional, por su parte, implica subirse a un balcón y, asomado desde esa ata-

ABC
1903-2013
110
AÑOS

laya, ver y mostrar el mundo y tu país a través de los valores que ese mismo medio defiende. El alma de un periódico reside en su sentido moral y ético, y lo definen los principios que defiende, que de una u otra manera tenderán siempre a la mejora social y al bien común.

En el mundo del que formamos parte, donde la industria de las noticias y el desarrollo tecnológico multiplican audiencias y nos sitúan en cruces de caminos e inflexiones de la Historia, las marcas, es decir las cabeceras, van a jugar un papel determinante. Cada vez de forma más consciente, el lector, el ciudadano, querrá informarse a través de aquellos medios cuya cabecera represente los atribu-

tos que más le atraen, o con los que mejor se identifica. El consumidor de noticias exige calidad, originalidad y, sobre todo, compromiso ético.

Al diario ABC, como tantas veces he escrito y dicho, lo singularizan y avalan sus 110 años, su trayectoria y su compromiso con los valores fundacionales. Se encuentran perfectamente sintetizados en la defensa de una democracia culta, justa, libre y consciente de sí misma, donde los ciudadanos no puedan ser obviados ni tampoco eludir ellos sus responsabilidades. Un instrumento más, pero indispensable, de servicio público. Una institución al servicio de la sociedad moderna, activa, comprometida, autónoma, crítica, unida, constructiva y positiva, en la que querremos seguir desarrollándonos y a la que queremos





Los periódicos van a seguir existiendo, al margen del formato en el que se materialicen: papel, tabletas, teléfonos móviles u ordenadores

M. NIETO/E. AGUDO

ayudar a crecer, enriquecerse y madurar.

No me cabe duda, por tanto, de que los periódicos van a seguir existiendo, al margen del formato en el que se materialicen, se distribuyan y lleguen a las personas: papel, tabletas, teléfonos móviles, ordenadores o cualquier otro tipo de soporte en el que el lector pueda obtener información. Lo trascendente será lo que contemos. Es decir, el periodismo que hagamos.

Los periodistas trabajamos sometidos a un alto grado de improvisación. Manejamos una materia prima que es caótica: la actualidad. Nunca sabemos cuándo un maremoto arrasará un país, cuándo una tormenta empujará un petrolero contra las rocas,

«El alma de un periódico reside en su sentido moral y ético»

«Los diarios acaparan aún hoy en España la centralidad del debate»

«Cada vez que veo a alguien leyendo un periódico reconozco a una persona inquieta»

cuándo una persona perderá el juicio y cometerá un crimen o cuándo determinado político arrojará la toalla. Ese caos, aderezado con miles y miles de informaciones diarias que no dejan de brotar, es sistematizado, evaluado, seleccionado, priorizado, depurado y resumido todos los días por una redacción para sacar adelante, en un número determinado -siempre escaso- de páginas, el diálogo de una sociedad convertido en periódico.

Todos los tiempos son el mejor de los tiempos para sus contemporáneos. Creemos siempre vivir la principal época de la Historia. Nos ha tocado un período apasionante. Seguramente en los próximos años cambiarán muchas cosas. Sobre todo en la tecnología. Pero seguirá habiendo verdades inmutables: el valor de la vida, el preciado bien de la libertad.

El prodigio del periodismo, como bien nos explicó Gabriel Albiac, no está en lo que sucedió ante nuestros ojos, está en saber contarlo. Eso es el buen periodismo. Por su parte Camus, nos recuerda que cada generación se cree destinada a rehacer el mundo, pero sólo se puede hacer desde la doble apuesta de verdad y libertad. Eso también es periodismo. Más allá de los ordenadores, las máquinas de escribir o las viejas estilográficas.

Anthony Giddens y Will Hutton, en su diálogo titulado «En el Límite», aseguran que

nada ha cambiado en la naturaleza de las personas. Seguimos emocionándonos, sufriendo y alegrándonos igual que hace miles de años. Poseemos la misma ternura que espigaba la piel a las madres romanas. El hombre continúa siendo lo más terrible para el hombre que declamaban los coros de Sófocles. El periodismo es el eco de esa condición humana capaz de lo mejor y de lo peor.

Obra intelectual

Cada vez que veo a alguien leyendo un periódico, reconozco a una persona inquieta, preocupada por la vida, por él y por sus seres queridos, por su país, por el porvenir, por la humanidad. Cuando esa persona se asoma al mundo a través del ventanal de su periódico, encuentra a diario una descripción de la realidad y del instante. Por eso, los periódicos están colmados de tormentas, odios, crisis, amores, éxitos, fracasos, tensiones, acuerdos, intrigas, encrucijadas, victorias, avances, descubrimientos, tropiezos... y tantos otros acontecimientos que el complejo quehacer de las personas es capaz de generar. Y también por eso, los periódicos deben ser polémicos, descriptivos, analíticos, críticos, socarrones, satíricos, incisivos, divertidos... e inteligentes. Por fortuna, su carácter seguirá siendo necesariamente así. Dependerá del talento y las ganas de quienes cada mañana estamos obligados a volver a levantar de forma estructurada esa obra intelectual llamada periódico.



JM NIETO



La esencia del periodismo Las bazas de ABC

Principios, pensamiento

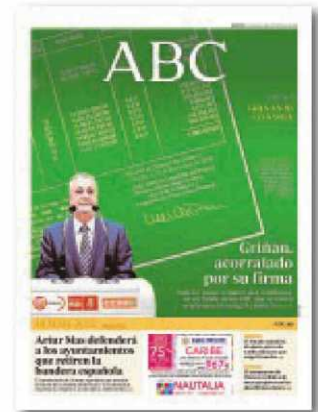
Desde los días de su fundador, ABC siempre ha estado en la vanguardia tecnológica, pero sabiendo que lo vital son los principios y las informaciones veraces, interesantes y bien contadas



Principios
ABC fue pionero, hace tres años, en el debate de la regeneración



Anticipación
Veinte meses después, sabemos que esta portada no fue exagerada



Denuncia
ABC destacó el mayor escándalo de corrupción de la historia española

Las tecnologías pasan. Los principios son lo que sustentan a un diario en el largo plazo. Al final, un periódico es una idea. ABC se ha caracterizado desde sus orígenes por la innovación tecnológica, y sigue haciéndolo. Torcuato Luca de Tena, el fundador de ABC, fue un moderno absoluto. Publicó en 1912 la primera fotografía en color en España, en la revista «Blanco y Negro». ABC fue el primer diario que publicó una fotografía aérea, que incorporó la infografía, el huecograbado, la distribución por avión, las crónicas transmitidas por teléfono y contó siempre con las rotativas más avanzadas.

Hoy ABC sigue en la vanguardia. En el siglo XXI el decano de la prensa nacional ofrece sus contenidos en diversas plataformas: papel, web en abierto, aplicación para el móvil, aplicación nativa para los tablet, edición del periódico enriquecida para los tablet (Kiosko y Más) y una nueva oferta única en el mercado, ABC 20, que compila lo mejor del periódico del día para ofrecerlo por vía multisorte. Hace ya tiempo que ABC ha mudado su aspecto, pero sin perder nunca su corazón.

El soporte importa, por supuesto, pero si este periódico está celebrando su 110 aniversario es porque es fiel a sus principios y a sus lectores.

Las 7 bases del periodismo, según Guillermo Luca de Tena

I Ser fiel a sus propias ideas, tanto en los buenos tiempos como en los malos, con valentía y lealtad

católica, que es la que profesan el 70% de los españoles. ABC antepone sus principios a las simpatías partidistas. Aunque el Partido Popular coincide con muchos de los valores que ABC propugna desde antes de la existencia de esa formación, el periódico no renuncia a la crítica y a la discrepancia. Por ejemplo, ABC ha sido muy exigente estos últimos meses con los silencios del Gobierno ante el desafío secesionista, o esta misma semana ha censurado en sus piezas editoriales sendas actuaciones de los ministros Wert y De Guindos. El periódico ha mantenido también una amplia campaña de denuncia de la corrupción política, abriendo un debate a fondo a favor de la regeneración democrática, que ha sido una de sus banderas sostenidas en el tiempo.

Anticipación

En un tiempo en que la información fluye en tiempo real, ya no basta con contar lo que sucedió ayer, ni siquiera basta con contar lo que está pasando. Los lectores demandan anticipación, pistas, señales de futuro. ABC lo intenta cada día. Fue, por ejemplo, el primer periódico que alertó del envite que estaba gestando el separatismo catalán. Una portada titulada «Cataluña, tenemos un problema» fue en su día muy criticada por la izquierda en las redes sociales. Hoy es simplemente un ejemplo de periodismo de anticipación. ABC alertó también en su día

de los riesgos de la política económica de Zapatero y de la ineficacia del modelo educativo español.

Denuncia

La información exclusiva es una de las señas de un gran diario. ABC cuenta cada día a sus lectores al menos una docena de historias propias, algunas de gran relieve. Ha sido, por ejemplo, el periódico que destacó el escándalo de los ERE, o el que reabrió el debate sobre Gibraltar, y el que con varios documentos exclusivos se atrevió a desvelar la inconsistencia de las acusaciones de Bárcenas. Sus trabajos de investigación cuentan a veces con eco internacional. ABC se convirtió en el periódico de referencia en Venezuela en los últimos días de Chávez, al ofrecer la información más fiable sobre su situación. Pero en ABC la denuncia periodística topa con dos límites: la verdad y la intromisión en el honor de las personas. Cada día nuestro periódico renuncia a publicar historias llamativas, porque no las tenemos suficientemente contrastadas o porque nos ofrecen dudas. Asumimos la pérdida de espectacularidad en favor del rigor. El premio es que a diferencia de otros medios, que una y otra vez se ven obligados a desmentir lo que ayer vendieron como una gran exclusiva, ABC se caracteriza por ser un medio fiable.

Pensamiento

Una redacción no es más que una gran habitación llena de talento. Los periódicos son las únicas organizaciones periodísticas que conservan redacciones nutridas, en las que to-



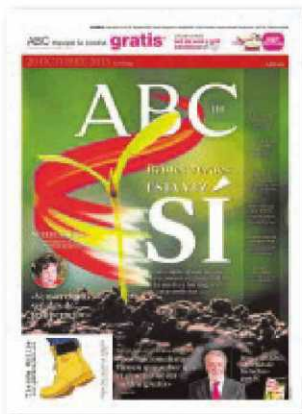
-JM NIETO

Principios

ABC defiende unos valores que comparte una amplia mayoría de la sociedad española. Un ideario moderado liberal conservador, que aboga por la convivencia y la estabilidad. ABC está por la unidad de España, amenazada estos días; la democracia parlamentaria; la economía de libre mercado, limitando en lo posible la intrusión abusiva del Estado; la monarquía constitucional y la fe que nos une, la religión



y rigor: ABC



Responsabilidad
Ante quienes pedían el rescate, ABC confió en las reformas



Rigor
ABC desmontó con pruebas el intento de chantaje al Gobierno

avía hay tiempo para buscar historias y verificarlas y para la reflexión. La sección de Opinión de ABC está reconocida, incluso por quienes no comparten nuestro ideario, como la mejor de la prensa española, por la cantidad, variedad y prestigio de sus firmas. Además, ABC cuenta con la atalaya para el ensayo más prestigiosa y acrisolada de nuestro entorno, su Tercera, en la que han publicado los más relevantes pensadores españoles, de todas las orientaciones. Pero ABC no solo cultiva el pensamiento en su sección de Opinión y en sus tribunas y tertulias. El diario aborda grandes temas a fondo, auspiciando debates, sirve de foro para el análisis. Por poner un ejemplo reciente, nuestros lectores han aplaudido el estudio en profundidad que hemos ofrecido sobre el declive intelectual de la izquierda; o nuestros trabajos sobre el valor cultural y económico del español; o sobre la regeneración democrática; o el estudio a pie de campo sobre los efectos que ha tenido la ruptura de Checoslovaquia que publicábamos el pasado domingo. ABC es un diario que piensa y al que sus lectores ayudan a pensar cada día con sus críticas y sugerencias.

Rigor

El grito se ha apoderado del periodismo español, excesivamente hiperbólico. Dos ejemplos ilustran la propensión al tremendismo y al amarillismo de algunos de nuestros colegas: el empecinamiento de algunos medios en señalar que España estaba abocada a un rescate y la dramatización del caso Bárcenas, al calor del cual llegó a hablarse de una caída inminente del actual Gobierno. ABC mantuvo la cabe-

za fría en medio de la polvareda mediática y el tiempo le ha dado la razón. El caso Bárcenas se ha ido diluyendo y las buenas noticias económicas han sustituido a la palabra rescate. Las gafas para ver bien la realidad se llaman... rigor.

Solo periodismo, y periodismo español

Solo periodismo, y periodismo español. La compañía editora de ABC se dedica solo al periodismo y es un grupo de comunicación cien por cien español. Vocento, que defiende por tanto los intereses de España. Eso, que parece algo tan básico, constituye una rareza en el panorama mediático actual. Actores en nuestro periodismo están en realidad participados por empresas de comunicación foráneas. Su peaje es que a veces se convierten en palancas para el «lobbismo», para los negocios de sus matrices en intereses ajenos a la prensa. ABC solo hace periodismo, sin caretas. Periodismo hecho por españoles para españoles, porque determinado compromiso ético solo se explica desde el enraizamiento en la sociedad en la que ese periodismo se ejerce.

Estilo

Estilo. ABC mantiene desde su fundación el gusto por la buena prosa. Tiene a gala que muchas veces logra ofrecer a sus lectores algunos de los mejores textos que pueden encontrarse en la prensa en castellano. El amor por el gran estilo es otra señal del diario, sea en la web, en el papel o hasta en las aplicaciones móviles. El soporte se cambia fácilmente. Pero las esencias no, y son lo que prevalece.

En todos los soportes

Papel

ABC está de moda en el quiosco. No deja de acortar distancias a sus competidores: en septiembre, le separaban solo 22.762 ejemplares de «El Mundo», la menor cifra en ocho años, según datos certificados por OJD.



Web

El portal de noticias que más crece en audiencia y contenido es también el de ABC. En septiembre, ABC.es ganó 821.000 nuevos lectores y acumula una subida anual del 22%, frente al 12,8% de «El Mundo» o el 2,1%, de «El País».

Móvil

En cualquier momento o en cualquier lugar: basta descargarse la renovada aplicación de ABC para smartphone y seguir toda la información al momento en el formato más cómodo. Y gratis.



ABC en 20

El punto de encuentro entre el periódico en papel y el móvil se llama «ABC en 20». Se trata de una aplicación única en el mercado que permite disfrutar en el smartphone de las veinte



noticias principales publicadas en ABC edición impresa. Las firmas del periódico, sus editoriales, informaciones exclusivas, galerías de fotos... en un formato específicamente pensado para ser leído en la pequeña pantalla del teléfono.

Tablet

ABC dispone también de una aplicación desarrollada para iPad y demás tipos de tablet. Totalmente gratuita y basada en una confortable navegación táctil, basta bajársela para acceder a toda la actualidad e interactuar con ella.



Kiosko y Más

Antes de medianoche, los lectores pueden disfrutar ya en su tablet, y en versión enriquecida, del ABC del día siguiente. El diario impreso está disponible en su dispositivo digital por una ventajosa suscripción.



El pájaro en la ventana



IGNACIO CAMACHO Exdirector de ABC

No es el periodismo lo que está en crisis, sino su modelo industrial. Lo esencial es el contenido, no el soporte

Un periódico es un pájaro que canta en la ventana de la libertad. Un relato de la actualidad iluminado por una visión intelectual y moral del mundo, sostenido por un proyecto industrial y ordenado por una sintaxis técnica. La sintaxis puede cambiar según el soporte tecnológico, y ha cambiado de hecho, y de manera vertiginosa, al compás de la revolución de las comunicaciones; lo que no puede alterarse es el relato porque se trata del alma del periodismo. Información veraz y opinión independiente, esa es la esencia. Lo demás, el vehículo, la tecnología, el método, resulta aleatorio. Contingente.

A finales del siglo XX y comienzos del XXI la mayoría de las empresas periodísticas, influidas por el discurso novelero de ciertos gurús de la sociedad de la información, tomaron una decisión equivocada. Fascinados por la irrupción de internet, los editores resolvieron entregar gratis en la red los contenidos de la prensa en papel creyendo que la rápida creación de audiencias masivas atraería, como en la televisión, un ingente caudal publicitario. La idea no funcionó pero tuvo un efecto demolidor al crear una cultura universal de la gratuidad que desposeyó a los periódicos convencionales de gran parte de su valor añadido. Acostumbró al público a no pagar por contenidos que, ob-

viamente, podía leer sin hacerlo. Ese error partía además de una visión apocalíptica típica de la posmodernidad: determinar de modo tan arbitrario como categórico que el papel era el pasado e internet el futuro.

La prensa despreció su historia, su tradición, su cultura y, lo que es más grave, su principal fortaleza; de forma irreflexiva, cegada por la posibilidad de reducir o suprimir los costes de impresión y distribución, se aplicó a la deconstrucción de sí misma. Y lo hizo sin definir un modelo alternativo; el fracaso del negocio en la red produjo un enorme vacío que al coincidir con la devastadora recesión económica adelgazó hasta extremos alarmantes sus masas críticas. Simplemente, se pinchó la burbuja.

Pero no es el periodismo lo que está en crisis, sino su modelo industrial. El canto del pájaro de la prensa sigue siendo imprescindible en la sociedad democrática como régimen de opinión pública; los periódicos son, como escribió Arthur Miller, las voces de las naciones libres que saben hablar consigo mismas. Lo que anda en cuestión es el canal por el que esas voces circulan, y existe el grave peligro de volver a incurrir, bajo el ruido distorsionador de la fascinación tecnológica, en una nueva equi-

II
Centrar los contenidos informativos en los intereses específicos de los lectores en general y no de ningún grupo en particular

vocación irreversible: la de confundir los moldes de la información con su estructura nuclear.

En el periodismo lo esencial es el contenido, no sus soportes. Sólo hay un periodismo, el que hacen periodistas

solventes con preparación específica para acceder a los hechos, transmitirlos e interpretarlos según un método crítico y unas reglas éticas. En papel, en internet, en grafeno llegado el caso. Cada soporte determina su propia sintaxis, que es la forma de ordenar el relato, pero sólo existe un relato. Y confundir el relato con el soporte, o convertir el soporte en el relato mismo llevando hasta el paroxismo la síntesis de MacLuhan, supone un error de proporciones catastróficas que puede disolver el periodismo en una gigantesca confusión retroalimentada por la ausencia de un modelo de negocio claro.

La prensa contemporánea resulta necesariamente multidisciplinar, polifacética, heterogénea en sus modalidades expresivas. Hay un orden interpretativo y jerárquico en el papel, una actualización versátil y rápida en internet, una condensación sintética en los dispositivos móviles, y habrá más variantes a medida que avance el imparable desarrollo de la tecnología. Pero el periodismo es de los periodistas y de los periódicos, y es el prestigio de las marcas y de los proyectos intelectuales el que consolida la única fórmula de supervivencia. El debate sobre dónde se leen las noticias y los artículos forma parte una artificial controversia posmoderna, por lo demás llena de predicciones fallidas. Aún se publicará en papel la esquila del fracaso de ciertas profecías aventureristas.



JIM NIETO



La esencia del periodismo Entrevista

«Sin un contenido de calidad no eres nada en la era digital»

EMILIO GARCÍA-RUIZ. Editor-jefe de «The Washington Post»

Hijo de emigrantes españoles, creció leyendo la edición internacional de ABC. Hoy forma parte del «núcleo duro» del nuevo Post de Jeff Bezos



EMILI J. BLASCO
CORRESPONSAL EN WASHINGTON

El mundo del periodismo espera con gran interés las ideas que a «The Washington Post» puede aportar su nuevo propietario, Jeff Bezos, creador de Amazon y una de las personas que mejor ha entendido las potencialidades comerciales de internet. En la sala de máquinas de la renovación digital del Post está Emilio García-Ruiz, nombrado hace unos meses editor jefe («managing editor») del periódico. Hijo de españoles emigrados a Washington, García-Ruiz creció en la capital estadounidense leyendo la edición internacional de ABC, que llegaba a su casa cada semana. Lleva varias décadas en el Post. Ha sido jefe de deportes y de local y ahora está ocupado en hallar la manera de hacer rentable de nuevo el negocio de producir noticias de calidad en la era de internet. Ya tienen planes, pero advierte que Bezos no ha llegado con ninguna varita mágica.

—«The Washington Post» ha ganado en su historia 47 Premios Pulitzer. ¿Cómo lo ha logrado?

—Son varias cosas. Siempre hemos tenido la habilidad de contratar los mejores periodistas del país. Hemos podido dedicar el dinero necesario para eso y además hemos tenido el prestigio —al menos en los últimos cuarenta años, desde el Watergate— requerido para atraer a esas personas. Así que siempre hemos contado con una redacción de mucho talento, y gente con mucho talento hace un trabajo muy bueno. Eso nos ha ayudado a competir con el «New York Times» en la obtención de los Premios Pulitzer. Además, muchas noticias importantes salen de Washington y, como estamos aquí, esas noticias importantes del

país son parte de nuestra sangre. Un periódico de Chicago puede ser fenomenal, pero cuando habla de cosas locales habla de Chicago. Para nosotros lo local es el presidente, que vive aquí. —¿Cómo se consigue seguir ofreciendo calidad en un momento de gran consumo de noticias rápidas?

—Nadie viene al «Washington Post» para trabajar en tonterías. La gente que viene aquí viene para ganar el Pulitzer, o al menos eso es lo que intentamos todos nosotros. El primer lunes de abril, cuando se anuncian los Pulitzer, nos levantamos muy intranquilos: si no ganamos, quedamos destrozados; si ganamos, ha sido un buen año. Siempre hemos tenido el deseo de ser los mejores del país. Eso no cambia aunque te corten el número de pe-



Nuevo propietario
«Bezos no llega al Post con una varita mágica, no vamos a solucionar los problemas de los periódicos de todo el mundo»

Múltiples formatos
«Ahora tenemos varios sitios para contar las historias. Pero la exigencia no cambia»

riodistas o el de fotógrafos, aunque la empresa pierda dinero. Nunca rebajamos esa exigencia. Lo que tenemos ahora son varias formas nuevas para contar nuestras historias, pero el nivel de las historias que intentamos contar no ha cambiado nada. El contenido sigue siendo lo más importante. Aquí, en mi equipo del Post, todos te dirán mismo: sin un contenido de calidad no eres nada. Puedes hacer lo que hace el «Huffington Post» o los agregadores de noticias, pero la única forma de tener una audiencia en tu web por la que los anunciantes paguen es hacer artículos de peso.

—Uno de los hábitos que crea internet es la preferencia por textos cortos. Pero el Post sigue incluyendo también artículos muy largos.

—Ahora la tecnología permite saber cuántos artículos se leen y cuánto tiempo pasa la gente leyéndolos. Las estadísticas no siempre dicen que un artículo de quinientas palabras va a tener más éxito que uno de veinte mil. En ocasiones sucede al contrario. De hecho varios artículos especialmente largos son los que más tráfico han generado en nuestra web. La gente que viene cada día a Washingtonpost.com no es la misma que va al «Huffington Post» y sitios similares. Nuestros artículos que se ven en Facebook y en Twitter son puestos por lectores nuestros para compartirlos con unos amigos a los que también les interesa esos artículos largos e importantes. En el ámbito digital esta-

mos buscando lo que siempre hemos buscado.

—Todo el sector está mirando al Post. ¿Qué planes trae Bezos?

—Tenemos planes y se van a ver en los próximos tres o cuatro meses. Pero no vamos a hablar públicamente de ellos, porque sería dar pistas a nuestra competencia. De todos modos, no hay una varita mágica. No vamos a solucionar los problemas de todos los periódicos de todo el mundo en los próximos tres meses. Lo que vamos a hacer es intentar mejorar la situación del «Washington Post» y si conectamos con cosas que puedan ayudar al sector entero, mejor. La ejecución de los planes será de forma progresiva y para la próxima primavera se habrán visto ya algunos cambios importantes.

—¿Ha tocado suelo la crisis que afecta a los medios de comunicación escritos?

—La crisis nunca se va a acabar para nuestro sector. No creo que veamos un final de la presente crisis que afecta a los periódicos; al menos yo no la veré en mi vida. Hemos entrado en una época en la que debemos trabajar muy fuerte para ganar cada persona que viene a ver nuestro contenido. Tenemos que pelear absolutamente por todas las personas. Nunca volveremos a lo que era antes. Lo que ha dicho nuestro nuevo dueño es que nos va a dar margen, durante un tiempo, para intentar varias cosas. Pero todo pasa por saber dar grandes noticias. Tenemos la presión de destacar en el próximo par de años. Las presidenciales de 2016 van a ser una cosa





enorme en este país: Hillary Clinton contra el superviviente de una primaria republicana que tendrá sangre por todas partes, va a ser una historia fenomenal para todo el mundo. Nosotros tenemos que estar listos para ganar esa historia en este país.

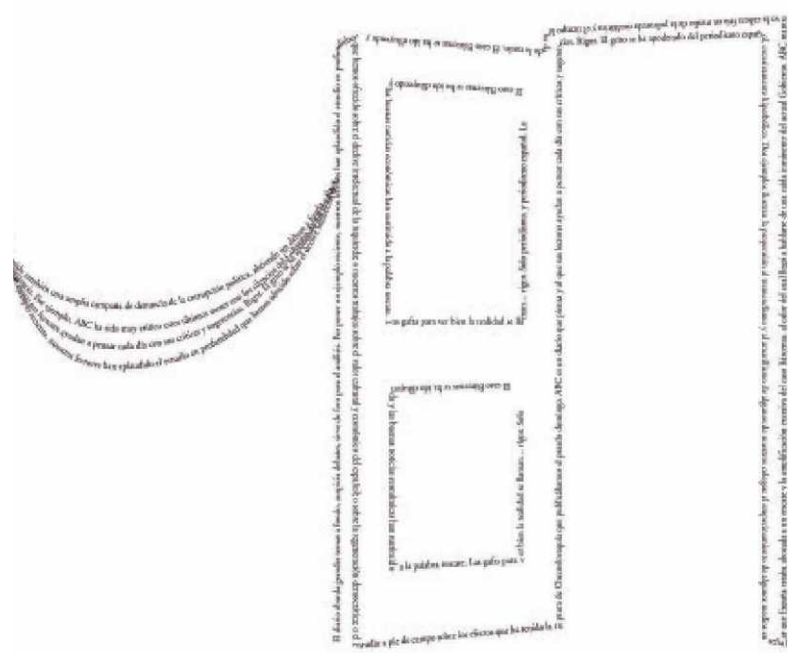
—Hace unos meses el Post comenzó a cobrar a quienes en la web leen más de un determinado número de artículos. ¿Está funcionando bien la instalación de ese muro?

—Hemos alcanzado nuestros objetivos, pero no eran muy altos, porque no esperamos que el muro digital nos dé el dinero que antes obteníamos con la venta del periódico en papel. Primero pensábamos que lo que los anunciantes pagaban en el pasado por las versiones impresas fácilmente lo pagarían también en la web. Pero eso no ha sido así, ni tampoco lo que pagaban los suscriptores del papel se puede trasladar a internet. No es tan fácil. La solución pasa por sacar un poco de dinero de aquí y otro poco de allí, sumando otras fuentes de ingresos, como la organización de conferencias u otras actividades.

—El Post ha estado muchos años ligado a una familia, como es el caso de ABC. ¿Cómo se ha visto dentro el cambio de propiedad?

—La familia ha tenido un gran papel, ha sido una inspiración para todos en la compañía. Aunque ahora tenemos un nuevo dueño fenomenal, para nosotros los Graham siempre tendrán un pedazo de esta empresa. Todo lo que hicieron fue positivo. Estamos convencidos de que la única razón que tuvo Don Graham para vender este periódico fue que de verdad creyó que lo había intentado todo y que lo único que podía hacer ya era dar a otra persona la oportunidad de atacar el problema económico.

III
Desarrollar un auténtico periodismo de servicios que responda a las necesidades cotidianas





Un medio de comunicación sin periodistas no existe



POR GUY SORMAN

En el laberinto de la comunicación, la única innovación sustancial fue y sigue siendo la del periodismo

La Red no sustituye al papel; se añade a él como la radio se añadió a la televisión o el teléfono al telegrama. Ya en Roma, los escritos de Cicerón coexistían con los grafitis en las paredes de los edículos llamados Vespasianas. Todo cambia y nada cambia: el deseo de comunicar y de manifestar un punto de vista u opinión siempre ha cohabitado con las formas más ilustradas del pensamiento y del comentario; la actualidad siempre ha apasionado a la humanidad, pero también los chismes, las habladurías, las calumnias y la excitación de las pasiones individuales y colectivas. Lo que no cambia es lo relativo a la naturaleza humana, pero lo que cambia sin cesar son los circuitos que ésta se esfuerza por emprender e inventar. A las tablillas de cera del filósofo romano les sucedieron las páginas de opinión de los grandes medios de comunicación contemporáneos, y después, las redes sociales en Internet han universalizado el arte del grafiti.

En el laberinto de la comunicación, la única innovación sustancial, de carácter no técnico y pocas veces sub-

rayada, fue, y sigue siendo, la invención del periodismo profesional. Antes la comunicación pertenecía a los hacedores de opinión, a los creadores de escándalos, a los aficionados a los sucesos, a los novelistas y a los propagandistas.

Si el periodismo surge como una función diferente es porque la época lo permitía y lo exigía. El telégrafo permitió que la información se pudiese comunicar en tiempo real. La idea de que existían unas realidades objetivas, dignas de ser analizadas, clasificadas, explicadas, jerarquizadas y significantes revolucionó el mundo de la comunicación porque todo el pensamiento occidental estaba buscando entonces esa objetividad.

Pero ¿qué es la objetividad en las ciencias humanas? Una búsqueda más que una certeza. El periodismo, a este respecto, pertenece a las ciencias humanas con sus mismas incertidumbres, balbuceos, hipótesis aleatorias y búsquedas de métodos siempre más rigurosos. Al igual que los primeros sociólogos y psicólogos fueron unos autodidactas más o menos intuitivos, persuasivos o sagaces, los primeros periodistas profesionales inventaron su propia profesión. Tanto para el reportero autodidacta y curioso como para el analista de altos vuelos, la voluntad de escribir o de contar «la historia inmediata», fue desde el principio, y sigue siendo, una pasión común. ¿Se puede aprender y canalizar esta pasión? El que se pueda aprender el periodismo es un invento muy reciente; las primeras escuelas de periodismo aparecieron en EE.UU. y en Europa después de la Segunda Guerra Mundial.

Lo que el periodismo profesional, a pesar de sus avances hacia la objetividad, no ha superado del todo, es la subjetividad. Esta se manifiesta en la selección de los hechos que se van a elevar, arbitrariamente, por convención o por costumbre, a la categoría de acontecimiento. La subjetividad se revela también en el ángulo del tratamiento y la distinción compleja entre el acontecimiento considerado como tal y su interpretación ideológica. Parece difícil superar totalmente la subjetividad, pero es posible clasificar, que es lo que hacen los medios de co-

municación consolidados, mediante la distinción entre los hechos y la opinión, y su presentación clara en un espectro ideológico conocido por el lector: «Le Monde» en París, «The New York Times» y «Asahi Shimbun» en Tokio son de «izquierdas»; ABC en Madrid, «The Wall Street Journal» y «Le Figaro» en París muestran su pertenencia a la derecha liberal.

Periodistas vs «grafiteros»

Esta búsqueda de la objetividad y de la comunicación por parte de las grandes marcas de la prensa escrita o audiovisual introduce una distinción radical con los medios de comunicación sociales y otros blogs: una vez más, acordémonos de Cicerón y de los «grafiteros». El grafitero, hoy día en Twitter en Occidente o en Weibo en China, no pretende contar objetivamente una historia objetiva sino que nos habla de él, lo que es legítimo, o nos da su interpretación de un hecho o de un rumor cuya fuente es casi siempre un medio de comunicación clásico. El grafitero no crea información; la recicla, la tritura, la sega. La gran paradoja de estas comunicaciones en Internet, que por lo general son anónimas, como lo eran los grafiteros romanos, es que no podrían existir en los medios clásicos.

Si dejamos a un lado todo lo que en la Red está relacionado con el comercio puro y la exposición narcisista, difícilmente encontramos en ella una información cuya fuente no sea estrictamente periodística: los medios clásicos son el oxígeno de los medios electrónicos. Entre estos medios electrónicos, ¿aparecerán algunos vinculados al periodismo profesional? Por el momento, hay pocos.

El periodismo profesional, al igual que la justificación de un titular de prensa, exige recorrer un largo camino que ningún sitio web del mundo ha recorrido todavía. Si, por ventura, algunos sitios web llegan un día al umbral de la legitimidad y del reconocimiento, tendrán que someterse a las mismas disciplinas a la hora de redactar que las de los medios de comunicación clásicos. El periodismo que pertenece a la categoría de las ciencias humanas nunca podrá escapar a este rigor; escribir la historia inmediata, que es la máxima ambición del periodismo profesional, excluye el charlatanismo y los atajos. No es el medio de comunicación el que hace al periodista, sino que es el periodista el que otorga o no al soporte su legitimidad como medio de comunicación.

IV
Ayudar a los lectores a enfrentarse con los problemas de cada día para convertirse en algo esencial para su vida diaria



UN MANIFIESTO POR EL PERIODISMO DE CALIDAD



POR DAVID RANDALL

«Hay que dejar de obsesionarse por los medios de distribución. No me importa que mis artículos lleguen a la gente en papel, en una pantalla o por teléfono»

Últimamente, he estado reuniendo material para un libro sobre la historia de los periódicos, y si algo he aprendido es que nunca faltan directores que te dicen que el periodismo está en crisis. ¿La invención del teléfono? Un desastre. ¿Periódicos de consumo masivo con fotografías? Una calamidad. ¿La radio y la televisión? El fin de la alfabetización tal y como la conocemos. Nada de esto resulta nunca tan fatídico como afirman los pesimistas, pero eso no impide que se considere que la última amenaza es mortal. Y eso es lo que ocurre ahora con internet. Es posible que sea una bendición para los pornógrafos, los jugadores y los que envían mensajes estúpidos, pero –se lamentan– acabará con el periodismo de calidad.

Pues bien, hace 21 años que se creó el primer sitio web y parece que hay más periodismo de calidad que nunca. Puede que esté en un sitio diferente –ya no se limita a los periódicos y a las emisoras serias– pero gran parte es gratuito y se puede acceder a él desde prácticamente cualquier aparato, excepto la nevera (aunque sin duda eso llegará). Entonces, ¿cuál es el problema? ¿Por qué las caras de preocupación?

Hay dos razones. Internet se ha apoderado de parte de los ingresos por publicidad de los periódicos y ha dado a los lectores una fuente alternativa de noticias que son gratuitas. El periodismo de calidad exige personas cualificadas, y no son baratas; pero se decidió coger el trabajo caro que realizan y darlo gratis, con la esperanza de vender publicidad a cambio. Esto ha creado una generación de personas que piensan que el periodismo de calidad

gratuito es una especie de derecho humano. Y los ingresos de la publicidad en internet no cubren ni por asomo los costes de la recopilación de noticias.

Podrían pensar que el daño causado al modelo de negocio de los periódicos no es preocupante. Pero lo es. Un menor número de lectores y una cantidad menor de publicidad significan que los ingresos disminuyen, y eso ha llevado a enormes reducciones de personal. Esto tiene su importancia. Para redactar una crónica fidedigna y detallada de 1.500 palabras sobre el hundimiento del barco italiano Costa Concordia menos de tres horas después de que se produjera la noticia (la clase de trabajo que hacía hasta hace poco) no hace falta ser un genio, pero exige mucha experiencia. Y la clase de investigación metódica que realizaron, mes tras mes, en Londres «The Guardian» y «The Independent» sobre los peores excesos de los periódicos de Rupert Murdoch exige no solo profesionalismo, sino también una buena plantilla.

El hecho de reducir el número de periodistas disminuye el nivel de la cobertura de las noticias y el control a los poderosos. Si esto fuera así, entonces la propia democracia se verá afectada. Después de todo, ¿a quién podrán recurrir entonces los votantes para recibir información? ¿Las páginas web del Gobierno? ¿El personal de relaciones públicas de los bancos? ¿Los políticos? ¿Llenarán este vacío los periodistas ciudadanos? Son buenos para informar sobre campos especializados, o in situ cuando surge una noticia importante, pero a menudo tienen un interés creado y casi nunca informan a tiempo completo. Los sitios web especializados emplean a periodistas, pero todavía resulta imposible imaginarse una editora que solo funcione en internet y que disponga de los recursos para cubrir noticias nacionales e internacionales. Por eso creo que la salvación del periodismo de calidad depende de la reforma de los periódicos históricos. Esta es mi postura.

Hay que ejercer presión para que las emisoras nacionales como la BBC dejen de crear sitios web de noticias que, a todos los efectos, son periódicos gratuitos subvencionados por el Estado. Nos tenemos que meter en nuestras duras cabezas que no hay nada en la nueva tecnología que sea intrínsecamente contrario a las virtudes tradicionales del periodismo. Hay que aprender las lecciones de internet: los lectores quieren un medio de comunicación que sea menos arrogante, que esté más dispuesto a mostrar su funcionamiento y a publicar el material de las fuentes, y que sea menos propenso a los delirios de infalibilidad. Hay que dejar de obsesionarse por los medios de distribución. No me importa que mis artículos lleguen a la gente en un papel, en una pantalla, en un teléfono o por transmisión del pensamiento.

Si el periodismo de calidad muere, no será por asesinato, sino por suicidio.

Periodista británico, ha trabajado en «The Observer» y «The Independent» y es autor de «El periodista universal»

II
Siempre
a detectar
los y las
tendencias de la
practicando
verdadero
ismo de
ción





EL COMPROMISO DE ABC CON ESPAÑA

ABC siempre ha optado por mantener el respeto a la verdad y a sus lectores, de los que bien conoce su alto nivel de exigencia con la lealtad a los valores fundacionales de nuestro periódico

LAS nuevas tecnologías de la comunicación gobiernan actualmente todo tipo de relación humana. El trabajo, el ocio, la economía, la educación y la seguridad se gestionan con dispositivos cada día más sofisticados, que aumentan las posibilidades del desarrollo individual y colectivo en las sociedades modernas, tanto como los riesgos de caer en la deshumanización de la vida cotidiana. La prensa no ha quedado al margen del proceso tecnológico general, que ya es evidente en la confección, la distribución y el acceso a los contenidos informativos. Las oportunidades técnicas de los ciudadanos para adquirir información son, en la actualidad, prácticamente ilimitadas. Sin embargo, la tecnología no es un fin en sí mismo. No lo es, sin duda, para ABC, el periódico que representa en la historia del periodismo escrito español el vanguardismo profesional desde su nacimiento mismo. Fue el primer medio en incluir el color en sus fotografías y el huecograbado; en recibir crónicas de nuestros corresponsales por vía telefónica; y en distribuir sus ejemplares por transporte aéreo. Pero esta apuesta genética de ABC por el uso de las últimas tecnologías -reflejada actualmente en el periódico digital a través de Kiosko y Más, con la nueva oferta de «ABC 20» para móviles-, nunca se ha antepuesto a la

conservación de la excelencia periodística en los contenidos informativos, en la veracidad de sus crónicas, en la selección de los articulistas y en el rigor de su línea editorial.

Allí donde otros anuncian lo que luego no dan, o prometen lo que no cumplen, dejando entre medias un reguero de escándalos sin más objetivo que aumentar las ventas a toda costa, ABC siempre ha optado por mantener el respeto a la verdad y a sus lectores, de los que bien conocemos su alto nivel de exigencia con la lealtad a los valores fundacionales de nuestro periódico. Sería una impostura despreciar la importancia de cuantos leen ABC, pero el número nunca ha sido la prioridad de este periódico, sino la autenticidad de su oferta informativa y editorial. Autenticidad no sólo en sus directrices editoriales, que nunca nos cansaremos de recordar que son la lealtad a la Corona, la defensa de la unidad de España, la adhesión a la democracia parlamentaria, la identificación con el moderantismo liberal conservador y el reconocimiento de los valores cristianos como los más idóneos para la construcción de la sociedad. Autenticidad también en la transparencia de nuestros intereses, fortalecida por una propiedad editorial exclusivamente española; y en la autonomía frente a grupos de presión, partidos políticos y sectores económicos, por deber imperativo de nuestra historia, fraguada en la lucha por la libertad de información frente a la República y el franquismo, y de lo que Su Majestad la Reina Doña Sofía calificó, en la última edición de los Premios Mariano de Cavia, como nuestra «entrega a España». Compromisos en los que de nuevo, hoy, nos ratificamos.



El fundido de Canal 9

Alberto Fabra clausura la Radiotelevisión Valenciana y echa a la calle a más de 1.600 trabajadores después de que durante dos décadas RTVV fuera el plató de escándalos sexuales, despilfarro y manipulación informativa para beneficiar al PP valenciano

Por JOSEP TORRENT / FERRAN BONO

Los últimos años, con el PP al frente del gobierno autonómico, han sido muy intensos informativamente. El sistema financiero valenciano ha desaparecido del mapa, cuando hasta hace nada sus dos cajas de ahorro, Bancaja y Caja Mediterráneo (CAM), ocupaban la tercera y cuarta posición en la clasificación de entidades de ahorro españolas, y el Banco de Valencia, símbolo de una burguesía ilustrada, tuvo que ser vendido por un euro a La Caixa. El miércoles pasado, el juez de la Audiencia Nacional, Javier Gómez Bermúdez, ordenaba la detención de cinco directivos de la extinta CAM, ahora en manos del Banco de Sabadell, y un día después enviaba a prisión a dos de sus máximos responsables.

Al mismo tiempo que la justicia detenía por primera vez a unos banqueros de la Comunidad Valenciana, el presidente de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, anunciaba el cierre de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) tras conocer la sentencia del Tribunal Superior de Justicia valenciano que declaraba nulo el Expediente de Regulación de Empleo (ERE) por el que habían sido despedidos más de 1.000 trabajadores. Fabra explicó que la clausura era innegociable porque no disponía de 40 millones para hacer frente a las nóminas de los periodistas readmitidos (millones que había solicitado al ministro de Hacienda Cristóbal Montoro y que este le había negado) y porque no iba a cerrar "un colegio o un hospital para mantener RTVV", en una curiosa confrontación de derechos, que pocos políticos de su nivel se hubieran atrevido a hacer, y con escaso respeto a la realidad. Antes de clausurar RTVV, Fabra ya había ordenado el cierre de escuelas rurales y había paralizado durante dos años la construcción de hospitales.

La valenciana fue la primera autonomía que se quedó sin un sistema financiero propio y la primera que ha decidido cerrar una televisión pública en un territorio con lengua cooficial, dejando en la calle a 1.600 trabajadores. A cambio, mantiene el aeropuerto sin aviones de Castellón; un edificio de Santiago Calatrava, conocido como el Ágora, que costó 100 millones de euros en el que una vez al año se celebra un torneo de tenis de la serie Masters 500 y, eventualmente, la semana de la moda de Valencia; la Ciudad de la Luz en Alicante, unos estudios cinematográficos que costaron 270 millones que ahora permanecen cerrados y por los que la Unión Europea reclama a la Generalitat que haga frente a una sanción de 265 millones por subvenciones concedidas de forma irregular. Y, para rematar, el esqueleto del nuevo estadio del Valencia CF, todo un paradigma del estallido de la burbuja inmobiliaria. Eduardo Zaplana, el primer presidente del PP, soñó con una autonomía que fuera la vanguardia de muchas cosas. Nunca debió de pensar que lo sería en despilfarro, corrupción y desempleo.

¿En qué momento se fastidió la Televisión Valenciana? La emisora ya nació con algunos problemas. Antes de su puesta en marcha en octubre de 1989, Alfonso Guerra, por entonces vicepresidente del Gobierno de Felipe González, ya había mostrado sus recelos sobre la misma: "¿Una televisión para que salga un Juan [Lerma] cualquiera?". Pero Canal 9 arrancó. Con una plantilla ajustada, si bien el director general de la época, Amadeu Fabregat, ya intuía lo que iba a pasar. "Se hará grande", dijo antes

de empezar tan siquiera las emisiones. Y tan grande. Con Eduardo Zaplana se llegaron a los 1.496 empleados y con Francisco Camps se batieron todos los récords: 1.820 trabajadores.

La etapa de Fabregat tampoco estuvo exenta de tensiones. Censuró el uso de 593 palabras en valenciano, pese a lo cual la derecha le acusaba de "catalanista" y partidista, y la izquierda de no cumplir los objetivos de la ley de creación y de ser una cadena al servicio del Consell. Un cierto oficialismo ya tuvo; pero comparado con lo que llegó después, sus informativos podría haber pasado por un modelo de pluralismo y profesionalidad. Fabregat, sin embargo, liquidó el equipo directivo de

Ràdio 9. Demasiado catalanista e izquierdista para su gusto. Durante la etapa socialista, Canal 9 llegó a tener más del 20% de la audiencia en la Comunidad Valenciana. Las televisiones privadas estaban arrancando y las TDT ni se esperaban.

Y en eso llegó Eduardo Zaplana. En su primer viaje como presidente de la Generalitat a Bruselas hizo toda una declaración de principios: "Canal 9 es el último bastión de los socialistas". Cómo liquidarlo estaba claro. Propuso a un diputado del PP, José Vicente Villacusa, sin ninguna experiencia en medios de comunicación como jefe de informativos. El escándalo le obligó a retirar la propuesta. Pero aquello solo fue un paréntesis. Zaplana iba lanza-

do. El primer director general que nombró, Juan José Bayona, le duró un suspiro, apenas nueve meses. Recuperó a Villacusa para el cargo de director general y dio su golpe de mano al colocar en la dirección de Canal 9 a Jesús Sánchez Carrascosa, que había sido su jefe de campaña y su jefe de gabinete. Zaplana creó escuela. Los futuros directores generales de RTVV y de su cadena televisiva, hasta la llegada de Rosa Vidal, fueron siempre personas muy cercanas a la órbita de la presidencia de la Generalitat. Carrascosa fue sustituido por Genoveva Reig, jefa de prensa de Zaplana en Benidorm y su directora de comunicación en la Generalitat. Cuando llegó Francisco Camps colocó a Pedro García, que





había sido su jefe de campaña y su responsable de comunicación en el Consell, amén de persona de confianza de los principales responsables de la trama Gürtel. Tanto que, durante un registro del despacho de Francisco Correa, apareció una nota que decía: "Pedro quiere ser director general de Canal 9". Dicho y hecho. Tras García, Camps colocó al frente de RTVV al periodista José López Jaraba.

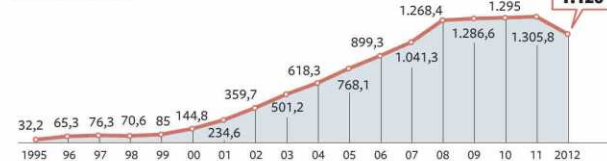
Hasta Burjassot, donde la televisión tiene sus estudios centrales, llegó la manipulación más descarada, el despilfarro, la corrupción y los escándalos sexuales. Una lista de las trapacerías cometidas en los últimos 18 años desde la televisión valenciana daría para varios volúmenes. Carrascosa puso en antena un programa que definiría por muchos años su programación. Estrenó *Tómbola*. La telebasura arraigó en Canal 9. El espacio de couteillos fue el estandarte de la cadena. Dinero a espuestas para sus protagonistas —Jesús Mariñas, uno de los contertulios habituales, reconoció recientemente que cobraba 3.000 euros brutos por programa—, escándalos y audiencia garantizada.

Carrascosa no tenía escrúpulos con tal de conseguir el mayor número de espectadores. En uno de sus programas, *El jutí d'Alcàsser*, sobre el asesinato de las tres niñas de esta localidad valenciana, intentó retransmitir en directo el proceso a Miguel Ricart, uno de los asesinos, y al no conseguirlo contrató a amigos, conocidos

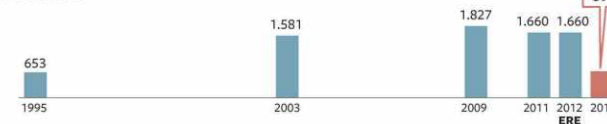
Las cifras de RTVV

■ DEUDA

En millones de euros

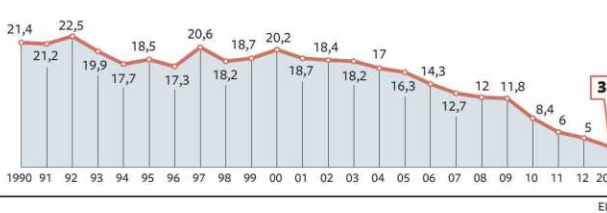


■ PLANTILLA



■ AUDIENCIA

En %



y saludados de este que pasaron por el programa. También participaban el padre de una de las niñas y un presunto periodista. Todos cobraban. Y cuanto más salidas de tono fueran sus afirmaciones, más cobraban. Al final, la Guardia Civil, los forenses y el fiscal del caso denunciaron al programa y a los colaboradores por calumnias con publicidad. La sentencia condenó a RTVV a pagar 430.000 euros como responsable civil subsidiaria.

La cadena valenciana se convirtió en una casa de acogida para famosas con apuros económicos o necesitadas de mantenerse en el candelerero. Barbará Rey presentó un programa de cocina titulado *En casa de Bárbara* en el que lo más llamativo eran los problemas de la actriz para seguir los consejos culinarios del experto que explicaba cómo condimentar los platos. La modelo Mar Flores también tuvo su propio espacio, *La música es la pista*. La música, claro, era en castellano como todo el programa, en una cadena cuyo principal objetivo, por ley, era la promoción del valenciano y la industria audiovisual.

Hasta hace bien poco el lema de Canal 9 podría haber sido perfectamente una expresión valenciana: *Serà per diners?* (¿será por dinero?) El despilfarro era absoluto. Se subvencionaron sin tasa los equipos de fútbol de la Comunidad Valenciana, se pagó lo que no está en los escritos por la retransmisión de las carreras de Fórmula 1, se mandaron equipos de televisión a los confines del mun-

Eduardo Zaplana propuso a un diputado del PP como jefe de informativos. Luego lo nombró director general

Camps puso al frente del canal a Pedro García, su jefe de campaña y jefe de Comunicación en el Gobierno autónomo

do para que Francisco Camps pudiera lucir palmito. El derroche fue continuo y las sospechas sobre el uso fraudulento del dinero crecieron. Canal 9 nunca ha explicado por qué compró los derechos de emisión de los partidos de fútbol de los equipos valencianos de primera y segunda división durante las temporadas 2003-2008 por 459 millones y los vendió por 299 a una televisión privada provocando un quebranto de 160 millones a las arcas públicas.

El colmo del desbarre profesional y empresarial fue la compra a Bernie Ecclestone de los derechos de retransmisión de las carreras de F-1 para la Comunidad Valenciana, cuando se televisaban por Tele 5. TVV pagó 22 millones por las imágenes de Fernando Alonso a bordo de su Ferrari. Se podría pensar que, como en TV3, las retransmisiones se hacían en valenciano. Pero no. El responsable de la narración era un periodista argentino, Víctor Seara, quien firmó un contrato en 2010 por el que percibía 120.000 euros al año por la locución de los grandes premios y un programa de motor que realizó entre los meses de enero y marzo. La última directora general de RTVV, Rosa Vidal, lo denunció por no justificar gastos por valor de 18.000 euros.

La lista de despilfarros es tan larga como nulas las responsabilidades políticas asumidas por la gestión de RTVV. Los presidentes de la Generalitat del PP viajaban con sus periodistas de confianza del ente televisivo. Tanto daba que su asistencia fuera a una final de la Champions, como Eduardo Zaplana que acudió a Milán a pre-



La policía impide el viernes a los trabajadores de la televisión valenciana el paso al Palacio de la Generalitat. Foto: Tania Castro.

Viene de la **página anterior**

senciar el Bayern-Valencia, o que se tratara de un costosísimo directo de Francisco Camps en una visita a la Amazonas brasileña, coincidiendo en la época en que el presidente de la Generalitat viajaba al extranjero más que nunca, una vez había sido imputado en el llamado caso de los trajes.

Tampoco importó, ya con el agua de la crisis al cuello, favorecer a las dos adjudicatarias de las únicas TDT de ámbito autonómico, Las Provincias TV (del grupo Vocento) y Popular TV (de la Cope), en el pago del canon por el uso del multiplex de RTVV. Según el vocal del consejo de Administración por Compromís Rafael Xambó, ambas debían pagar 1,3 millones de euros. Pero los exdirectores generales Pedro García y José López Jaraba negociaron unas condiciones, que incluían desde la condonación de la deuda a la compensación por publicidad de Canal 9 en las TDT, de audiencia residual, pasando por la cesión de derechos. Un acuerdo, según Xambó, muy gravoso para la empresa pública. Los contratos de RTVV con ambas adjudicatarias han sido entregados a la fiscalía por si detecta indicios de delito. Tras el anuncio del cierre de RTVV, Las Provincias TV y Popular TV son las únicas cadenas de televisión con idéntica implantación que Canal 9.

La obsesión del PP por controlarlo todo en la Comunidad Valenciana le llevó a protagonizar episodios que a primera vista parecían inexplicables, pero que con el tiempo han ido comprendiéndose. Episodios en los que la cadena autonómica ha sido un instrumento muy útil para según qué fines. Todavía se recuerda por alguno de sus protagonistas, no sin cierta preocupación y espanto, la escena que se desarrolló en el Palau de la Generalitat, con Francisco Camps de presidente, meses antes de la visita en 2006 de Benedicto XVI a Valencia para el Encuentro de las Familias. En un despacho del edificio gótico del siglo XV se encontraban reunidos representantes del Gobierno de Rodríguez Zapatero, del Arzobispado de Valencia y del Consell. En el orden del día, además de los temas de seguridad, la retransmisión televisiva. Los miembros del Ejecutivo socialista daban por hecho que, al tratarse de una visita de Estado, TVE sería la responsable de la emisión. Pero no. Las palabras fueron primero tensas, después desabridas y al final acabaron a gritos. La Generalitat, con el inestimable apoyo del Arzobispado, impuso que fuera Canal 9 la que se hiciera cargo de la retransmisión.

Años más tarde, en la investigación de la trama Gürtel, se descubrió que Teconsa, una constructora leonesa propiedad del empresario José Luis Ulibarri, quien había conseguido la mayoría de las licencias de TDT concedidas por Camps, se había hecho con la adjudicación de los equipos de sonorización de la visita papal. La investigación de Gürtel descubrió que RTVV había adjudicado el contrato por 7,4 millones cuando el coste no superaba los 3,2, según la contabilidad de la trama. La Audiencia Nacional investiga si Correa se quedó con 1,4 millones, Pablo Crespo con 630.000 euros y Álvaro Pérez, *El Bigotes*, y el entonces director general de RTVV, Pedro García, con medio millón cada uno. Recuérdese la nota que apareció en el despacho de Correa: "Pedro quiere ser director general de Canal 9". Y Camps le nombró.

Comprar caro productos basura ha sido una constante en RTVV. En 2011 la cadena adquirió tres documentales de marcado carácter ultra a Triskel, una productora vinculada al que había sido su director de antena Fernando López Quintela. Se acordó pagar 532.500 euros sin IVA por unos reportajes que los propios profesionales de RTVV valoraron en muchos menos. La Sindicatura de Comptes (el Tribunal de Cuentas valenciano) constató la existencia de irregularidades en la gestión de este contrato.

El cierre ordenado por Alberto Fabra y la dimisión de Rosa Vidal han provocado que estos últimos días los trabajadores que no estaban incluidos en el ERE tomaran la cadena para autogestionar el servicio público. La mayoría de los empleados

Camino de la ruina



Caras y escándalos de una televisión

1. Los cotilleos y el *famoso* de *Tómbola* plantaron la semilla de la telebasura en Canal 9 (Foto: Marcos Soria) **2.** Jesús Sánchez Carrascosa pasó de jefe de gabinete de Eduardo Zaplana a director de Canal 9 e impulsó en 1997 programas como el anterior (Foto: Manuel Brique, Efe) **3.** Con Francisco Camps, como presidente de la Generalitat, y Pedro García, como director general, RTVV alcanzó su máximo número de trabajadores, 1.827, y de deuda acumulada (Foto: Santiago Carregu) **4.** La visita del Papa Benedicto XVI en 2006 a Valencia fue aprovechada por la trama Gürtel para saquear fondos públicos de RTVV con la complicidad de García, según la instrucción (Foto: José Jordán) **5.** Genevieve Reig fue inseparable de Zaplana como su jefa de prensa en Benidorm y luego directora de Canal 9 (Foto: Mónica Torres) **6.** RTVV compró los derechos de fútbol del Valencia (Villa, en la imagen, con el logo del canal en la manga) y de otros equipos valencianos y perdió al venderlos 160 millones (Foto: José Jordán) **7.** Vicente Sanz, que fue directivo todopoderoso en RTVV, ahora espera juicio por presuntos abusos sexuales (Foto: José Jordán).



que no habían sido despedidos eran los menos conflictivos con el PP, pero la clausura de Canal 9 convirtió unos informativos siempre complacientes con el poder en unos espacios críticos. Durante mucho tiempo esos empleados aceptaron las consignas que se emitían desde los despachos de presidencia de la Generalitat como recordaba recientemente la antigua corresponsal en Madrid. Iolanda Märmol ha contado cómo en la etapa de Camps tenía prohibido nombrar a Eduardo Zaplana que por entonces era ministro de Trabajo con José María Aznar; pero antes también había sido abroncada por seleccionar unas imágenes en las que el expresidente de la Generalitat aparecía con Maruja Sánchez, la tráfuga socialista que facilitó la alcaldía de Benidorm a Zaplana.

Las informaciones sobre el caso Gürtel nunca vieron la luz en la televisión valenciana hasta que un buen día sus espectadores descubrieron que Francisco Camps acudía ante el juez para contar toda la verdad sobre los trajes que supuestamente le habían regalado. El silencio ominoso sobre la trama corrupta se extendió sobre el accidente del metro de Valencia. Las protestas de las víctimas nunca aparecieron. Solo se contó la versión oficial de que el accidente fue consecuencia del exceso de velocidad. Estos días de *primavera informativa* se ha visto a periodistas de la televisión pidiendo perdón por su dependencia de los políticos del PP.

La censura llegó a ser de tal calibre que se llegó a pedir a los responsables de un programa que no se pronunciara el nombre del país de Peter Pan, Nunca Jamás (*Mai més*, en valenciano), por su semejanza con el movimiento gallego *Nunca más*. Así se las gastaban. Algunos de estos he-

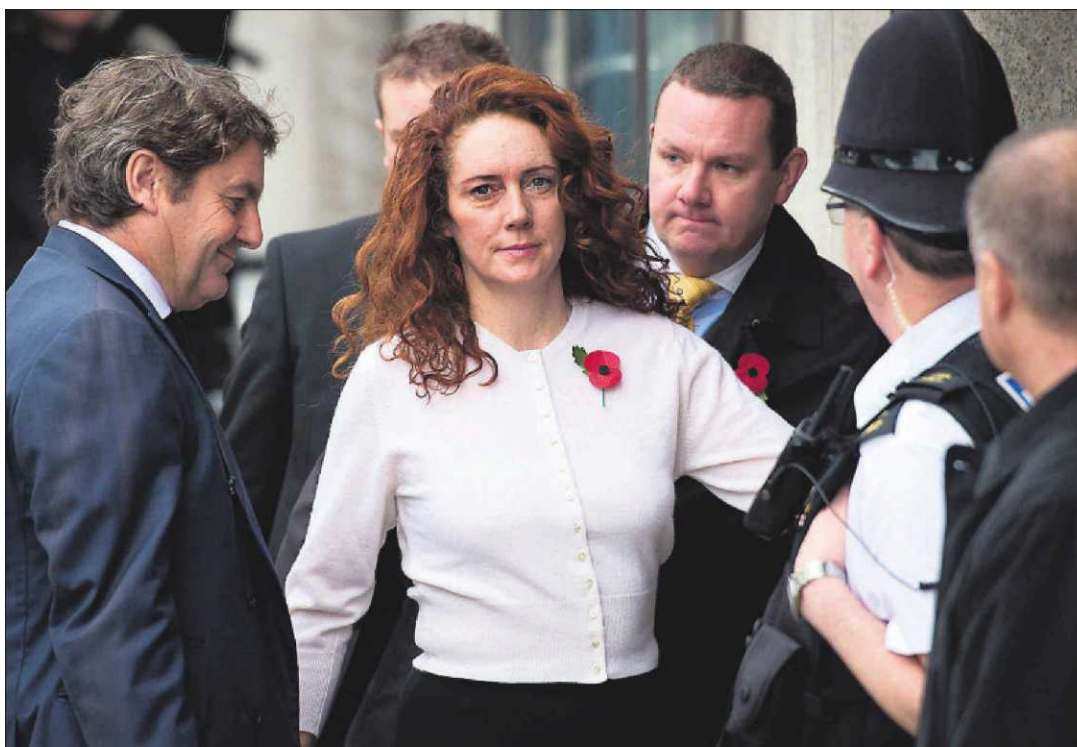
La Generalitat forzó que Canal 9 retransmitiera la llegada del Papa a Valencia, de la que sacó tajada la trama Gürtel

En la etapa de Camps los informativos no podían nombrar a su enemigo político, el ministro Zaplana

chos llegaron a trascender por la existencia del comité de redacción; pero fue por poco tiempo. Desde la Generalitat ordenaron su liquidación.

Una plantilla tan sumisa en líneas generales no se explica sin la red clientelar que se creó desde el despacho del responsable de recursos humanos primero y secretario general de la casa después. Vicente Sanz, exdirigente del PP provincial de Valencia y acusado de practicar abusos sexuales sobre tres trabajadoras de la cadena, contratada a militantes del PP, concejales, familiares de cargos públicos populares. Una red que se fue extendiendo conforme se ampliaba la plantilla, arrinconando a los profesionales de la primera etapa, a aquellos que, según Zaplana, formaban el "último bastión socialista". Sanz se encuentra a la espera de juicio.

La orden de cierre decretada por Fabra ha movilizó a sectores sociales de la Comunidad Valenciana que, mayoritariamente, habían dado la espalda a Canal 9, pero que, ahora, con esta decisión han visto la oportunidad de reclamar una televisión pública, plural, profesional, de calidad y en valenciano. Pero Fabra y su Gobierno no están dispuestos a ceder. Rádio Televisió Valenciana con todas sus sombras y sus escasas luces pronto será historia. La primera televisión autonómica que echará el cierre. •



Rebekah Brooks, mano derecha de Rupert Murdoch, a su llegada al juicio. / ASSOCIATED PRESS

transcripciones de declaraciones hechas por víctimas o arrestados. Aún no se ha entrado en la fase que promete ser más jugosa: la de escuchar a los ocho acusados ser interrogados por el fiscal, o la de ver desfilar por el juicio a celebridades como Hugh Grant, Jude Law y Sienna Miller, o muchos de los que fueron víctimas de las prácticas ilegales de *News of the World*. Si han declarado los policías relacionados con el caso de Milly Dowler, la niña de 13 años que desapareció en 2002 y cuyo teléfono también fue *hackeado*. Según declaró la policía, Stuart Kuttner (uno de los acusados) les informó personalmente de una llamada dejada en el buzón de voz de la niña sobre una posi-

**Hugh Grant,
Jude Law y Sienna
Miller están
llamados a declarar**

**La vista arrancó
con la noticia de que
Brooks y Coulson
fueron amantes**

Los cazadores, cazados

El juicio del 'News of the World' descubre los secretos del tabloide que aireó la vida de políticos y famosos

BARBARA CELIS
Londres

La afilada ironía de la historia tiene uno de sus mejores ejemplos en el juicio por las escuchas ilegales del dominical *News of the World*, que arrancó en Londres hace ya dos semanas. Desde que fuera adquirido por el magnate de la comunicación Rupert Murdoch en los años ochenta, el tabloide se dedicó a airear la vida privada de políticos y celebridades británicas. En el siglo XXI y bajo la dirección de Rebekah Brooks primero y Andy Coulson después, no hubo reparos en pinchar los teléfonos de más de 600 personalidades, según la policía, para conseguir información confidencial y vender más que todos sus competidores. Ahora, con la publicación clausurada desde 2011 tras aquel escándalo de consecuencias explosivas—90 arrestados, 16 acusados, nueva normativa para la prensa británica, dimisiones políticas—y que de momento ha sentado en el banquillo a ocho personas—en primer término Brooks, que llegó a ser mano derecha de Murdoch, y a Coulson, que tras pasar por el periódico se convirtió en jefe de prensa del primer ministro David Cameron y tuvo que dimitir por el escándalo—, el juicio se ha convertido a su vez en la carne que alimenta la voracidad del resto de la prensa británica. Es el caso del cazador cazado.

Y aún queda mucha carne para quemar en las brasas de la información puesto que está previsto que el primero de los cuatro juicios programados dure como mínimo hasta el próximo abril. Desde hace dos semanas y por lo menos hasta Navidad la fiscalía presenta sus pruebas y sus testigos contra los ocho primeros procesados, que además de Brooks y Coulson, acusados de conspiración, de instigación al soborno de funcionarios públicos y de obstrucción a la justicia, incluyen a otros tres periodistas, al marido de Brooks y a la asistente de esta. Todos proclaman su inocencia.

Durante la vista preliminar, el fiscal informó de que otros tres redactores de la publicación—Neville Turlbeck, Greg Miskiw y James Weatherup—se habían declarado culpables de haber pinchado los teléfonos de cientos de personalidades, algo que desmonta la posición oficial de *News International*, editora del difunto tabloide, que sostenía que solo uno de sus reporteros, Clive Goodman, había pinchado teléfonos ilegalmente y que ni Brooks ni Coulson conocían esa práctica. Tanto él como Glenn Mulcaire, detective privado, ya fueron procesados y sentenciados en 2007 por pinchar el teléfono del príncipe Enrique, pero tras la investigación que acabó con el cierre del periódico en 2011



Coulson, que trabajó en el diario antes de hacerlo para Cameron. / EFE

han vuelto a sentarse en el banquillo.

El fiscal ha utilizado esta semana las transcripciones de las notas de Mulcaire y de Miskiw y las grabaciones de mensajes que custodiaba Mulcaire para explicar la persecución a la que fue sometido el entrenador de la selección nacional británica de fútbol Sven Goran Eriksson. Su teléfono fue *hackeado* durante cuatro años y todo lo que escu-

charon los reporteros se utilizó para mermar la imagen de un entrenador que finalmente fue forzado a dimitir, superado por los escándalos relacionados con su vida privada. Uno de los descubrimientos de la publicación, su lío de faldas con una secretaria de la Asociación de Fútbol, le valió incluso el Premio de Periodico del año 2004-2005.

Hasta ahora todo lo que se ha dicho en la sala procede de

ble entrevista de trabajo, algo curioso, teniendo en cuenta que Kuttner se declara inocente de estar relacionado con los pinchazos telefónicos. Fue aquella llamada el principio de la madeja de la que se tiró y que llevó al descalabro del periódico.

Durante las vistas también se ha leído la transcripción de un mensaje que el príncipe Enrique le dejó a su asistente, Lowder-Pinkerton, pidiéndole ayuda para escribir un ensayo para la universidad. El mensaje nunca llegó a publicarse, pero Clive Goodman discutió la posibilidad de hacerlo con Andy Coulson, según revelan unos *emails* presentados por la fiscalía y recuperados del ordenador de Goodman.

Brooks y Coulson, además, fueron amantes entre 1998 y 2004, según informó la fiscalía en uno de los arranques más espectaculares que ha tenido un juicio. Si compartían la cama también compartirían los secretos inombrables de su trabajo, alega la acusación.

Mientras todo esto ocurría en Londres, Rupert Murdoch, ajeno a los vaivenes de sus exempleados, dictaba conferencias en Australia sobre lo importante que es la inmigración para la economía australiana, se apuntaba a la celebración del 95º cumpleaños del televangelista más célebre de Estados Unidos, Billy Graham, y hacía apología del *fracking* vía Twitter. Como si el juicio más sonado de los últimos años no fuera con él. Lo único que ha declarado en torno al tema fue el pasado 13 de octubre, también a través de su Twitter: "En dos semanas empiezan grandes juicios a la prensa en Londres. Recuerden: todo el mundo es inocente hasta que se demuestre lo contrario. En casi todos los países hay derecho a un juicio justo".



Nace el Foro abierto de EL PAÍS

El periódico estrena en su web un espacio de comentarios con firmas

EL PAÍS, Madrid

EL PAÍS inicia una nueva etapa en su política de comentarios acorde con su ambición de elevar la calidad del debate y de la conversación global. En un momento de enorme ruido en las redes por la acumulación de comentarios anónimos o de pobre contenido, que ensombrecen en numerosas ocasiones el afán de calidad que este periódico comparte con sus lectores, EL PAÍS estrena un foro en el que estos podrán participar dentro de unas normas claras y de calidad. Contribuir al debate en torno a los grandes temas que articulan la actualidad nacional e internacional, y hacerlo desde unos niveles de exigencia apropiados, son los objetivos esenciales de EL PAÍS que explican este cambio.

Dentro de esta nueva política de comentarios, EL PAÍS crea este Foro abierto en el que los lectores podrán comentar siempre que estén identificados y que suscriban y cumplan los principios de participación.

Desde ahora, el Foro abierto EL PAÍS será el espacio visible al final de cada noticia. En él, el lector encontrará los comentarios de participantes que hayan sido autorizados. También hallará una invitación a participar. Para hacerlo, deberá escribir su nombre y su apellido y comprometerse con el decálogo de normas y principios de EL PAÍS. Mientras no reciba la autorización o si su petición es denegada, podrá seguir haciéndolo en el espacio "Todos los comentarios", cuya pestaña es visible también en la zona de comentarios.

He aquí varias preguntas y respuestas sobre este cambio:

» **¿Qué es el Foro abierto EL PAÍS?** Es un espacio de comentarios de participantes que han sido previamente autorizados.

» **¿Quién está invitado?** Todos los que quieran participar en un debate de calidad.

» **¿Quién será autorizado a participar?** Serán autorizados todos los que cumplan estos tres requisitos: identificarse con su nombre y apellido; comprometerse a cumplir las normas y principios de EL PAÍS, y acumular un historial de comentarios que refleje ese cumplimiento.

» **¿Cómo solicitar la autorización para participar?** El lector encontrará el siguiente mensaje: "Bienvenido al Foro EL PAÍS, un espacio de comentarios que recogerá opiniones de calidad y en el que los participantes mantendrán un comportamiento adecuado. Los comentarios deben estar acompañados del nombre y los apellidos del autor. El objetivo de EL PAÍS es propiciar una conversación de calidad con sus lectores, que enriquezca el debate y el pluralismo en temas de interés informa-

Foro abierto EL PAÍS

- 1 El lector encontrará una invitación al Foro EL PAÍS al final de las noticias. Si quiere participar, debe registrarse con su nombre y apellido en "Darse de alta" (si no estuviera registrado todavía) y pulsar en el botón "Participa".

- 2 El lector encontrará aquí una explicación de qué es el Foro EL PAÍS y el decálogo de principios que regirán la participación. Si quiere formar parte debe pulsar en "Únete al foro" y en "Acepto estos principios y normas".

- 3 El lector recibirá entonces un email que le confirmará que su solicitud está siendo procesada.

- 4 Si se ha identificado correctamente y tiene un historial de comentarios que cumpla las normas, recibirá el mensaje de admisión. A partir de este momento puede comentar en el Foro EL PAÍS.

- 5 Si el lector no se ha identificado correctamente, si tiene un historial de comentarios incorrectos o no tiene aún historial de comentarios, recibirá el mensaje de denegación. En ese caso, solo puede comentar en el espacio "Todos los comentarios".

tivo. Las normas abajo recogidas son de obligado cumplimiento. Aquellas personas con un historial de comentarios inadecuados o que no cumplan los requisitos exigidos no podrán acceder a este espacio de debate o serán excluidos de él". Si el lector quiere participar,

deberá señalar que acepta esos principios.

» **¿Cuáles son los principios y normas de participación en el Foro EL PAÍS?** EL PAÍS quiere favorecer la participación de los lectores a través de comentarios a las noticias, tribunas,

blogs y otros contenidos que publica en su web, siempre bajo una exigencia de calidad que excluye insultos, descalificaciones y consideraciones no relacionadas con el tema en cuestión. El objetivo es ofrecer al lector una plataforma de debate y discusión amparada por los siguientes principios:

1. Son bienvenidos todos los comentarios de todos los lectores que contribuyan a enriquecer el contenido y la calidad de la página web de EL PAÍS.

2. La discrepancia y el contraste de pareceres son elementos básicos del debate. Los insultos, ataques personales, descalificaciones o cualquier expresión o contenido que se aleje de los cauces correctos de discusión no tienen cabida en EL PAÍS.

3. La política de moderación garantizará la calidad del debate, que deberá ser acorde con los principios de pluralidad y respeto de EL PAÍS recogidos en su *Libro de estilo*. El periódico será muy estricto a la hora de rechazar opiniones insultantes, xenófobas, racistas, homofobas, difamatorias o de cualquier otra índole que se considere inaceptables.

4. La dirección editorial decidirá a diario qué noticias, artículos, blogs o cualquier otro contenido se abren a comentarios. Esta selección se hará con criterios de valor informativo y siempre que resulte posible gestionar una moderación de calidad. La lista de contenidos abierta a comentarios aspira a ser lo más amplia posible y a estar en permanente actualización.

5. Los comentarios en el Foro abierto de EL PAÍS deberán ir acompañados del nombre y apellidos del autor.

6. Los comentarios realizados en EL PAÍS pueden publicarse simultáneamente en las principales redes sociales dentro de la aspiración a ampliar el foro a otros espacios de conversación.

7. Los mensajes publicitarios o sobre cuestiones no relacionadas con el tema del artículo en cuestión serán rechazados.

8. Los mensajes escritos en mayúsculas serán rechazados.

9. Las fotos y vídeos serán rechazados.

10. EL PAÍS se reserva el derecho de eliminar comentarios que considere inadecuados y de expulsar a aquellas personas que incumplan estas normas.

» **¿Qué hacer si es rechazado y quiere volver a postularse?**

El lector cuya solicitud haya sido denegada podrá postularse de nuevo al cabo de 10 días. En este plazo, deberá comprobar si está cumpliendo los requisitos (nombre y apellido son imprescindibles) y seguir comentando en el espacio "Todos los comentarios" hasta acumular un historial de al menos 20 comentarios a las noticias. Una nueva solicitud será evaluada conforme a estos elementos.

EL PAÍS



El País Valencià crida que RTVV no es tanca

Unes 60.000 persones omplen els carrers per exigir a Alberto Fabra que rectifiqui o dimiteixi

Crònica

SALVADOR ALMENAR
VALÈNCIA

Una manifestació multitudinària va recórrer ahir a la tarda el centre de València per protestar contra l'anunci del president Alberto Fabra de tancar Radiotelevisió Valenciana (RTVV) perquè la Generalitat Valenciana no pot assumir la despesa que implica acatar la sentència que obliga a readmetre els mil empleats acomiadats en l'expedient de regulació d'ocupació aprovat l'agost del 2012.

Sota el lema "RTVV no es tanca. És la teua" 60.000 persones, segons els organitzadors, van acompanyar els treballadors amb l'objectiu de forçar el president Fabra a rectificar en la decisió de tallar el senyal d'aquesta empresa després de 24 anys d'emissions. Una multitud de cares conegudes del sector audiovisual i representants de partits polítics, entitats i col·lectius van defensar la necessitat d'una televisió pública, de qualitat i en valencià.

La decisió del govern Fabra va provocar que ahir a València es visqués una manifestació de les més unitàries que es recorden. Gent de totes les sensibilitats polítiques van mostrar el seu rebuig a deixar de tenir veu pròpia als mitjans de comunicació –en un termini que podria no passar de les dues setmanes–, i per això van cridar durant les propies hores que va durar la manifestació que "RTVV no es tanca". El càntic va compartir protagonisme amb la consigna "Fabra dimissió".

També van ser molts els nens que van acompanyar els seus pares i que van lluir cartells en què demanaven poder seguir veient dibuixos animats en valencià. D'altres portaven pancartes en què es podia llegir "La informació és un dret, l'aeroport sense avions no", "RTVV no és del PP", "No callaran la veu d'un poble" o "Des que se'n va a negre [la tele], més color que mai", en referència a la pluralitat dels informatius de Canal 9 des de l'anunci del tancament.



PROTESTA MULTITUDINÀRIA
Treballadors, ciutadans i representants de nombrosos col·lectius es van mobilitzar en defensa de RTVV. DANIEL GARCIA-SALA

Durant la marxa, que va transcórrer sense incidents, els presentadors de la televisió Joan Espinosa i Clara Castelló –afectada per l'ERO– van conduir una mena de programa radiofònic en un set que els treballadors van muntar en un cadafal. Pels micròfons d'aquesta ràdio *paral·lela* –no s'emetia en directe per Nou Ràdio– hi van passar cares conegudes per als espectadors, com l'actor Ferran Gadea, un dels protagonistes de la reeixida sèrie de Canal 9 *L'Alqueria Blanca*, el músic fundador d'Al Tall Vicent Torrent, el cantant Feliu Ventura i el dramaturg i actor Carles Albero. Tots van lamentar que el govern valencià hagi volgut confrontar el dret a mantenir RTVV amb el manteniment de col·legis i hospitals.

Gadea i la coneguda actriu valenciana Rosana Pastor van llegir un manifest en què es va remarcar la importància de RTVV per al futur



Llengua
El manifest va recordar la importància de Canal 9 per al futur del valencià

de la llengua. "Tots sabem que una llengua que no té presència als mitjans de comunicació és una llengua condemnada a una mort lenta", assenyalava el text, consensuat pel comitè d'empresa i que va mirar de carregar la responsabilitat de la situació de la cadena als que l'han gestionada i no als treballadors. "Són uns altres els que han pervertit els objectius de RTVV i l'han convertida en una eina de manipulació i propaganda; són uns altres els que l'han portada a la ruïna amb una gestió nefasta i els que han buscat el benefici propi en lloc del benefici social", conclouia el manifest.

Malgrat que dijous el PP va imposar un nou director general, la política informativa dels treballadors no ha canviat, de moment. Ahir el canal Nou 24 va fer diverses connexions en directe amb les marxes de València, Castelló i Alacant, sense obviar els crits contra Fabra.

Compromís i el PSVP duen el cas als tribunals

● **Recurs d'inconstitucionalitat**
El secretari general del Partit Socialista del País Valencià, Ximo Puig, va anunciar ahir que el seu partit presentarà la setmana que ve un recurs d'inconstitucionalitat contra el tancament de RTVV. Segons ell, aquesta mesura suposa "un atemptat contra la democràcia, el dret d'expressió i la cultura" del País Valencià.

● **Denúncia per prevaricació**
Compromís va presentar divendres a la nit una denúncia per prevaricació contra el govern valencià. Aquesta coalició considera que el Consell va incórrer en "fraud de llei" en nomenar, dijous, cinc nous consellers de RTVV, ja que no tenia potestat legal per fer-ho.



"Públicament ens compromet la vida; / públicament i amb tota llei d'indícis. / Serem allò que vulguem ser. Debades / fugim del foc si el foc ens justifica"



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep
Collelldemont



Periodista

La lletra massa petita

Un lector de la Selva, que em demana que només posi el nom, Joan, diu que la lletra impresa del diari normalment és massa petita. Tot i les ulleres, encara es veu que té problemes per llegir amb facilitat. I ja no parlem de les planes de l'apartat d'Apunts, que per llegir-les a vegades es necessita una lupa. En parlem amb la direcció i em manifesten que són conscients que alguna cosa s'hi haurà de fer. Hi ha un fet sociològic que no podem menystenir, els lectors del diari en paper som més aviat la gent gran, mentre que els més joves s'han llançat plenament a la informació digital. Als lectors de tota la vida ens sembla que si no toquem el paper ja no és un diari. Ho he dit moltes vegades i no me n'amago. Agraeixo si alguna vegada estic fora de casa poder posar l'ordinador i llegir cada dia el "meu" diari. Però si puc llegir-lo ben escarxofat al sofà, per mi no hi ha color. Solucions? És difícil, ja que sempre es juga amb el tema econòmic. Posar la lletra més grossa, sense reduir la informació, vol dir més paper, i el paper és car. Des de la direcció em són molt sincers, el problema el tenen clar, però de moment el que no veuen és la solució. Podem dir que el tipus de lletra que s'usa en el diari en general és prou correcta i es llegeix força bé, a la nostra edat, això sí, amb unes ulleres ben graduades. Pel que fa a la resta, també és cert que es tracta de seccions que no llegim de dalt a baix, sinó només quan ho necessitem, que no és massa sovint. Perquè em sembla que tots convindreu amb mi que no ens agradaria que per ampliar el cos de lletra d'alguna secció, com podria ser per exemple la de Farmàcies de torn, se'n escatimés informació d'altres seccions que normalment sí que les llegim de dalt a baix. En fi, un tema que en Joan ens ha posat damunt de la taula i del qual parlem des del primer dia que el diari va sortir al carrer, que cal que els responsables hi pensin. A vegades es poden trobar solucions a base de trencar-s'hi el cap. La pilota és al seu taulat. Jo, de moment, miro de revisar sovint la meua vista per tenir les ulleres adequades i no haver de fer esforços excessius. Sobretot, per als que tenim temps, llegir el diari és i ha de ser un plaer, encara que per desgràcia moltes vegades no totes les notícies siguin gaire alegres, però ningú ens ha de negar el plaer de sentir-nos informats.

Oblidem massa de premsa

A Girona va morir encara no fa un mes una persona lluitadora, en Miquel Molledo, que alguns ja l'hem col·locat en la llista dels nous sants. Era un catòlic crític però convençut. Havia participat en totes les activitats de la parròquia de Sant Pau, portada a l'estil del papa



JORDI SOLER

Francesc per l'Ignasi Forcano, que fou retirat sense contemplacions pel bisbe actual quan acabava de fer els 75 anys, mentre que n'hi ha que en tenen més de 80 i continuen al seu lloc. De la vida catòlica de cap a peus d'en Miquel no crec que el diari n'hagués de parlar. Però hi ha un altre aspecte que no es pot passar per alt, en Miquel Molledo va formar part d'aquella Hoac –Hermandad Obre-

Llegir el diari és i ha de ser un plaer, encara que per desgràcia moltes vegades no totes les notícies siguin gaire alegres

ra de Acció Catòlica– que en l'època dura del franquisme va tenir una presència molt activa en el món obrer, donant exemple del que havia de ser un catòlic en un món dur. En Miquel, com en Mera i tants altres, no es van arronsar, va anar moltes vegades a la presó i van ajudar als canvis laborals que a poc a poc s'anaven aconseguint dins d'un sistema policial que no en perdonava cap. Reunions clandestines, celebracions de la dada del Primer de Maig, vagues en

les empreses. Tot plegat, sense guanyar ni un duro i sí en canvi, al contrari, moltes persecucions. El periodista Pere Madrenys va escriure en l'edició de Girona de El Punt Avui una magnífica carta en què es lamentava que en el funeral el nou rector de Sant Pau oblidés totalment la lluita d'un home creient per ajudar a millorar el nivell dels treballadors. Al final de la carta deia en Pere: "No t'hi amoïnis! Sigui com sigui, perdona l'oblit! Ara hi ha capellans que són d'una altra galàxia." També haig de dir que en l'edició de Girona del 28 d'octubre el nostre diari va publicar una carta molt encertada de la delegada del Col·lectiu de Dones en l'Església per la Paritat de Girona, Piu Salvatella, en què resumia quant que ha fet en Miquel durant la seva vida. El diari com a tal, però, no n'ha dit res. I això és el que em sap greu. Ja sé que els periodistes no poden pas estar al corrent de tota la història i és per això que m'agradaria, com a defensor, fer una crida als lectors perquè en casos com aquests ens donin un cop de mà i ens posin a la pista. És llàstima que el diari a vegades parla de personatges que han ocupat llocs públics i s'oblidi de persones que han ajudat amb molt de sacrifici per donar-nos el món que tenim ara. Ja sabem que la valoració de la notícia la fa el periodista, però al menys que no perdi per nosaltres, lectors. Gràcies.

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.



PROTESTES PEL TANCAMENT DE LA RADIOTELEVISIÓ VALENCIANA

Manifestació en sintonia

► Milers de persones i entitats 'castigades' per Canal 9 exigeixen a València mantenir la cadena

LAURA L. DAVID
VALENCIA

Una imatge que tenim a l'esquena és espectacular. No havia vist mai una manifestació com aquesta». Ho deia ahir Clara Castelló, presentadora d'informatius de Canal 9 (afectada per l'ERO que aquesta setmana va tombar la Justícia valenciana) des d'un plató mòbil per cobrir la protesta. De manifestacions crítiques amb el Govern valencià, tant o més multitudinàries, n'hi ha hagut, però efectivament no s'havien vist mai a Canal 9.

Convivint estelades i senyeres, barrejats els interessats a mantenir els seus llocs de treball amb els que miren d'evitar l'extinció dels instruments d'autogovern dels valencians, molts ciutadans anònims es van sumar a la convocatòria a Castelló, València i Alacant amb l'objectiu de reivindicar una radiotelevisió pública, plural, en valencià i de qualitat, i oposar-se a la intenció del Govern d'Alberto Fabra de tancar RTVV; una decisió sense precedents a Espanya i en què es podrien emmirallar altres autonomies.

El plató rodant encapçalava la marxa, envoltat de treballadors de l'ens aclamant els presentadors. Darrere seu, sota la pancarta «RTVV no es tanca. És la teua» va passar tota l'oposició política, els sindicats i moltes associacions culturals i socials tradicionalment menystingudes per aquests mateixos presentadors. El Partit Popular, com era d'esperar, no s'hi va sumar.

CONTRASTOS// La marxa ofería així notables contrastos. Ciutadans habitualment titllats de catalanistes des de RTVV desfilaven al costat de locutors com Paco Nadal, que només fa uns dies va suavitzar per antena la sonora xiulada que va rebre el president Fabra en la final de pilota valenciana. Un total de 160 entitats de tot Espanya es van adherir a la convocatòria de la marxa, entre elles Acció Cultural del País Valencià (proprietària dels repetidors de senyal de TV-3 en territori valencià) i els comi-



MIGUEL LORENZO

► Imatge de la multitudinària manifestació d'ahir a València en contra del tancament de la radiotelevisió pública.



Feliu Ventura

CANTAUTOR

«Potser no agrada el contingut, però és el nostre continent», va dir en la capçalera de la marxa

tès d'empresa de RTVE, TV-3 i la resta d'autònòmiques. Si que s'hi va veure alguns representants del comitè de Telemadrid enfundats en les seves armelles blanques donant suport a uns companys amb qui potser compartiran futur. La Plataforma d'Afectades per la Hipoteca, els *iaioflautes*, el 15M, col·lectius criminalitzats sistemàticament a la radiotelevisió pública i que han estat presents en totes les manifestacions contra les retallades del Govern valencià, i altres de silenciats, com les associacions de dependents, també van fer costat als treballadors. Es van sentir crits

contra la corrupció, contra la manipulació i contra el saqueig de les arques públiques valencianes i molts van demanar la dimissió del president Fabra.

Feliu Ventura, un dels cantautors valencians tradicionalment oblidats per l'ens, va dir des de la capçalera de la manifestació de València que, «potser no agrada el contingut, però és el nostre continent». La marxa es va tancar a la plaça de la Verge (on encara es concentren cada mes les víctimes del metro), amb la mui-xeranga d'Algemès i actuacions de músics en valencià. ■

L'OPOSICIÓ

Recurs davant el Constitucional dels socialistes

► El grup socialista valencià recorre davant el Tribunal Constitucional el tancament de la RTVV, perser «un atemptat contra el dret a la llibertat d'expressió i la cultura del nostre país», segons va anunciar ahir el secretari general dels socialistes valencians, Ximo Puig, a Madrid, on el PSOE celebra la Conferència Política. Puig va explicar que «el secretari general del PSOE i el grup parlamentari m'han autoritzat a presentar un recurs d'inconstitucionalitat», que es materialitzarà la setmana que ve.



ELS CANALS AUTONÒMICS

 <p>ANDALUSIA ▶ La Radio Televisión de Andalucía (RTVA) posseeix dos canals (Canal Sur 1 i Canal Sur 2) i també emet un senyal per satèl·lit (Andalucía Televisión), a més de comptar amb Radio Andalucía Informació i Canal Fiesta Radio. El pressupost de RTVA per a aquest any és de 165 milions d'euros, dels quals la Junta d'Andalusia n'aporta 138.</p>	 <p>ARAGÓ ▶ La Corporación Aragonesa de Radio y Televisión (CARTV) té el canal Aragón TV, que va començar les seves emissions l'abril de 2006 i lidera les audiències de les autonòmiques. També posseeix Aragón Radio. El pressupost de la CARTV en aquest exercici és de 47,1 milions d'euros i l'aportació del Govern regional és de 42,4 milions.</p>	 <p>ASTÚRIES ▶ L'Ente Público de Comunicación del Principado de Asturias (RTPA) emet a través del canal de televisió TPA i en digital també ofereix el TPAZ, i compta a més amb una emissora de ràdio (RPA). El pressupost estimat de RTPA per al 2013 és de 23 milions d'euros i el principat d'Astúries hi destina 20 milions.</p>	 <p>BALEARS ▶ L'Ens Públic de Radiotelevisió de les Illes Balears (IB3) té un cadena de televisió i una emissora de ràdio (IB3 Televisió i IB3 Ràdio). El 2013, IB3 ha manejat 31 milions d'euros de pressupost, dels quals el Govern balear n'ha aportat 30 milions.</p>	 <p>CANÀRIES ▶ La Radiotelevisión Canaria (RTVC) posseeix el canal Televisión Canaria -l'any passat va tancar un seccion canal per retallades presupostàries- i l'emissora Canàries Radio La Autonomía. El pressupost de funcionament de l'ens públic canari per al 2013 puja a 38,6 milions d'euros i el Govern insular n'aporta 33,3.</p>	 <p>CASTELLA-LA MANXA ▶ L'Ens Públic Radiotelevisión de Castilla-la Mancha emet a través de la seva cadena Castilla-la Mancha Televisión i de l'emissora Radio Castilla-la Mancha. La segona cadena, Castilla-la Mancha Televisión 2, va tancar el 2011. El seu pressupost d'exploració per al 2013 ha estat de 44,2 milions d'euros, 39 d'ells de la Junta.</p>
--	---	--	--	---	--

Censura en el nom de l'illa de Peter Pan

Els exemples de manipulació a Canal 9 han estat nombrosos

Van ser admeses durant anys, però ara tothom rebutja les directrius polítiques que van censurar notícies i van manipular des dels informatius fins al darrer programa de Canal 9. Antics treballadors expliquen com s'ordenava als empletats treure sempre el perfil considerat bo d'Eduardo Zaplana o no esmentar la paraula «Botella» per no ofendre Aznar

EL REPORTATGE

Paco Cerdà
VALÈNCIA

La televisió que en els darrers dies semblava la clandestina Ràdio Pirinenca a l'exili, per la seva combativitat i rebel·lia davant del poder i la complicitat amb els seus nous camarades radiooients, també té un passat. Els seus treballadors han vituperat en antena la Generalitat amb tots els adjectius imaginats abans; atribuïen als governs fets mai abans transmesos per aquest canal, com que havien portat a terme «una gestió política i econòmica que ha enfonsat l'empresa»; i parlaven sense embuts de «la corrupció del cas Gürtel o el cas judicial de persecució sexual de l'exsecretari general de RTVV a tres periodistes de Canal 9». La mateixa televisió que donava micròfon en di-

recte a Obrint Pas perquè els en un altre temps proscrius Xavi Sarrà i Miquel Ramos parlessin sense embuts ni traves, també arrossega un passat de manipulació informativa conegut a grans trets per la societat valenciana, especialment a l'àrea d'Informatius. Però són els petits detalls d'ingerències -més sorprenents encara en programes d'oci- els que ajuden a comprendre com es va viure a Canal 9. O, en paraules d'Antonio Albert, per entendre el «règim comunista de censura» instal·lat als estudis de Burjassot.

Antonio Albert va treballar en una productora que el 2003 va realitzar el programa *La Guillotina* per a Canal 9. El programa, que dirigia el mateix Albert, només va durar una temporada. I encara sort, devia pensar ell. Perquè en un concurs a priori neutre com aquell, va viure situacions difícils de creure. Explica que, abans d'emetre-les en pantalla, calia enviar les preguntes del concurs al departament de correcció lingüísti-

ca de Canal 9 perquè les supervisés i donés el seu vistiplau previ. «Però, curiosament, més que per errors lingüístics, les crítiques gairebé sempre arribaven perquè tal cosa no es podia dir i tal altra no es podia preguntar», diu.

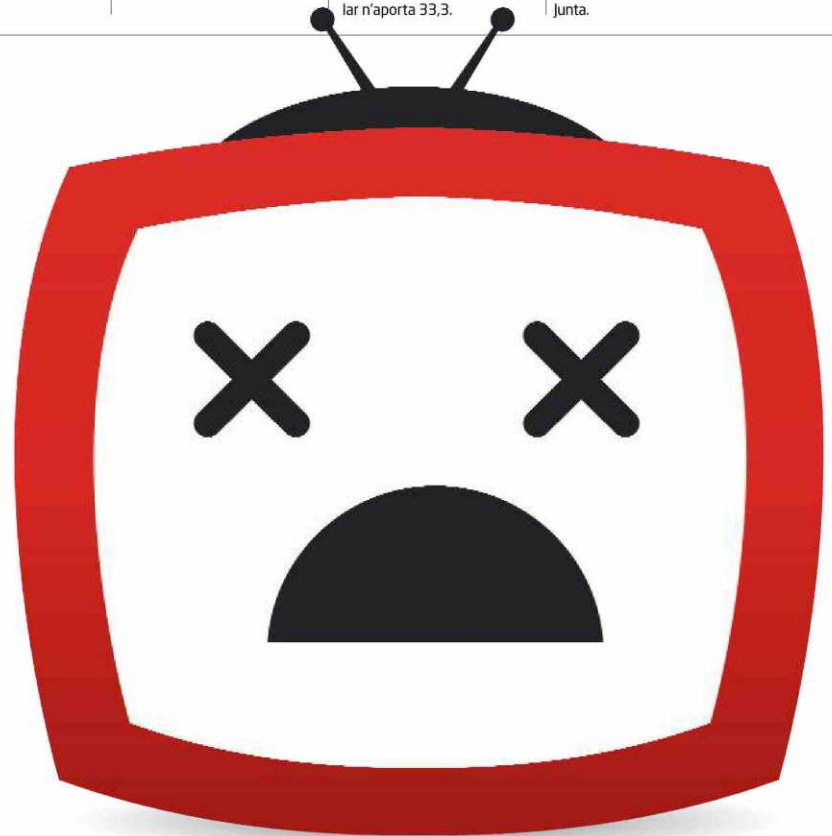
I posa alguns exemples reals d'aquella llarga època: «No es podia preguntar quants gols havia fet Ronaldo, el del Barça, perquè això podia ofendre els valencianistes». La pregunta «En quina illa vivia Peter Pan?» tampoc podia fer-se i va ser retirada. Per què? «Perquè la respos-

ta en valencià del país de *Nunca Jamás* -el País de Mai Més- podia recordar fonèticament al *Nunca Más* del *Prestige* i això podia danyar el Govern d'Aznar.

També sobre Aznar hi havia preguntes prohibides. «La paraula "botella" no podia utilitzar-se, ni tampoc expressions com "botella medio llena o medio vacía", perquè Botella era la dona del president del Govern i podia considerar-se una ofensa», recorda Albert, encara sorprès.

Alguns relats de manipulació s'han fet ara públics sense vergonya.

Com el de l'exredactora de Canal 9 Iolanda Marmol, que va escriure un article a Internet titulat *Les meves mentides a Canal 9*. I diu així: «Recordo quan ens exigien gravar Eduardo Zaplana des del seu perfil bo. I l'oda que em van encarregar sobre ell quan va deixar la presidència de la Generalitat valenciana per ser ministre. També recordo els crits que em van dedicar quan en aquest vídeo de retrospectiva Zaplana apareixia en una imatge amb la transfuga que li havia permès fer-se amb l'alcaldia de Benidorm».





CATALUNYA

▶ La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va ser de les primeres que va començar a operar, l'any 1983. La Televisió de Catalunya és l'encarregada de l'oferta televisiva i compta amb vuit canals. També posseeix Catalunya Ràdio, Catalunya Informació i Catalunya Música. El pressupost és de 295,9 milions, 225 de la Generalitat.



EXTREMADURA

▶ La Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales (CEXMA) aglutina Canal Extremadura Televisión i Canal Extremadura Radio. Els seus comptes de l'any 2013 estimen un pressupost de 25,3 milions d'euros i la Junta d'Extremadura hi ha destinat 24,8 milions.



GALÍCIA

▶ La Compañía de Radio Televisión de Galicia (CRTVG) compta amb la Televisión de Galicia, G2, GTV América i GTV Europa, així com amb la Radio Gallega i Radio Gallega Música. El pressupost total de la CRTVG puja a 103,8 milions d'euros aquest any, dels quals la Xunta ha consignat 94 milions.



MADRID

▶ L'Ens Públic Radiotelevisión Madrid (EPRTM) té un primer canal (Telemadrid), la segona cadena (La Otra) i completa l'oferta el seu canal per satèl·lit (Telemadrid Sat) i l'emissora de ràdio Onda Madrid. El 2013, el seu pressupost ha estat de 84,51 milions d'euros i el Govern regional ha aportat 70,97 milions.



MÚRCIA

▶ La Radiotelevisión de la Región de Murcia (RTRM) compta amb el canal de televisió 7 Región de Murcia i l'emissora de ràdio Onda Regional de Murcia. El pressupost d'explotació per al 2013 preveu una despesa de 7,8 milions d'euros, dels quals el govern regional n'aporta 7,5.



PAÍS BASC

▶ Euskal Irrati Telebista (EITB) està formada per les cadenes de televisió ETB1, ETB2, ETB3, ETB Sat/Euskadi TV i Canal Basc; i les emissores de ràdio Euskadi Irratia, Radio Euskadi, Radio Vitoria, Euskadi Gaztea i Eitb Musika. El projecte de pressupostos per al 2013 preveu unes despeses de 121 milions, 105 amb subvencions públiques.

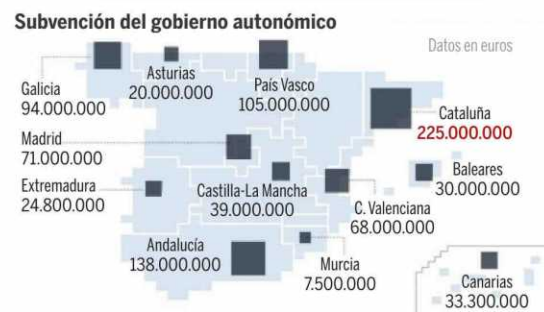


Las cuentas de las televisiones autonómicas

Presupuesto y Deuda en millones de €. Empleados en número, audiencia % de share a 7-11-2013

	C. Madrid	Cataluña	C. Valenciana	P. Vasco	Galicia	Andalucía	Baleares	C.-La Mancha	Extremadura	Asturias	Aragón	R. Murcia	Canarias
Canales	3	8	4	5	3	3	1	1	1	1	1	1	1
Presupuesto	80,3	295,9	78	121	103	168	32,1	42,2	25,3	23	47,1	7,8	38,6
Deuda	79	19,2*	1.217	16	0	65	161	s.d.	3	14	9	0	30
Plantilla	300	2.544	1.800**	957	1.053	1.600	240	280	160	131	120	85	70
Audiencia	3,5%	13,9%	3,8%	9,3%	11,2%	10,6%	5,4%	4,7%	6,4%	4,3%	11,8%	s.d.	6,4%

*En 2007 La Generalitat asume la deuda de 1.046 millones **Antes del ERE

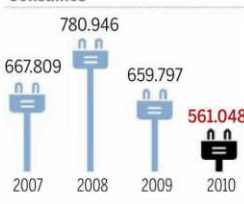


Fuente: UTECA, DEOLITTE, FORTA, ACCENTUR, Kantar Media y elaboración propia

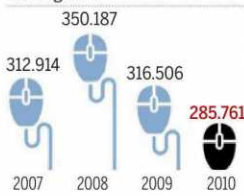
Las televisiones autonómicas tienen un presupuesto de 1.000 millones de euros y una deuda de 1.716 millones. El coste en 2013 de las autonómicas será de 925 mill. de € entre subvenciones y gastos de explotación

Gastos de explotación

Consumos

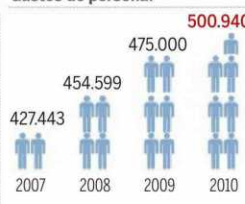


Otros gastos

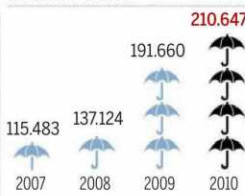


Datos en miles de euros

Gastos de personal

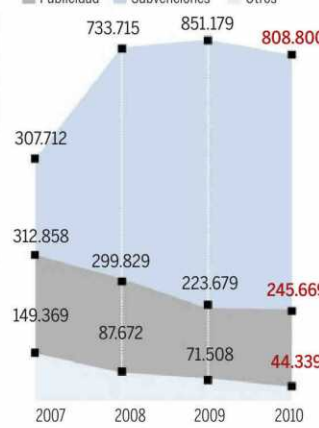


Amortizaciones



Ingresos

Datos en miles de euros



Las autonómicas han reducido sus ingresos un 60% desde 2008

Los canales dejan un saldo negativo de 1.500 millones al año en las cuentas regionales

A. Bartolomé

MADRID-El Gobierno valenciano anunció esta semana el cierre de la Radiotelevisión Valenciana (RTVV) tras haberse conocido el fallo del Tribunal Superior de Justicia de la Comunitat Valenciana que declaraba nulo el expediente de regulación de empleo (ERE) que afectaba a más de un millar de los 1.800 trabajadores de una empresa pública con más de 1.000 millones de euros de deuda. Las imágenes de alegría de los empleados de la cadena por la mañana, ilusionados con su previsible vuelta al trabajo, mutaron pronto en desolación al conocerse la tajante decisión del presidente valenciano, Alberto Fabra: «Es innegociable».

El cierre de RTVV, el primero que se produce en España en una cadena regional —existe un único operador de televisión pública de titularidad del Estado: Corporación de Radio Televisión Española (CRTVE)—, es la punta del iceberg que ha puesto de actualidad la situa-

ción que atraviesan las cadenas autonómicas. Nacidas en 1983 como un servicio público, están presentes en trece comunidades —Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Castilla-La Mancha, Cataluña, Extremadura, Galicia, Madrid, Murcia, País Vasco y Valencia—.

Vascos, catalanes y gallegos fueron de los primeros en crear sus propias radios y televisiones con el objetivo principal de preservar y fomentar la lengua vernácula. Navarra, Castilla y León, Cantabria y La Rioja son las cuatro únicas comunidades que no han desarrollado su propia televisión.

Y, vistos los resultados de las cadenas públicas, con un saldo negativo de 1.500 millones de euros al año en las respectivas cuentas autonómicas y un coste a cada hogar de más de 100 euros anuales, parece que fue una decisión acertada. Tras la quiebra por derribo de RTVV, los graves problemas que acucian al conjunto de cadenas públicas regionales tienen en este momento

al borde del cierre a Telemadrid o, en el caso de Castilla-La Mancha TV, de la privatización. El presidente madrileño, Ignacio González, ha advertido de que «no tendrá otra alternativa» que cerrar la cadena si los sindicatos la hacen «inviabile» y el canal «sigue siendo deficitario». Por su parte, María Dolores de Cospedal, es partidaria de privatizar la emisora de su región por la

GASTO EXCESIVO

En 2008, los gobiernos regionales duplicaron las subvenciones hasta 700 millones

importante deuda que arrastra, de la que no se tienen datos.

Un estudio de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (Uteca) indica que en los últimos años los ingresos «se han visto especialmente mermados por efecto de la fragmentación de la audiencia, debida a la aparición de nuevos operadores impulsados por la

transición a la TDT», lo que se une a los efectos de la crisis, que afecta en gran parte a la inversión publicitaria.

Lejos están los tiempos de la bonanza económica, cuando las autonomías no entendían de ahorro en lo tocante a sus televisiones autonómicas. En 2008, los gobiernos regionales duplicaron las subvenciones a sus cadenas hasta sumar casi 700 millones de euros, más del doble de los 337 millones de fondos públicos que destinaron el ejercicio anterior. Y ello en un año marcado por el inicio de una profunda recesión económica que en el mercado audiovisual se tradujo en una reducción de ingresos publicitarios superior al 20%.

Un año después, en 2009, las cadenas autonómicas elevan sus pérdidas hasta los 2.134 millones, pese a dispararse un 26% sus subvenciones y las de IVE, una cifra récord, para compensar la caída de

la publicidad. Es en 2011 cuando la necesidad de meter la tijera llega a las televisiones regionales en pleno debate sobre su viabilidad. Ese año, las cadenas manejan un presupuesto de 1.600 millones, que el año anterior había alcanzado los 1.860 millones. La reducción se debe tanto a la caída de la facturación publicitaria como a los ligeros recortes en las subvenciones. Los 1.500 millones de deuda que acumulan estos organismos y su escasa audiencia hacen peligrar tanto su titularidad pública como su propia existencia. Los casos más sangrantes son los de Cataluña, Valencia y Andalucía.

En abril de 2012, la modificación de la Ley Audiovisual va a permitir a las comunidades locales desde externalizar la gestión completa hasta liquidar las cadenas si consideran que son inviables. No es extraño que sea Valencia la que dé el primer paso, con una modificación legal que abre la puerta a externalizar parte de la parrilla a las empresas privadas. Poco después, en agosto de 2012, es el Gobierno de Murcia el que anuncia que privatiza totalmente la gestión del canal 7RM, creado en 2006. Lo hace creando una gestión plurianual de gestión privada, manteniendo la titularidad pública.

A lo largo del ejercicio, Madrid, Valencia y Baleares deben aprobar partidas extra por valor de 83,5 millones para evitar la quiebra de sus televisiones, que costaron casi



1.300 millones de euros a los contribuyentes.

Ya en este 2013, pese a la situación económica, el conjunto de cadenas regionales anuncian un gasto de al menos 951 millones de euros, lo que supone un ahorro de sólo unos 50 millones con respecto a 2012, cuando se realizó un ajuste de al menos 120 millones.

Situación crítica

La situación es crítica. El desplome de los ingresos publicitarios y la caída de la audiencia espanta a los posibles inversores y convierte en papel mojado la ley que abrió la puerta a los traspasos. Es un hecho que las comunidades autónomas están aparcando la privatización de sus canales. Los ingresos por publicidad de las trece televisiones alcanzaron 125 millones en 2012, un 60% menos que cinco años atrás. A esto hay que sumar la falta de voluntad política de las regiones para desprenderse de sus televisiones.

La audiencia es uno de los puntos flacos de estos colosos en manos del poder político. Las de Telemadrid y Canal Nou han caído por debajo del 5%, cuando en 2008 se situaban en torno al 10%.

En cuanto a pérdidas, después de TV3, Canal Sur es la cadena más costosa para los contribuyentes, con unas subvenciones acumuladas de 1.000 millones en los cinco últimos años y déficit en sus cuen-

tas. Apenas ha externalizado sus servicios y no tiene planes a corto plazo. Telemadrid, que recibe aportaciones anuales de la Comunidad de Madrid superiores a los 70 millones de euros, perdió en 2012 casi 115 millones. La cadena regional ha optado por un traumático ERE para enjugar su déficit.

TV3 cuenta con el mayor presupuesto, con 225 millones al año en subvenciones, pero es líder de audiencia en Cataluña, con cuotas de pantalla superiores al 14%. Ha reducido dos canales y un 10% de su plantilla para ajustar sus costes.

La puntilla ha llegado para RTVV que, con las dimensiones que tenía

antes del ERE, con una plantilla de 1.651 personas, una deuda superior a los 1.000 millones, un patrimonio neto negativo de 1.199 millones y unos elevados costes de funcionamiento, no podía sostenerse con las exangües arcas autonómicas. Así, Canal 9 y Radio 9 dejarán de salir al aire 24 años des-



Un tancament que posa en relleu la situació dels canals autonòmics

Un estudi de la Unió de Televisions Comercials Associades estableix que en els darrers anys els ingressos d'aquestes cadenes s'han vist especialment minvats per la fragmentació de l'audiència amb l'aparició de nous operadors

Anàlisi

VALÈNCIA | EFE/DdG

El tancament de la Radiotelevisió Valenciana (RTVV), el primer que es produeix a Espanya en un canal autonòmic, ha posat de relleu la situació que viuen les cadenes regionals, que van néixer el 1983 com un servei públic i que són presents a tretze comunitats. A Espanya existeix un únic operador de televisió pública de titularitat de l'Estat -Corporación de Radio Televisión Española (CRTVE)- i tretze operadors públics de cobertura autonòmica, la titularitat dels quals ostenten els governs autonòmics d'Andalusia, Aragó, Astúries, Balears, Canàries, Castella-la Manxa, Catalunya, Extremadura, Galícia, Madrid, Múrcia, País Basc i València. Navarra, Castella i Lleó, Cantàbria i La Rioja són les quatre úniques comunitats que no han desenvolupat la seva pròpia televisió.

Els canals autonòmics van néixer a l'empara de la Llei del Tercer Canal (46/1983) i el seu desenvolupament és molt divers: algunes exploten diversos canals mentre que altres tenen una única cadena; i a les comunitats on hi ha una llengua cooficial, emeten gran part o tots els seus continguts en les esmentades llengües.

El seu model de finançament es basa en un sistema mixt que uneix inversió pública -subvenció per



funció de servei públic atorgada pels governs autonòmics i consignada en els pressupostos generals de cada autonomia- i ingressos publicitaris privats.

Un estudi de la Unió de Televisions Comercials Associades (Uteca) indica que en els darrers anys els ingressos d'aquestes cadenes «s'han vist especialment minvats per efecte de la fragmentació de l'audiència, causada per l'aparició de nous operadors impulsats per la transició a la TDT», fet que s'uneix als efectes de la crisi, que afecta en gran part la inversió publicitària.

La llei 46/1983 fixa que els canals autonòmics han de complir uns requisits: objectivitat, veracitat i imparcialitat de les notícies; separar informació i opinió; respectar el pluralisme polític, religiós, social, cultural i lingüístic, així com les llibertats i drets recollits a la Constitució, i protegir joves i nens.

El 1989 es va crear la FORTA (Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autonòmics) que actualment reuneix tots els operadors públics regionals, a excepció del d'Extremadura, i que, entre d'altres,

té com a funcions la compra de continguts conjunta i la comercialització de publicitat estatal.

El Grup Radiotelevisió Valenciana (RTVV) ha estat el símbol audiovisual de la comunitat des de 1989, quan el setembre va començar les seves emissions Canal 9. Amb seu a Burjassot, Canal 9 va ser el canal generalista i darrere d'ell van arribar la segona cadena (Punt Dos), la ràdio autonòmica (Ràdio 9), el canal 24 hores (Nou 24) i fins i tot un canal per a satèl·lit (Nou Internacional).

Les majors quotes d'audiència de Canal 9 van arribar el 1992, amb un 22,5% de quota de pantalla, després del qual va arribar un descens continuat des de 2000.

El seu pressupost per a aquest any era de 78 milions d'euros, dels quals 68 corresponen a la subvenció que aporta la Generalitat. Amb un deute que frega els 1.400 milions d'euros, el 22 d'agost de 2012 el Consell d'Administració va aprovar un ERO que acaba de ser anul·lat per la Justícia, decisió que va desencadenar l'anunci del seu tancament.



El 'apagón' de Canal 9 relanza a Fabra en el PP

En su partido creen que ha ganado en credibilidad ante el Gobierno de Rajoy

XAVIER BORRÁS / Valencia

La decisión del presidente de la Generalitat valenciana, Alberto Fabra, de cerrar la televisión autonómica, Nou, ha provocado un *shock* político y mediático. No tanto entre la audiencia, que, además de escasa, anda dividida entre los grupos minoritarios que encontraban su espacio en el canal público y una mayoría aparentemente indiferente. El resultado es una decisión de gran calado que, de momento, ha aumentado la presión externa contra el jefe del Consell, pero que en el Partido Popular le ha reportado elogios, comprensión y un refuerzo de su liderazgo.

Ayer mismo, el presidente del PP de Valencia, Alfonso Rus, que no ha destacado nunca por alabar a Fabra, dijo que la decisión «es dramática, pero acertada». A su juicio, «se tiene que luchar por hacer una administración sostenible, que es lo que han pedido los ciudadanos: buena gestión. Eso es lo que ha hecho el presidente y yo le apoyo».

El desgaste electoral que supondrá está todavía por calibrar –en su equipo afirman que acabará entendiéndose–, pero no cabe duda de

que supone para Fabra un hito en su carrera, tanto de cara al electorado como hacia su propio partido. Fabra ha apostado fuerte en la Comunidad Valenciana y ante el resto de *barones* en un momento de gran dificultad, cuando los sondeos electorales pintan muy mal y la reputación de la región en el resto de España sigue tocada.

Lo de Fabra ha sido un auténtico puñetazo sobre la mesa que le acompañará toda la vida. Un político que, siendo alcalde de Castellón, defendió que se pudiera ver la TV3 en la Comunidad Valenciana –frente a su antecesor, Francisco Camps, que cortó la señal a la televisión catalana– y que, como presidente, ha decidido clausurar uno de los símbolos de la defensa de la lengua propia. Eso que en el PP llaman «señas de identidad» y que se resumen en una bandera, un himno, una lengua, un sentimiento.

Pese a que el manoseo político de la televisión y la radio públicas había convertido una y otra en medios periodísticamente irrelevantes –sin duda, lo peor que puede sucederle a un medio de comunicación–, Canal 9 y Ràdio 9 seguían



JOSÉ CUÉLLAR

MÁS POLÍTICOS QUE TELEVIDENTES. La manifestación convocada por el comité de empresa de RTVV contra el cierre de Canal Nou reunió ayer en Valencia, Castellón y Alicante a varios miles de personas –en la imagen, la concentración valenciana–. La protesta no fue, sin embargo, masiva y se vio a más políticos que televidentes molestos.

siendo altavoz para sectores con riesgo de invisibilidad en el mercado de los medios privados.

Acumular en sus siglas la herencia de ese valencianismo instalado en las capas bajas y medias de la sociedad, como antítesis del catalanismo más propio de la cultura y la intelectualidad, ha sido una de las

grandes bazas electorales del PP desde que en la primera mitad de los 90 desbancó del poder al PSOE.

Miembros del Gobierno de Fabra admiten que en estos meses han recibido consignas para dar un golpe de efecto, bajar «alguna» persiana de gran impacto con la que la región simbolizara ante el resto de

España el sacrificio realizado y, con ello, se justificara las enormes cantidades de dinero del Estado inyectado en la Generalitat y la obsesión de Fabra –y en esto le apoya toda la oposición– por mejorar la financiación. Fabra atendió la exigencia. Y ahora pide paso y más protagonismo.



Milers de valencians es manifesten contra el desmantellament de RTVV

L'oposició prepara accions legals contra la decisió d'Alberto Fabra

SALVADOR ENGUIX
València

Al crit de "no al tancament de Canal 9" i "Fabra dimissió", milers de persones es van manifestar ahir a la tarda pel centre de València contra la decisió de l'Executiu valencià de tancar l'ens públic. La manifestació, convocada per 160 organitzacions polítiques, econòmiques, acadèmiques i culturals, va ser secundada pels líders de tots els partits de l'oposició al PP: PSPV-PSOE, Compromís i Esquerra Unida del País Valencià. Curiosament, es va percebre un cert caràcter transversal, ja que es va poder veure persones amb la bandera estelada al costat de la senyera valenciana amb franja blava, la qual cosa no és comú en aquest tipus d'actes a València. A Alacant i Castelló es van fer també manifestacions amb el mateix objectiu.

Una pluralitat en la manifestació que es va concretar també en els perfils. Actors (molt afectats per la desaparició de les sèries de RTVV), alumnes de les facultats de Periodisme i Comunicació Audiovisual, empresaris, professors (amb especial representació del col·lectiu Escola Valenciana), societats agràries, esportives i fins i tot representants de les falles valencianes van secundar la convocatòria. Hores abans, i és una dada que s'ha de tenir en compte, les falleres grans de València (icones fonamentals de la festa valenciana) es van manifestar contra la desaparició de l'ens



Milers de persones es van manifestar a València contra el tancament del Canal 9

públic i van denunciar el fet que a partir d'ara l'activitat festiva no tindrà una televisió de suport. El comitè d'empresa de RTVV va tornar a exigir ahir al president Alberto Fabra que negociï una solució per mantenir aquest mitjà de comunicació. En el mateix sentit es va pronunciar el lí-

der dels socialistes valencians, Ximo Puig, que va subratllar que "tot és negociable", i va advertir que "hi ha formes legals per no tancar Canal 9".

Puig va anunciar que el seu partit presentarà un recurs d'anticonstitucionalitat en considerar la decisió d'Alberto Fabra

“un atemptat contra la democràcia i contra la llibertat d'expressió”. El líder de Compromís, Enric Morera, va anunciar que el seu partit ha presentat una denúncia per prevaricació contra el Govern valencià a la sala civil i penal del TSJ de València. Morera considera que la decisió de Fabra de reprendre per decret llei el control de Canal 9 després de la dimissió de la directora general “és una greu irregularitat que pot ser un delictes penal”.

Paral·lelament, l'Executiu valencià ja ha presentat la proposició de llei al Parlament perquè es tanqui com més aviat millor RTVV i per posar punt final a les emissions. El procés inclourà la

Els manifestants es van convocar al crit de "Canal 9 no es tanca" i van demanar la dimissió de Fabra

readmissió dels 1.000 treballadors acomiadats en l'ERO i un altre ERO de liquidació que deixarà al carrer 1.800 empleats. Dins del grup popular de les Corts Valencianes hi ha veus discrepants amb la decisió d'Alberto Fabra. El PP valencià vol accelerar al màxim el procés perquè desaparegui la televisió pública valenciana abans que finalitzi aquest mes.

Mentrestant, els treballadors continuen denunciant en els informatius la decisió de Fabra, malgrat haver-hi un nou director general.●



‘Alma, hija de la violencia’, treball extraordinari del catalanofrancès Miquel Dewever-Plana, apunta les línies de futur del fotoperiodisme

Benvinguts al webdoc

TERESA SESÉ
Barcelona

La nova edició del World Press Photo, mostra de fotoperiodisme internacional que fins al 8 de desembre s'exhibeix al CCCB, torna a ser un testimoni estremidor de les catàstrofes que han estat notícia durant l'últim any. Però entre les fotos impactants de guerres, terrorisme, manifestacions i fams –també n'hi ha de vida quotidiana, realitats gens escabroses que ni tan sols no aspiren a aparèixer a les pàgines dels diaris–, el certamen acull per primera vegada una selecció de projectes multimèdia (combinen fotos, vídeo, animació, àudio, textos...) l'hàbitat natural dels quals és internet i en què l'espectador deixa de ser un subjecte passiu i participa com un actor més en la narració. Amb tots vostès, el webdoc o webdocumental, un gènere que s'ha explorat escassament i poc definit, però que per a molta gent marca des d'ara les lí-

nies de futur del fotoperiodisme. El terme webdoc, com es diu a França (al Canadà és més conegut com I-Doc, d'Interactive Documentary), va aparèixer per primera vegada el 2002, en el marc del festival Cinéma du Réel, celebrat al Centre Pompidou de París. Però va ser el 2008, any en què el web de *Le Monde* publica *Voyage au bout du charbon*, quan el nou format va poder mesurar les noves possibilitats narratives que té amb una audiència àmplia.

“Estava disposada a matar per aconseguir amor”, diu l'Alma, la protagonista del premiat documental

Aquell treball de Samuel Bollen-dorf convidava l'espectador, a la manera dels videojocs, a dirigir la seva pròpia investigació entorn dels desastres ambientals i socials causats pel carbó a la Xi-

na; va tenir 200.000 visites. *Alma, hija de la violencia*, el guanyador de l'últim World Press Photo en la categoria de documental interactiu en línia, sobrepassa ja el milió d'entrades. Una xifra sorprenent, que bat marques i fa justícia a un treball inusualment rigorós, honest i profund que no hauria de passar desapercebut. Si en arribar al final d'aquest article (o durant la seva lectura) ho vol visionar, aquesta és la adreça: <http://alma.arte.tv/es/webdoc>.

Guanyador de sis premis internacionals més, entre ells la Visa pour l'Image d'aquest any, *Alma, hija de la violencia* indaga en l'origen de la violència a Guatemala i el fenomen de les maras, un món d'homes, a través d'una dona. Els autors són el fotoperiodista catalanofrancès Miquel Dewever-Plana –originari de Palafrugell, va créixer a França, ha viscut anys a Guatemala i des de fa tres resideix a Barcelona–, i l'escriptora Isabelle Fougère, els quals anteriorment ja havien dedicat un llibre, *Alma* (Blume), a aquesta jove guatemalca que als 15 anys



MIGUEL DEWEVER-PLANA

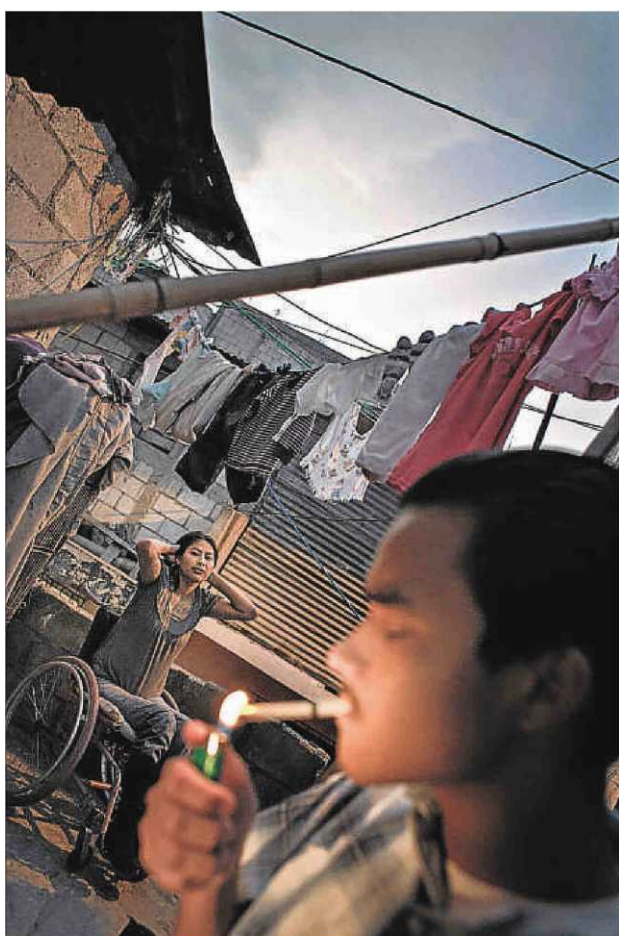
“L'Alma ens va canviar la vida”. Miquel Dewever-Plana i Isabelle Fougère davant una projecció del documental

decideix entrar a formar part d'una de les colles més violentes del país, fugint paradoxalment de la violència, per acabar finalment complint el seu destí de dona maltractada. “Estava disposada a matar per aconseguir amor”, diu en un moment. “No he tractat de justificar res, ha comès autèntiques atrocitats, però volia saber per què, com hi havia arribat, posar-me a les seves sabates. Què hauria fet jo al seu lloc? Aquesta és la pregunta. L'Alma va fugir del maltractament per ser objecte de la pitjor violència. Va entrar en la colla a la recerca d'una família. Mentre gravàvem l'entrevista hi havia moments en què la començàvem, ploràvem amb ella, ens emocionàvem, però al cap de poca estona l'odiàvem i al final no

sabiem què pensar-ne”, recorda Dewever-Plana. “No m'agradava veure com violaven les noies. Però ho havia de fer. En realitat no volia ser jo la violada”, dirà l'Alma en un altre moment de l'entrevista, amb una valentia i una honestat que Odesarmen.

Dewever-Plana i Isabelle Fougère van trigar un any i mig a persuadir-la de fer el documental produït per la cadena Arte i del que hi ha una versió per a televisió. Ella finalment va acceptar amb la condició que mai no el veïés la seva família. Quinze dies després de visionar-lo –ho va fer en companyia de dos psicòlegs– va trucar als autors: volia que la seva mare i les seves germanes el veiessin.

El documental està bloquejat



MIGUEL DEWEVER-PLANA

L'Alma, al fons de la imatge, amb el seu company actual



MIGUEL DEWEVER-PLANA

Una de les imatges que formen part del webdoc

en tota l'àrea d'Amèrica Central per protegir l'Alma, que va patir un intent d'assassinat quan va decidir abandonar la banda.

Alma, hija de la violencia ofereix dues narracions en paral·lel i és l'espectador, amb l'ajuda del ratolí de l'ordinador, qui acaba realitzant la pel·lícula. D'una banda està l'entrevista a l'Alma, un primer pla en un espai neutre, i per un altre fotografies, vídeos, imatges animades... que són com evocacions del relat i que es poden veure i deixar de veure sense deixar d'escoltar mai la veu de la protagonista. "Fins ara el web documental ha begut molt de l'estructura del videojoc, però jo volia fugir d'aquest format perquè sempre vaig pensar que aquest material havia de tenir una utilitat educativa". De fet, una de les seves

audiències més entusiastes són alumnes d'instituts francesos, on Dewever-Plana acudeix regularment a parlar del seu treball i on s'horroritza en sentir els seus comentaris, "t'adones que estan vi-

World Press Photo exhibeix per primera vegada els projectes guanyadors de la categoria multimèdia

vint situacions de violència molt semblants a les de la jove guatemalena". "La violència no és una cosa exòtica que només existeix a Amèrica Llatina", reflexiona. En un d'aquests centres de se-

cundària els alumnes han transcrit el testimoni de l'Alma per portar-lo al teatre, i ja en el terreny professional, s'està realitzant una adaptació escènica del llibre.

El treball en el web conté a més diversos blocs temàtics, amb els quals l'espectador pot contextualitzar i aprofundir la història: fotografies que Dewever-Plana va fer durant 18 anys de vivències i investigació periodística a Guatemala, des del genocidi de les comunitats indígenes en els anys vuitanta (va conèixer durant anys amb els camperols, "ells em van fer fotògraf: no em van deixar fotografiar-los fins que vaig experimentar a les meves pròpies carns el que significava la seva vida i la seva feina") fins al violent ecosistema que imposen les maras a les presons guatemalenes, on va anar diàriament durant cinc mesos, els tres primers sense càmera, experiència que va donar lloc al seu llibre *La otra guerra*. Ara no concep cap altra manera de treballar. Fa dos anys que no publica –es nega a acceptar, "per dignitat", les tarifes que es paguen avui dia als diaris i revistes– i diu: "L'Alma ens va canviar la vida, però no l'economia. Estic segur que en el futur aquest milió d'entrades al web tindran una compensació econòmica, s'estan estudiant fórmules".

També en el marc del World Press Photo, que organitza la Fundació Photographic Vision, es pot veure *En la sombra*, de Pep Bonet, premi al millor curtmetratge en línia, sobre els curtsmetratges que busquen a Sud-àfrica un món millor. ●



La plantilla de la televisión catalana es superior a la de Atresmedia y Mediaset juntas

C. García

MADRID- Con 2.544 trabajadores, la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales tiene una plantilla superior a los dos principales grupos comerciales generalistas – Atresmedia y Mediaset – juntos, ya que apenas superan los 1.000 empleados cada uno. El caso catalán, con ser el más extremo, no es el único que llama la atención por el volumen de trabajadores. A día de hoy, Canal Sur cuenta con una plantilla de 1.600 trabajadores – con lo que también supera a las privadas –, la Televisión de Galicia 1.053, la autonómica vasca (EITB), 957, y la valenciana, antes del ERE, 1.800 empleados. Las plantillas sobredimensionadas se han comido una buena parte de la tarta de los presupuestos de las cadenas autonómicas y ha sido una de las

principales fuentes generadoras de su deuda. Tal y como recoge el informe de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (Uteca), «Análisis comparativo de la Televisión Regional en Europa», fechado en 2011, las cadenas se gastaron en total 475 millones de euros en gastos de personal en 2009. Por autonomías, encabezó la lista Cataluña, con 152 millones, seguida de la Comunidad Valenciana (73), Andalucía (58) y Galicia (36). Esta partida aumentó un 4,3 por ciento con respecto al año anterior.

«Con estas plantillas tan nutridas, durante años se ha dado un porcentaje muy alto de absentismo laboral. A pesar de ser grave, ése no ha sido ni es el principal problema. Para comprender la verdadera escala de este dispendio hay que subrayar que hay un volumen sustancioso de personal contratado que se pasa la totalidad de su jornada laboral sin hacer nada, lo que coloquialmente se dice «hacer pasillo», porque no tiene ningún cometido concreto», explica una persona que prefiere no ser identificada, pero que cono-

ce muy bien el funcionamiento de las autonómicas.

Estos elevados volúmenes de personal se pretenden justificar por la oferta televisiva que ofrecen. La Corporación Catalana de Medios Audiovisuales tiene 8 canales para 7.565.603 habitantes, los mismos que tiene Mediaset y uno más que Atresmedia, con la salvedad de que ambos grupos privados, de carácter generalista, se emiten en toda España con una audiencia potencial de más de 47 millones de personas.

El caso del conglomerado audiovisual valenciano era aún más sangrante: tenía una plantilla de 1.800 trabajadores para 4 canales que iban dirigidos a una población de unos 5 millones de personas. Con estos datos, está claro que la burbuja de las televisiones autonómicas tenía que explotar más pronto que tarde, como así ha sucedido.

COMPETENCIA DESLEAL

Desde su nacimiento, a principios de los años 80, las cadenas autonómicas se fueron gestando con un modelo más propio de una televisión comercial que de un canal público. Contaban además con una ventaja de punto de partida: tenían una generosa dotación económica proveniente de las subvenciones que recibían de sus respectivas comunidades. Así, junto a TVE, en 2008 adquirieron los derechos de la Champions por 70 millones de euros. Cuando la cadena pública dejó de emitir publicidad, la Forta bajó un 30% lo que las cadenas comerciales, a través de Uteca consideraron como competencia desleal.



Aquesta setmana s'ha plantejat la qüestió de la sensibilitzaci3n com un instrument necessari per combatre la viol3ncia masclista que, en una d3cada, ha arribat a un punt àlgid amb l'assassinat de 700 dones. Però les administracions ja poden anar invertint -¿ho fan?- a sensibilitzar si a l'encendre el televisor ens cau una galleda d'aigua freda en forma d'anuncis. Imatges com les d'una dona absolutament dubitativa davant d'una quantitat ingent de parells de sabates exposades al seu vestidor. ¿Els homes dubten acomodats davant de desenes de sabates? I, més substancialment, ¿s'hi insisteix de manera p3blica?

No hi ha cap dubte que homes i dones tenen dubtes. I el dubte és una eina intel·lectual que ha omplert no pas pocs manuscrits i ha alimentat també nombrosíssims debats. **Sant Agustí, Plat3, Descartes.** El dubte en el seu últim recorregut té a veure amb un objectiu elevat, el descobriment de la veritat. Però no estem parlant d'aix3, sin3 de tot al contrari: de perfilar amb carmí la inseguretats, com a base per a la desqualificaci3n de la presa femenina de decisions. Aquesta

DEFENSORA DE LA IGUALTAT



EVA
Peruga

Vull aix3, aix3, aix3 i també aix3

vacil·laci3n està constantment publicitada. L'educaci3n forja aquest camí d'inseguretats que, tràgicament, en algun moment de la vida pot incapacitar la dona per afrontar la viol3ncia de gènere com el que és i no com una falta que està dins seu. De fet, el maltractador actua com a mirall de la societat, furtant a les dones les possibilitats que, com a persones, haurien de tenir en la mateixa mesura que els homes.

De les inseguretats també en neix la interpretaci3n dels avatars de la mateixa independ3ncia personal o de l'empenta empresarial o social, per exemple, veient-ho tot com muralles infranquejables. L'enfocament dels homes ja és un altre des de la infància. El foment de la se-

va seguretat es connecta a un món d'infinite possibilitats. No hi ha límits te3rics, de manera que a ells ni se'ls planteja cap més opci3n que no sigui la d'aspirar a tot. L'estructura social i política els afavoreix per traçar un rumb i seguir-lo.

Per a elles, la música té una altra melodia. La pressi3n sobre els *s'ha d'escollir* va anul·lant a poc a poc la possibilitat de voler-ho tot abans fins i tot de saber si es podrà complir amb l'objectiu o no. Els dubtes sobre la capacitat i el dret a ambicionar aquest tot s'apoderen de les dones. Han de triar quan, en realitat, no han tingut l'oportunitat de plantejar-se la vida amb tot all3 que li pot oferir. I, en moltes ocasions, arrela en elles la idea que es troben en un lloc

equivocat, en una situaci3n per a la qual no havien estat designades. Difícil, així, rebatre el missatge -aquest sí- construït des de la certesa i que alimenta dia a dia la desigualtat.

No és possible dissociar la desigualtat en les societats -res a veure amb les difer3ncies biol3giques entre homes i dones- de la propaganda diària sobre la falta de certesa i d'assertivitat de les dones. D'aquí ve el mèrit de les que aconsegueixen trencar l'escafandre. I, una vegada trencat, no només se n'aprofiten elles. La riquesa que creen es distribueix, així que constitueix una aposta segura per desterrar la desigualtat del planeta. De moment, el missatge femení propi és bàsicament de caràcter pràctic.

Així, segons un estudi recent, resulta que en set economies en creixement (el Panamà, Ghana, l'Equador, Nigèria, Mèxic i Uganda) la taxa de dones que emprenen negocis ja és lleugerament superior a la dels homes. Que no em diguin, doncs, que no saben triar unes sabates. ≡



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



Fe de errores

DEFENSOR DEL LECTOR. No basta con subsanar un error en la versión digital. Cuando supone la alteración de un dato debe documentarse en una aclaración en los soportes donde se ha producido

**TOMÀS
DELCLÓS**



Olivier Mouton escribió quejándose no tanto de un error en un editorial en el que se hablaba de las elecciones municipales venezolanas como de que tras haberlo advertido, y recibido una carta del diario conforme se trasladaba a la Redacción su aviso, no se había corregido. Finalmente, se procedió a su corrección en la edición digital y al final del texto se añadió una fe de errores, como es debi-

do, en el que se aclaraba que “en el texto original se decía por error que las elecciones municipales serán el 14 de diciembre, en lugar del día 8”, corrección que no se ha realizado en la edición impresa. La citada confusión de fechas, un desfase de una semana, no alteraba la argumentación editorial, pero la crítica del lector apuntaba más a los procedimientos de corrección. Este episodio plantea la conveniencia de revisar este tipo de procesos tanto en el caso, más lamentable, en que se ignoran los avisos de errores por parte de los lectores, como cuando hay poca diligencia o claridad a la hora de subsanarlos.

Un antiguo director de *Los Angeles Times*, John Carroll, comparó hace años los errores periodísticos con la contaminación industrial. Y, admitiendo que cometerlos es inevitable, defendía que “un buen periódico se limpia a sí mismo” reconociéndolos y reparándolos. Una encuesta de 2009 de Pew entre lectores de prensa estadounidense reflejaba que un 63% creía que las noticias eran “a menudo” inexactas, pero era mucho peor otro porcentaje: apenas un 21% estaba convencido de que las organizaciones periodísticas estaban dispuestas a admitir sus errores. Y, sin embargo, el reconocimiento del error es la manera más honesta y

franca de mantener la reputación de un diario que tiene en su empeño central explicar de forma veraz lo que sucede.

El *Libro de estilo* de este diario, como he recordado en otras ocasiones, establece que las equivocaciones deben corregirse lo más rápidamente posible “y sin tapujos”.

En este sentido, muchas veces, no basta, por ejemplo en la edición digital, con subsanarlo, debe advertirse en una nota a pie de página del cambio realizado. De no hacerse, se produce confusión entre los lectores, como reflejan los comentarios, ya que quienes han observado el

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



Fe de errores

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

error reciben la respuesta de otros lectores que han leído el texto una vez este ha sido corregido y no comprenden la causa del reproche.

La fe de errores en el caso de artículos publicados tanto en soporte impreso como digital, debe publicarse en ambos. Alfonso Montealegre, que lee el diario, explica, "con mucho placer desde hace dos años" en Holanda, advirtió de un error en un logo en la infografía que acompañaba un reportaje sobre la extrema derecha en Europa, publicado el 27 de octubre. "Por Holanda se ha colocado al partido VVD, en lugar del PVV (que lleva como emblema un ave, al igual que vuestro PP). El nombre del partido Partij Voor de Vrijheid (Partido por la Libertad) sí está bien. El líder del PVV, Geert Wilders era miembro del VVD, pero abandonó ese partido para fundar el PVV. En realidad, encuentro personalmente poca diferencia entre ambos, pero el VVD cuenta con algunos políticos decentes que se oponen al racismo y eso lo salva ante mis ojos". Otro lector, hizo la misma advertencia en los comentarios del digital. La infografía se retocó en la edición digital para insertar el logotipo correcto del partido aludido. El lector

del digital tuvo ocasión de agradecer la corrección que, sin embargo, no se documentó.

Pero también hay casos modélicos. Tras el aviso de un lector, se corrigió un titular en la edición digital y se publicó el correspondiente aviso: "En una versión del texto se sumaba el porcentaje de archivos legales (4,3%) al de los 'sin determinar', por lo que se daba un 70% de archivos legales, cuando no es así".

Otro episodio, mucho menos frecuente, fue la corrección de la firma de un artículo en la versión digital de un texto en inglés. El original en castellano y su versión en inglés en las ediciones impresas presentaba la firma correcta, pero un error técnico en la inserción de la firma, se atribuyó a otra persona. Se trataba de un artículo sobre la mastectomía y se dio la circunstancia de que la firma equivocada correspondía a un médico experto en cáncer de ovarios y endometrio, con un amplio catálogo de publicaciones. Se subsanó y se publicó un aviso sobre el cambio tanto en castellano como en inglés.

El escrutinio de los lectores no se limita a los errores cometidos por los periodistas. También alcanza a los datos suministrados por las personas sujetos de la noticia. Rubén Carbonero, por ejemplo, alertó sobre la necesidad de comprobar las cifras que suministran algunos organismos. En su carta se refería a la

Dirección General de Tráfico cuya directora general, en unas declaraciones, aludió a que, según el CIS, menos de un 0,8% de la población utiliza la bicicleta a diario y puso en relación esta cifra con el dato de 72 ciclistas fallecidos en accidente el año pasado. Según el barómetro del CIS aludido, comentaba el lector para discutir la desproporción señalada entre el uso de la bicicleta y los accidentes mortales, el 2,3% declara utilizar la bicicleta todos los días, el 0,8% todos los días laborables, y el 3,1% varios días laborables, lo que da un porcentaje superior de "usuarios regulares".

El grado de corrección que aplican

Reconocer el error genera confianza en el medio, no la destruye

los diarios de referencia es distinto. Hace poco, *The New York Times*, publicó una fe de errores sobre un nombre propio mal deletreado que advirtió este octubre en un artículo publicado en... enero de 1877. A veces, el acto de contrición no excluye el sentido del humor como hizo *The Economist* el año pasado. En el texto de la rectificación, tras advertir que una versión anterior del artículo afirmaba que los periodistas de Bloomberg Businessweek podían ser sanciona-

dos por sorber vino con sifón en el trabajo, el texto concluía que "esto no es cierto. Perdón. Debíamos estar bebidos en el trabajo". Al margen del acierto en este caso de la ironía sobre sí mismos, las fórmulas jocosas de corrección no son aconsejables en la medida que puede parecer que se devalúa su importancia.

Lo que es básico es hacer la corrección y reconocerla, publicando una aclaración, cuando el error modifica un hecho, un dato. Las faltas de ortografía, por ejemplo, deben eliminarse, pero no exigen en la mayoría de los casos una aclaración adicional ya que son llamativas y penosas, pero no suelen generar confusión. Otra cosa son nombres propios que pueden confundir sobre la persona. En Estados Unidos, por ejemplo, citar erróneamente el apellido de Barack Obama como Osama no resulta anodino tras las campañas acusándole de ser musulmán. Craig Silverman, especialista en los errores periodísticos, ha explicado en reiteradas ocasiones que la corrección bien hecha genera confianza en el medio, no la destruye. Los estudios demuestran —ha escrito— que los lectores no pierden la confianza cuando ven los avisos sobre errores, al contrario, ayudan a construirla, "porque la gente sabe que metemos la pata".

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

Codi QR

Ja va passar el juliol, amb el descarrilament del tren que circulava per la via d'alta velocitat a Santiago, i s'ha repetit el novembre arran de la polèmica detenció de l'empresari del Raval. En tots dos casos, *La Vanguardia* va incloure a la portada un enllaç (codi QR) que permetia obtenir, a través del telèfon mòbil, el vídeo de la notícia, disponible al web del diari: el comboi saltant pels aires, en el primer cas (26 de juliol), i una filmació inèdita dels Mossos reduint l'empresari, en el segon (1 de novembre).

Tant a l'estiu com ara, alguns lectors han qüestionat la pràctica. Sensacionalisme, morbositat i reiteració són les paraules que sintetitzen la seva postura. I en totes les comunicacions hi ha una pregunta implícita: calia?

Enric Sierra, subdirector de l'edició digital de *La Vanguardia*, explica al Defensor que el periodisme ha d'aprofitar tots els recursos tecnològics al seu abast i donar al lector la possibilitat d'informar-se a través de tots els canals. "*La Vanguardia* -diu- ja no és només un diari sinó una empresa periodística amb múltiples plataformes que posen a l'abast del públic informació veraç, contrastada i actual". I és lògic, afegeix, que donem la possibilitat de "passar d'una plataforma a una altra, en funció dels avantatges que cadascuna ofereix". Sierra no creu que aquesta sigui una proposta de periodisme sensacionalista perquè "els dos vídeos responen a criteris exclusivament informatius que compleixen amb els criteris deontològics del periodisme". I aprofita per revelar que van rebutjar publicar, al web del diari, imatges sobre la detenció del Raval per excessivament vio-

lentes i perquè atemptaven contra la dignitat de l'empresari posteriorment mort.

El periodisme està buscant el seu lloc i la seva forma d'expressar-se des que internet ha canviat els pressupòsits de la comunicació de masses. Cada mitjà assaja propostes noves i ningú no sap quin serà el

La invitació a passar del relat escrit al vídeo de la notícia ha de deixar ben clar que preval la informació sobre l'espectacle

suport d'èxit en un futur immediat ni tan sols com s'establirà la competència o complementarietat de diaris en paper amb els terminals electrònics. Però la pregunta, ara, és la que ens proposen els lectors. És sensacionalista o morbosa la pràctica que ha assajat *La Vanguardia* en els dos casos citats?

Javier Díaz Noci, catedràtic de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra i expert en periodisme a la xarxa, creu que "no és possible una resposta única" i que cada cas és diferent. "Un dels grans avantatges que ens dóna internet -diu- és l'accés directe a les fonts, de manera que n'hi ha prou amb seguir un enllaç per arribar a la matèria primera de la informació". Però precisament per això, pensa, cal ser molt curós amb la verificació de tots els materials informatius i amb una edició que no vulneri els codis ètics del periodisme. I davant la pregunta del Defensor, ofereix les claus per entendre el problema: "Mai no ha de prevaler l'espectacularitat sobre el rigor informatiu" i "en cap cas les imatges no han d'oferir-se fora d'un context proporcionat professionalment pel periodista".

Per evitar interpretacions errònies, en pròximes propostes que convidin a passar del relat escrit al vídeo de la notícia haurà de quedar ben clar que no es tracta d'una concessió al sensacionalisme, sinó d'un assaig per interrelacionar els suports del periodisme i mostrar les diferents cares d'una mateixa informació.●

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



Glòria Serra



Guerra al censor

Recordo perfectament la primera vegada que em van censurar. I un full escrit fet miques, camí de la paperera, mentre em deien: "Encara no saps on treballes. Seu i escriu!". No se m'ha esborrat de la memòria quina era la notícia i les diferències entre el que jo havia escrit i el que em van dictar. I, sobretot, l'enorme sensació d'indignació, fàstic i revolta que vaig sentir. Però vaig seure i vaig escriure al dictat.

He treballat en una dotzena de mitjans de comunicació. Molts d'ells públics, pagats per tots nosaltres per garantir que les minories i tots els continguts tinguin un espai. Mitjans creats i finançats per ser plurals al servei del ciutadà. He tornat a sentir a vegades el fàstic als llavis, com els ha passat tot sovint als companys de Canal 9.

Es tancarà Canal 9 i, potser, també Telemadrid. Fa temps que l'audiència, els seus ciutadans, els han abandonat, avorrits d'informatius que no informen i de programes servils amb el poder. Aquests dies estem escoltant coses que normalment es callen. Exemples de censures escandaloses o absurdes, com manipular les xifres d'una manifestació o prohibir la paraula retallades. Ens han explicat com s'utilitza el diner públic per castigar un rival: el nom d'Eduardo Zaplana esborrat de tota crònica, tot i ser portaveu popular al Congrés. O per promocionar una carrera personal cap

He tornat a sentir a vegades el fàstic als llavis, com els ha passat tot sovint als companys de Canal 9

a la Moncloa. O emportar-se els diners a mans plenes utilitzant la corretja de la trama Gürtel. Sense parlar de la contractació a dit i la multiplicació de càrrecs per tenir la menjadora plena de dòcils panxacontents.

Suposo que ho sospiten, però els ho confirmo: no és una rara excepció. Potser, només, en l'enorme quantitat d'indignitats comeses amb diner públic i en la llarguíssima durada en el temps. Però ha passat, passa i espero que deixi de passar. Tot això i més. I no conec gaires excepcions.

Per què els periodistes que no estem comprats callem? Per què no fem la nostra feina: servir a la veritat? Mirin, no som herois. Hi ha constructors obligats a acabar de qualsevol manera una desmesurada obra pública que intenten fer-ho el millor possible amb la boca tancada. O metges que veuen un servei públic encarir-se després d'una privatització feta a mida. I callen. Com calla el policia al qual ordenen tancar una investigació i oblidar-se'n per sempre.

Com ells, nosaltres també vivim en la por. Sí, jo també he estat covarda i he perdut mil batalles i he hagut de callar. He sentit moltes vegades indignació, fàstic i revolta. Per fer-me-les passar els demano avui ajut: vostès ens paguen, estem al seu servei. Siguin tan exigents amb els serveis públics i la seva transparència com ho són amb el menjar en un restaurant o la netedat dels llençols en un hotel. La brutícia que escampen els censors i els venuts és més perillosa per a la salut pública.

Els periodistes no som gaire importants. Però som un altaveu. El seu.

Jo avui he agafat el megàfon per desfogar-me. I he anat a mirar una carpeta de paper blau, molt atrotinada. Dins, hi ha els trossos esquinçats d'una notícia censurada i una plana sencera tacada amb un text manipulat. Em recorda sempre quina és la meva guerra.●



Pilar Rahola



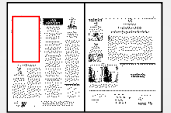
La lluna de València

Mai allò de la lluna de València no podia ser més expressiu. Certament, i atesa la quantitat d'informació sobre la censura sistemàtica que patien els periodistes, és evident que tothom vivia a la lluna valenciana. Perquè, si bé és cert que el poder polític té una tendència natural a dominar la informació, també ho és que cap pressió és comparable a la implacable censura que varen patir a Canal 9. I quan dic tothom, em refereixo a tots els estaments que havien de donar l'alarma, però des de la societat civil, fins als partits polítics, els col·lectius professionals i la pròpia població, tots varen tolerar una vergonya còsmica. Gosaria dir que fou pitjor que les pitjors èpoques de Telemadrid, ambdós exemples del que el PP entén per televisió pública. I dic PP perquè cap partit polític, en cap televisió, ha exercit aquest domini tan integral i desacomplexat damunt la informació. El problema és que uns, els periodistes, perquè necessitaven feina –i és comprensible–, d'altres perquè ja s'havien avesat al domini aclaparador del PP, i d'altres, la ciutada-

Tots varen permetre un periodisme de politburó polític més semblant al 'Pravda' que a la BBC

nia, que ja li anava bé, entre tots varen permetre un periodisme de politburó polític més semblant al *Pravda* que no pas a la BBC. La primera culpa, doncs, del que ha passat és la degradació fins a límits brutals del bé públic de la informació, amb l'accident del metro de València com a paradigma de la vergonya.

La segona culpa té a veure amb els negocis tèrbols d'una gestió econòmica deplorable que fins i tot va aterrar en el territori sinistre de Gürtel, amb bigotis inclosos. I pel camí, amics de tota estofa del PP valencià varen fer el seu agost. No oblidem que quan va arribar el PP al poder, el deute de Canal 9 era de 22 milions, tenia 687 treballadors i un 21% de *share*. Ara el PP el tanca amb 1.200 milions de deute, 1.600 de personal i un *share* del 5%. I si la gestió periodística ha estat un escàndol i l'econòmica una vergonya, la gestió del model ha estat un pel·lícula *gore*. És de l'època del PP ultraconservador i ultracatólic l'arribada pletòrica de *Tòmbola* als estudis de Canal9, i a partir d'aquest model, la graella va degenerar en una caiguda als inferns que no tenia aturador. El PP, doncs, va heretar una televisió ben gestionada, seguida i raonablement independent i ara tanca una televisió foradada, abandonada i descaradament censurada. És a dir, l'ha destruïda. I el pitjor és que crec que aquest final tràgic ja li va bé, primer perquè no creu en les televisions "autònòmiques", segon perquè sap que està a les portes de perdre el poder, i la idea d'una privada conduïda per veus amigues és més plaent que una pública no controlada. I tercer, perquè, malgrat tot, Canal 9 era l'única opció que els valencians tenien de sentir la seva llengua. I en l'actual creuada de *lapaos*, Werts i Bauzàs, faltava la pota valenciana. Tot plegat miserable, deplorable i, el que és pitjor, impune.●



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

‘La Gaceta’ acusa subliminarment ‘El País’ d’alliberar etarres



Els diaris catalans han informat de l'eradicació de la doctrina Parot i les seves conseqüències d'una manera molt menys històrica que els de Madrid. Fins i tot ahir, que hi havia un criteri de proximitat –un dels alliberats és l'autor de la massacre d'Hi-percor–, tots els diaris catalans ho recollien en portada, però amb titulars merament enunciatius, per bé que es podien buscar matisos en la manera com cadascú identificava l'home: “assassi” (*La Vanguardia*), “artificier” (*El Periódico*), “condemnat” (*El Punt Avui*) i “etarra” (ARA). La premsa de Madrid, en canvi, seguia aplanant el camí cap a la imposició de la cadena perpètua revisable. Ho feia a cop de periodisme emocional i portades sensacionalistes. Però el títol amb més mala bava, de bon tros, era el de *La Gaceta*. “*La Audiencia Nacional libera con prisa a otros nueve etarras*”. El deixo en castellà perquè, si no, es perdria l'ambigüitat. Perquè *prisa* vol dir aquí la pressa amb què l'Audiència Nacional ha alliberat els presos sense esperar la reunió del Suprem de dimarts. Però *Prisa* és, també, el nom del grup editor d'*El País*, el diari que ha marcat més distàncies amb la controvertida Associació de Víctimes del Terrorisme. El fet que escriguin tot el titular en majúscules reforça la hipòtesi, ja que aleshores l'ambigüitat és absoluta. I, ahir, *El País* era l'únic diari generalista que no treia el tema en portada. Però això no justifica el titular de *La Gaceta*, trinxeraire i d'un gust més aviat pèssim.

Al racó de pensar

FEDERICO JIMÉNEZ LOSANTOS

DIRECTOR DE LIBERTAD DIGITAL

“Cal felicitar que, a hores d'ara, Rajoy no hagi ordenat l'ingrés d'Ortega Lara al zulo per tornar a ser torturat per Bolinaga”



Clamor en la calle contra la liquidación de Canal 9

Políticos y sindicatos exigen un pacto que evite el cierre

C. V. / P. A., Valencia

Miles de personas (60.000, según los organizadores) clamaron ayer en las tres grandes capitales valencianas contra el cierre de Radio Televisión Valenciana (RTVV) anunciado el pasado martes por el presidente de la Generalitat, Alberto Fabra. "Es un referente para la sociedad civil y no puede cerrarse", reivindicaron trabajadores, sindicatos, políticos y representantes de las 150 entidades adheridas a la protesta. Todos exigieron al Gobierno valenciano que negocié una salida que evite el cierre.

"La RTVV es de los ciudadanos, no del Consell, y no queremos que se cierre", reivindicaron colectivos políticamente antagónicos. En la marcha se mezclaron colectivos del nacionalismo de izquierdas con los del regionalismo más conservador, algo que no sucedía desde la manifestación a favor de la autonomía el 9 de octubre de 1977.

El presidente Fabra reiteró ayer en una entrevista que la decisión no tiene marcha atrás después de que los tribunales anularan el expediente de regulación de empleo (ERE) en RTVV, que supuso el despido de 1.000 empleados.

La consigna *Fabra, dimisión* fue una de las más escuchadas a lo largo del recorrido. La manifestación fue, además, aplaudida y muy fotografiada por el público que transitaba por el centro de Valencia. Presidió la marcha una carroza donde el comité de empresa de RTVV, convocante de la protesta, montó un plató móvil por el que desfilaron conocidos actores del público por su participación en series como *L'Alqueria blanca*, uno de los mayores éxitos de Canal 9. Por allí pasaron intérpretes y presentadores como Ferran Gadea, Alex Gadea, Carles Alberola, Cristina García y Eugeni Alemany.

Apoyos del sector

La protesta contó con el soporte de formaciones políticas como el PSPV, Esquerra Unida del País Valencià (EUPV), Compromís y Esquerra Republicana (ERC). El único partido ausente fue el PP. También se unieron los sindicatos CC OO, UGT, Intersindical Valenciana y CSIF. Los trabajadores de RTVV recibieron la solidaridad de los comités de empresa de TV3, Canal Sur, Telemadrid, TVG, IB3 y RTVE, entre otros.

En las tres manifestaciones se leyó un manifiesto en defensa de la radio y la televisión públicas.



'La Vanguardia' i Sebap, acord de col·laboració

Miquel Roca Junyent, president de la Sebap (Societat Econòmica Barcelonesa d'Amics del País), i Pere Guardiola, director general de *La Vanguardia*, han firmat l'acord de col·laboració per donar suport i difusió als actes Els Debats de la Sebap, basats en el desenvolupament de ponències amb personalitats del món empresarial, polític i social. Més de vint conferències s'han celebrat aquest any amb la participació dels principals experts i analistes en cada matèria.



PEDRO MADUENO



El judici per la difusió dels correus electrònics d'Urdangarin, el 12 de març

► La jutgessa de primera instància 46 de Barcelona ha fixat per al 12 de març del 2014 el judici civil per la difusió de correus electrònics personals del duc de Palma, Iñaki Urdangarin, en la demanda per presumpta vulneració del dret a l'honor contra l'exsoci a Nóos, Diego Torres, i set grups de comunicació. La jutgessa ha rebutjat que Urdangarin i Torres declarin aquell dia. / EP



La plantilla de TV-3, contra Duart

El 60% del personal vota en referèndum que cessi la cúpula de la CCMA

OLGA LERÍN
EL PERIÓDICO

Els treballadors de Televisió de Catalunya (TVC) van demanar divendres passat, a través d'un referèndum, el cessament de la cúpula directiva de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)

—que presideix Brauli Duart— i de TV-3, i, a més, van aprovar un pla de mobilitzacions. La consulta —feta en dos dies— va ser la segona de més participació d'un total de quatre que s'han portat a terme des que es van iniciar les retallades, el 2011.

El referèndum va disposar de dues urnes diferents: una per a cada papereta. D'un cens total de 2.058 treballadors, la consulta va comptar amb 1.300 vots (63,17%): 1.254 a favor (96,46%) del cessament; 20 en

contra (1,54%); 24 en blanc (1,85%) i dos nuls (0,15%). En la segona votació es van recollir 1.278 sufragis (62,10%): 936 a favor (73,24%) de les protestes; 264 en contra (20,66%), 73 en blanc (5,71%) i cinc nuls (0,39%).

Les mobilitzacions contra l'externalització del departament comercial per garantir el futur dels mitjans públics i reclamar un conveni col·lectiu «digne» (en negociacions en aquests moments) inclouen quatre aturades parcials (d'un mínim de

dues hores i un màxim de tres, encara que algunes es podrien reconvertir en minivagues de 10 minuts) entre el novembre i el pròxim mes de febrer.

El comitè d'empresa de TVC va fer una valoració positiva del referèndum. «Pronunciar-se a l'urna és més important que en una assemblea —va dir un portaveu—. Ara tenim el suport de més de la meitat de la plantilla». La primera votació dels treballadors de TV-3 va tenir lloc el maig del

2011, quan van aprovar una reducció dels sous del 5%. L'any següent es va sotmetre a consulta un pla de mobilitzacions, i el mes d'agost passat es va donar llum verda al preacord de l'ERO.

SENSE COMENTARIS A LA CCMA // A preguntes d'aquest diari, la direcció de la CCMA no es va voler pronunciar sobre el procés d'externalització del departament comercial, a l'espera d'una reunió —aquesta mateixa setmana— amb els afectats (preveuen 34 sortides) i l'estudi de l'informe no vinculant que els ha entregat el comitè d'empresa. ≡



No hi ha gent més fidel a TV-3 que els ciutadans que la miren, l'escolten i, en bona part, la paguen. Els treballadors de la casa intentem diàriament estar a l'alçada. Les informacions i els programes que surten en antena són els més ben valorats i els més vistos a Catalunya des de ja fa 30 anys. Els reptes han estat enormes: primer el boicot del Govern espanyol, després els intents polítics apropiatoris de l'Executiu que ens va crear, la competència de les televisions privades i els últims anys, la crisi.

Ha costat esforços, sovint a costa dels treballadors, superar-los. S'han acomiadat més de 400 companys i els que continuem fent possible aquest mitjà hem hagut de cedir, de mitjana, un 25% dels nostres salaris.

Coneixem les circumstàncies que ens toca viure. No és moment de qualificar-les. Però sí que és hora de dir que són molt difícils de superar amb l'enemic a casa: **Brauli Duart**, nomenat president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais (CMA) pel govern convergent amb la missió d'empetitir

Tribuna

Comitè d'Empresa
TELEVISIÓ DE CATALUNYA

COMITÈ D'EMPRESA
TVC

L'enemic a casa

«¿Com s'exigirà a una empresa privada, que es basa en la venda de publicitat, que prioritzi criteris de servei públic?»

TV-3 perquè els grups de comunicació privats puguin aconseguir el que no han obtingut per mèrits propis. Ho demostra la votació al Parlament de la setmana passada. CiU, PP i PSC es van aliar per poder atorgar als grups de comunicació privats afins la gestió de la nostra segona font d'ingressos: la publicitat.

TV-3 emet publicitat des del primer dia. Els seus ingressos formen, amb l'aportació pública, el finançament mixt que preveu la llei.

Els últims anys la crisi ha reduït els ingressos provinents de les dues fonts. En la venda d'espais publicitaris s'ha patit una reducció del 25,4%, respecte l'any 2009. Durant el mateix període, la baixada del mercat publicitari ha estat del 23,7%.

Tot i així, Televisió de Catalunya (TVC) ocupa el tercer lloc en el rànquing estatal de venda de publicitat, darrere de Mediaset i Atresmedia, i el que encara és més rellevant, manté una ràtio d'eficiència superior a 100, un resultat positiu ja que mesura l'equilibri entre l'audiència i els ingressos. Només Mediaset

i Atresmedia superen aquest resultat, mentre que la resta d'operadors del mercat es mantenen a molta distància. La davallada d'aquesta ràtio els darrers anys és el principal motiu que argumenta la direcció per externalitzar el departament comercial.

Diuen que es milloraran els resultats a partir de la suma d'esforços, però no expliquen ni com ni quant, i objectivament, no hi ha cap garantia d'aconseguir-ho.

Els grups que optaran a l'adjudicació tenen, tots ells, resultats molt inferiors als del departament comercial de TVC, a part de força menys experiència. I molt probablement una cartera de clients més reduïda.

És l'empresa adjudicatària, en realitat, qui hi sortirà guanyant, ja que afegirà a la seva oferta els espais publicitaris i els clients de TVC. Per no parlar de les comissions que la CCMA els abonarà.

Mentrestant, TVC haurà perdut un departament estratègic i haurà donat a la competència la seva cartera de clients, els seus professionals especialitzats, la seva experiència acumulada i el que és més le-

siu: informació sobre els nous programes i/o espais televisius, en fase d'elaboració encara, a les cadenes que li fan la competència. O sigui: informació estratègica i confidencial.

D'altra banda, ens fem una pregunta: ¿com es podrà exigir a una empresa privada, que basa tots els seus guanys en la venda de publicitat, que prioritzi els criteris de servei públic?

La publicitat a TVC no ha de ser ni tanta ni tan intrusiva com la que emet una televisió privada. Ha de tenir cura dels espais on s'ubica, de la durada dels blocs, del contingut i de l'ús del català en els espots. Una cura difícil de mantenir, des d'un punt de vista privat, si entra en col·lisió amb l'obtenció de beneficis d'un tercer.

És hora de dir-ho alt i clar: l'externalització del departament comercial és el primer pas per al desmembrament i la privatització de TVC. Suposa destruir-la des de dins. Tenim l'enemic a casa i per això els treballadors vam aprovar divendres passat, amb més del 96% dels vots emesos, reclamar la destitució de la direcció.



Bolsa & Inversión Posibles cambios en la herramienta de 'elEconomista'

La parrilla de CBS espera que Axa pierda audiencia para robar su puesto

La productora es la más atractiva de su sector y espera un hueco dentro de 'elMonitor' para entrar

F. S. M. MADRID.

Históricamente –al menos durante los últimos cinco años así ha sucedido–, las productoras de cine y televisión de EEUU han vivido durante esta época del año en la que el frío vuelve a hacer acto de presencia en el hemisferio norte, una sustancial mejora en sus recomendaciones y en la valoración que los expertos le otorgan.

Este comportamiento se ha convertido en un axioma inexorable que ha alcanzado su máxima representación durante este ejercicio, ya que en 2013 la mejora en las perspectivas de los analistas sobre estas compañías ha sido más palpable que en otras ocasiones.

En este sentido –como ya se contó la pasada semana–, cuatro compañías destacan por encima del resto. Se trata de CBS, FOX, Time Warner y Comcast. Éstas se incorporaron al radar de *elMonitor* el pasado lunes en base a unos fundamentos dignos de la herramienta de inversión de *elEconomista*.

Todas ellas reciben actualmente

el consejo de compra más sólido desde el inicio de la crisis. Hasta tal punto que, de todas las revisiones realizadas por las casas de análisis en el último mes, ninguna aconseja vender. Las estimaciones de beneficio que los expertos les suponen para los siguientes ejercicios son inmejorables, mientras que la deuda que se espera para los próximos años va decreciendo progresivamente.

Sin embargo, entre todas ellas destaca el caso de CBS, aunque no sea únicamente por los fundamentos que los expertos le dibujan para el futuro próximo. Se trata de una de las empresas con una biblioteca audiovisual en el ámbito del entretenimiento más amplia. Un elevado contenido televisivo y cinematográfico que poco a poco está compartiendo con Netflix –la firma más conocida en la venta de *streaming*, películas y series de televisión por Internet–, a través de acuerdos puntuales y en los que los expertos ven una clara señal de fortaleza.

Y a todo ello hay que sumar que es la firma que resulta más atracti-

EADS: a doblar su precio en la herramienta

La elevada revalorización que acumulan desde su entrada en la estrategia de 'elEconomista' algunas firmas como Celgene o Gilead, ha hecho que el comportamiento mostrado por Airbus (EADS) haya pasado desapercibido. Sin embargo, el conglomerado aeroespacial acumula desde que entró en 'elMonitor' un alza superior al 82 por ciento, lo que la convierte en la estrategia europea que mejor se comporta. Sin embargo, las casas de análisis no parecen sentir vértigo con una compañía que acumula tal subida, ya que recomiendan firmemente tomar posiciones y aún le otorgan recorrido en el parque para los siguientes doce meses.

va por técnico entre las productoras de cine y televisión. Así lo afirma Joan Cabrero, analista de Ágora A. F. para *elEconomista*. La evolución en el mercado de renta variable de las cuatro firmas analizadas dentro de este sector "muestra una gran correlación entre ellas", y deja ver "un momento alcista en todos sus plazos". Sin embargo CBS tiene algo especial. "La empresa estadounidense se encuentra en subida libre y superando su resistencia creciente".

Quizás por ello, aunque está en máximos históricos, "parece mostrar menos dificultades dentro de la tendencia alcista que describe el resto de sus competidoras."

Y es que, desde que empezó el ejercicio, sus acciones se han revalorizado cerca de 50 por ciento en el mercado de renta variable, algo que la coloca como una de las empresas más alcistas de este sector en el mercado.

Y los analistas esperan que su ritmo de crecimiento en el parque siga siendo elevado. Una muestra de ello es que para los siguientes doce

meses le atribuyen un potencial del 11 por ciento, algo que situaría su precio por encima de los 64,6 dólares, su máximo histórico.

A pesar de todo, varios son los obstáculos que se encuentran en medio del camino a su incorporación a la cartera. El primero de ellos es que a pesar de encontrarse más fuerte por técnico que sus competidoras, los precios no son los óptimos para entrar ni en ella, ni en ninguna de sus competidoras.

El segundo impedimento que se cierne sobre ella es el aforo limitado de *elMonitor*. La incorporación de CBS a la cartera parece complicada en un momento en el que el cupo de compañías permitido en la lista de recomendaciones está completo (veinte firmas).

Axa actuará de juez

En este sentido tendría que producirse una salida de alguna compañía perteneciente a *elMonitor* para que CBS pudiera entrar en la herramienta. Y ahí es donde Axa se erige como *juez improvisado*. La firma gala sería la principal candida-

Confirma una rentabilidad superior al 50%

Rentabilidad acumulada en bolsa, en porcentaje desde el 10 de febrero de 2012

ENTRAN
SALEN

CARTERA INICIAL

10 de febrero de 2012

	Caterpillar
	Enagás
	EADS
	Ferrovial
	Grifols
	Home Depot
	LVMH
	McDonald's
	Repsol
	Volkswagen

Fuente: Bloomberg y elaboración propia.





La temporada de resultados anima las rentabilidades

Evolución de las estrategias de elMonitor

			CAMBIO EN EL AÑO (%)	CAMBIO EN UN MES (%)	PRECIO* (MONEDA LOCAL)	PRECIO* OBJETIVO (MONEDA LOCAL)	PER**	RENTABILIDAD POR DIVIDENDO (%)		BENEFICIO NETO (MILL. €)		FECHA APERTURA	RENTABILIDAD ACUMULADA (%)	
							2013	2014	2013	2014	2013	2014		
Allianz	Allianz	DE	17,37	4,99	124,00	133,31	9,3	9,2	4,27	4,39	6.014	6.096	17/09/2013	7,27
Anadarko	Anadarko	US	21,05	-3,90	89,79	114,24	20,6	16,8	0,42	0,40	2.104	2.651	07/03/2013	9,85
AXA	AXA	FR	35,54	4,29	17,79	19,92	9,0	8,4	4,48	4,84	4.836	5.271	29/04/2013	23,29
BNP Paribas	BNP Paribas	FR	25,91	5,01	52,92	57,62	11,4	10,1	3,24	3,74	5.853	6.465	07/08/2012	57,36
Celgene	Celgene	US	84,77	-5,77	146,26	174,91	24,2	19,9	0,00	0,00	2.568	3.076	19/03/2012	93,65
eBay	eBay	US	3,08	-3,67	53,04	61,97	19,5	16,7	0,00	0,00	2.891	3.355	04/04/2013	-4,43
EADS	EADS	FR	81,83	6,64	52,71	53,23	19,9	14,9	1,76	2,52	2.032	2.787	05/12/2012	79,29
Express Scripts	Express Scripts	US	18,67	2,36	64,08	73,05	14,8	13,0	0,00	0,00	1.951	2.866	06/12/2012	19,00
Gilead Sciences	Gilead Sciences	US	78,71	6,25	66,78	78,85	33,0	21,4	0,00	0,00	3.047	4.710	13/11/2012	83,76
Halliburton	Halliburton	US	55,38	9,96	54,66	65,22	17,2	12,9	0,93	1,13	2.832	3.605	12/07/2013	23,73
priceline.com	priceline.com	US	64,88	-1,80	1.052,15	1.182,96	25,4	20,7	0,00	0,00	1.840	2.351	05/12/2012	58,40
Qualcomm	Qualcomm	US	8,46	-0,15	67,49	75,83	14,9	13,3	1,79	2,10	7.911	8.715	31/01/2013	2,23
Rio Tinto	Rio Tinto	US	-6,19	9,80	32,66	3.707,24	10,4	9,4	3,39	3,64	5.259	6.626	26/09/2013	4,05
Roche	Roche	CH	36,30	5,47	250,00	274,53	16,8	15,5	3,20	3,45	11.892	12.974	11/01/2013	28,07
Siemens	Siemens	DE	20,09	6,56	94,81	97,72	18,3	13,8	3,14	3,45	4.284	5.542	31/10/2013	1,15
Téc. Reunidas	Téc. Reunidas	ES	8,11	10,92	38,14	41,84	15,6	13,8	3,69	3,85	135	149	29/10/2013	0,51
The Boeing	The Boeing	US	74,51	12,70	131,37	145,59	19,6	17,5	1,48	1,65	4.331	4.932	08/10/2013	12,58
United Tech.	United Tech.	US	30,80	3,11	107,22	118,95	17,4	15,7	2,05	2,26	5.635	6.267	07/08/2012	37,25
Vinci	Vinci	FR	30,85	7,20	46,46	50,17	13,9	12,9	3,76	3,92	1.879	2.024	17/07/2013	18,07
Volkswagen	Volkswagen	DE	12,17	13,39	192,10	200,48	9,5	8,2	2,10	2,62	9.530	11.203	10/02/2012	32,76
TOTAL RENTABILIDAD ACUMULADA (DESDE 1/01/2013)					IBEX 35	8,69	EUROSTOXX 50	19,69	DOW JONES*	21,51	elMonitor	52,8		

Fuente: elaboración propia con datos de FactSet. (*) Datos a media sesión en Europa y al cierre del jueves en EEUU. (**) Número de veces que el precio de la acción recoge el beneficio.

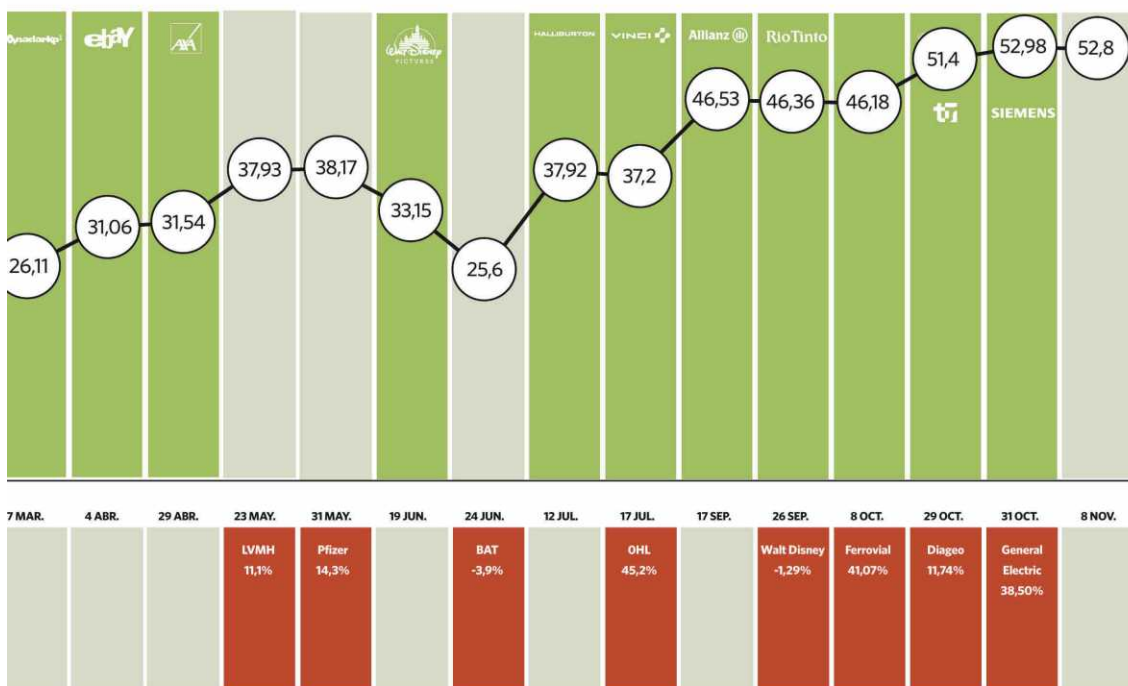
elEconomista

ta a abandonar la herramienta de inversión de *elEconomista* al gozar de la recomendación de compra menos sólida de todas las empresas que hasta ahora se mantienen en cartera.

Su consejo de compra se ha visto debilitado en las últimas semanas hasta rondar la fina línea que separa un consejo de tomar posiciones en una compañía del de mantenerlas, algo que podría traer como consecuencia su expulsión de la tabla de seguimiento si se prolonga este deterioro en las próximas semanas.

Sin embargo, este hecho no parece muy factible por ahora, ya que durante las últimas cuatro semanas las revisiones llevadas a cabo por el consenso de mercado sobre Axa han sido más positivas que las realizadas de media. La firma gala acumula en *elMonitor* una rentabi-

lidad superior al 25 por ciento desde que se incorporó a finales del mes de abril, algo que la sitúa como la octava compañía de la herramienta que más alzas registra (ver gráfico).



CARTERA ACTUAL

8 de noviembre

RENTABILIDAD (%)

Allianz	Allianz	7,27
Anadarko	Anadarko	9,85
AXA	AXA	23,29
BNP Paribas	BNP Paribas	57,36
Celgene	Celgene	93,65
eBay	eBay	-4,43
EADS	EADS	79,29
Express Scripts	Express Scripts	19,00
Gilead Sciences	Gilead Sciences	83,76
Halliburton	Halliburton	23,73
priceline.com	priceline.com	58,40
Qualcomm	Qualcomm	2,23
Rio Tinto	Rio Tinto	4,05
Roche	Roche	28,07
Siemens	Siemens	1,15
Téc. Reunidas	Téc. Reunidas	0,51
The Boeing	The Boeing	12,58
United Tech.	United Tech.	37,25
Vinci	Vinci	18,07
Volkswagen	Volkswagen	32,76

elEconomista



ALFRED RODRÍGUEZ PICÓ

Meteoròleg

Apassionat El seu primer record és el de la nevada del 1962. La biografia de Rodríguez Picó va lligada a la meteorologia, la seva passió juntament amb la música. Viu els fenòmens meteorològics amb intensitat i, com a bon comunicador, és capaç d'encomanar-ho

“Van dir de tot, un diari fins i tot va publicar que m’havia mort”



LARA BONILLA

De tant utilitzar-la, la paraula ja està molt gastada, però Alfred Rodríguez Picó és dels que s’han reinventat. Després que cancel·lessin el seu programa a La Xarxa, el que va ser home del temps de TV3 ha boleat la seva passió per la meteorologia a la web Picó.cat i ha ideat diversos espectacles en què uneix les seves dues passions, la música i la meteorologia.

Vas començar de molt jove.

La primera crònica de ràdio la vaig fer als 14 anys. No m’havia canviat la veu i algú va preguntar si era una noia! Als 16 anys ja vaig entrar a Ràdio Barcelona i també feia la previsió del temps als diaris. Repartia els articles un per un per tot Barcelona esquivant les pilotes de goma. Era una època conflictiva.

D’on et ve l’interès per la meteorologia?

Va néixer amb mi. Als nou anys ja tenia el meu primer observatori i sempre n’he tingut allà on he viscut. De petit, els meus ídols eren Mariano Medina i Eugenio Martín Rubio, i jo volia ser com ells. Cada dia dibuixava el mapa d’Espanya amb els símbols i el temps que faria. I aquesta passió no l’he perdut mai, ha anat a més.

Vint anys treballant a TV3 i a Catalunya Ràdio. ¿Vau canviar la manera de comunicar el temps?

Sí. Dir que no seria falsa modèstia, perquè és veritat. Vam canviar el llenguatge i vam ser els primers a ensenyar fotos dels espectadors. Eren els anys 80, i llavors ningú ho feia.

El temps és un dels espais amb més audiència.

Sí, a tot arreu, però aquí tenim la sort que és una tradició més marcada i ve de finals del segle XIX, quan els centres excursionistes van muntar observatoris a les muntanyes de Catalunya i això va crear afició. I TV3 va fer una aposta molt forta i li va donar un espai independent. Recordo un cop que en un poble em van rebre amb una banda de música, banderoles i gent al carrer. Pensava que era festa major però em van dir que era per mi.

I com portaves la popularitat?

Als anys 80 i 90 sorties de casa i la gent et demanava autògrafs. Durant una temporada no suportava la pressió i l’estrès i vaig agafar un any sabàtic. Per a mi era un gran descans anar uns dies a l’estranger per poder ser jo i no estar sempre observat. Amb el temps ho vas assimilant, i ara que sóc més gran ho porto bé.

Com vas viure el final d’etapa a TV3?

Van dir de tot: que m’havien fet fora, que tenia la sida, que m’havia mort... Fins i tot va sortir publicat en un diari. Una nit van trucar als meus pares i els van donar el condol. L’únic que va passar és que havia perdut la il·lusió. Però això no tenia morbo... Vaig haver de trucar al Lec-

turas perquè em fessin un reportatge per demostrar que estava bé.

Després va venir BTV –deu anys– i un canvi de registre amb el programa cultural a La Xarxa, que va durar només set mesos.

Em van venir pors quan m’ho van proposar però la vida és això: reptes. El programa anava cada cop millor però va venir un gerent nou, va fer números i ens va fer fora. Però va ser l’experiència professional més enriquidora de la meua vida.

I ara, un nou repte, la web Picó.cat.

Quan el programa es va acabar vaig aprofitar l’ocasió per buscar sortides innovadores. A Picó.cat comunico la meua passió per la meteorologia. No n’hi ha cap a l’Estat amb tants continguts. Hi he invertit diners i ara cal buscar publicitat, però és una aposta. Hi ha fotos, una llista de Spotify amb músiques del segle XI al XX relacionades amb la meteorologia, un fòrum que està funcionant molt bé, articles meus, vídeos de fenòmens extrems i *Picó TV*, un programa de televisió amb tres seccions: una en què persegueixo cada setmana un fenomen meteorològic, la previsió del temps i les fotos dels lectors.

T’ha passat de tot perseguint fenòmens.

El més important per a mi és viure els fenòmens meteorològics des de dins, però amb compte. Fa un mes em va caure un llamp a 40 metres. Abans me n’havia caigut un altre al braç mentre seguia una tempesta i aquest estiu, perseguint una pedregada, vam haver de posar les mans al vidre del cotxe perquè no es trenqués.

I encara tens més projectes.

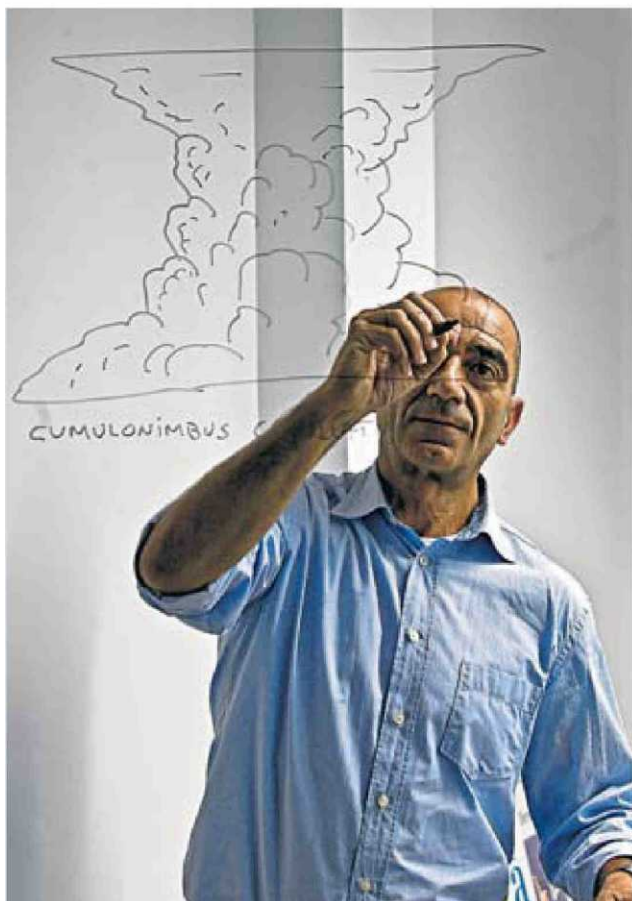
Sí. L’espectacle *Meteorodansa*, amb 207 ballarins –set professionals i 200 estudiants d’institut–, i jo faig d’explorador que recorre el món visitant llocs on s’han registrat rècords meteorològics amb música que he seleccionat, dansa i imatges impactants. O *Meteoromúsica*, amb l’Orquestra de Cambra de Granollers, que interpreta una selecció de peces relacionades amb la meteorologia i una sorpresa final. Ha estat un èxit. El 2 de desembre fem un concert solidari al conservatori del Liceu.

No ets una persona que es quedi de braços plegats.

Això mai. I si no és això ja buscaré alguna altra cosa, però, si pot ser, que ho faci a gust. Perquè, si ho vius amb passió, ho transmetes, i això es nota. I sempre amb sentit de l’humor! Riure’t de tu mateix és fonamental.

Tornaries als mitjans?

No em tanco a res però, si hi tornés, seria innovant. Alguns mitjans haurien de renovar una mica la informació del temps. Fa molts anys que fan el mateix. —



Alfred Rodríguez Picó defensa que no calen grans mitjans per innovar en la comunicació meteorològica. I d’idees no n’hi falten. XAVIER BERTRAL

un mestre

MARIANO MEDINA

un fenomen meteorològic

LA TEMPESTA



un lloc

PENÍNSULA DE SNAEFELL (ISLANDIA)



01



02



Internet també es vesteix a la moda

Les webs que vagin a la moda seran les que es vegin bé en mòbils i tauletes. El disseny serà senzill, amb botons i tipografies més grans, i els portals estaran preparats per navegar en horitzontal i de manera tàctil

NEREIDA CARRILLO
BARCELONA

D'artística a pràctica; de colors llampants a tons més suaus, del caos a la pulcritud. D'ençà que la *world wide web* es va fer pública i gratuïta, ara fa dues dècades, les pàgines de la xarxa han canviat moltíssim. Ho saben bé els internautes veterans, els professionals del disseny i l'estructura web i els que han guardat a l'ordinador relíquies web dels anys 90.

L'enginyer de telecomunicacions i fundador de l'empresa de disseny i serveis web Pimpapum, Daniel Julià, resumeix aquest progrés: "S'ha anat veient l'evolució d'una cosa molt decorativa a una cosa molt més funcional". La dissenyadora web i professora Anna Fuster explica que s'ha passat d'unes webs "fetes a mà", flexibles i originals, a unes altres en què tot està més pautat i organitzat i on el disseny està eclipsat pel contingut.

Colors llampants i caos

Les primeres webs no tenien esquemes predefinits, els menús de navegació eren lliures i fins i tot no es mantenien d'una pàgina a una altra de la mateixa web. "No sabies per on havies de navegar, no hi havia cap mena de coherència", destaca Julià.

Les lletres, el fons, els diferents quadres... tot era de colors, simplement "perquè es podia", assenyala Fuster, que afegeix que els internautes aprofitaven l'ocasió i plasmaven a la web tots els colors que no posaven al paper perquè era car. Els tons vius i fosforescents dominaven, i encara ara es poden apreciar en llocs com ara el que està considerat el primer blog personal en català, El Forat, de Sergi Llorens, encara accessible.

A més d'aquestes característiques, Fuster destaca les imatges animades, les metà-





Més de 361 bilions de webs arxivades

La curiositat per saber com eren les webs abans es pot satisfer. Ens hi ajuda una eina anomenada Wayback Machine i que és precisament això, una màquina del temps web. L'eina forma part d'Internet Archive, una organització sense ànim de lucre que es dedica a construir una mena de biblioteca digital de webs. Fundada el 1996 a San Francisco, l'organització posa a l'abast dels internautes bona part de la història de les webs i permet veure com ha anat evolucionant la seva aparença. Hi podem trobar webs de mitjans catalans del 1996, la web del BOE del 1997 i també webs antigues de la Generalitat o d'universitats catalanes, entre d'altres.



fores –com ara un sobre o una bústia per al correu de contacte, una llibreta per al text– i el collage com altres trets d'aquests inicis. Les webs eren fàcilment editables i la fascinació per les novetats feia que s'aprofitessin totes. "La gent no buscava coses útils, sinó el plaer de navegar", recalca Fuster.

Modes: relleus i difuminats

En els últims anys, les webs han anat incorporant més elements, com ara vídeos, àudios i gràfics interactius. I han canviat també la fesomia per adaptar-se a l'usuari. Per exemple, amb l'auge de les xarxes socials, han incorporat icones de Twitter, Facebook i d'altres.

Però no les ha condicionat només l'evolució tecnològica i de l'ús. També hi ha hagut modes. Fuster destaca l'obsessió per posar vores a tots els quadres, pels relleus, pels difuminats i pels reflexos.

Més enllà d'aquestes tendències, Fuster i Julià apunten dos factors que també són importants: d'una banda, la separació del disseny i el contingut, que ha comportat l'ús de plantilles i que les webs s'assemblin més; i, de l'altra, el Flash, un software d'Adobe per fer animacions. A més, explica

01. Google l'any 1998 i actualment.

02. L'IMDb l'any 1996 i avui dia.

03. La versió digital de *The New York Times* el 1996 i actualment.

04. L'aspecte del portal de Yahoo! el 1996 i avui dia. ARA

Julià, "s'han anat acordant una sèrie de convencions". Són, per exemple, la capçalera, el menú de navegació, el peu de pàgina o algunes icones. En definitiva, un nou ordre davant webs esbojarrades. Algunes d'aquestes convencions es recullen en llibres d'estil web, uns documents de què disposen algunes administracions i empreses perquè les seves webs corporatives mantinguin sempre un mateix estil.

Més decoratiu que funcional

El Flash encara forma part de l'etapa de rauxa. Fuster en situa l'esclat en una època d'eufòria com van ser els anys de la bombolla de les punt-com, quan s'invertia molt en pàgines web i el dissenyador es podia lluir. Reconeix que la seva finalitat era decorativa i no funcional, i moltes webs tenien introduccions fetes d'aquesta manera només per la seva espectacularitat, malgrat que trigaven a carregar-se. Però aquesta tecnologia ha anat a la baixa des del 2010, quan Steve Jobs va dir que no era apropiada per a mòbils i tauletes. Les webs han perdut els colors de fons, s'han emblan-

quit, i han guanyat llegibilitat, ja que els textos no són tan compactes ni l'espai de la pantalla està tan ple com abans.

Més fonts, més dispositius

També s'ha guanyat en tipus de fonts, com explica la dissenyadora: "La gent no n'és conscient però tota la vida, fins fa dos o tres anys, havíem estat veient les webs amb Verdana, Arial, Times o Georgia". Ara podem tenir un ventall molt més ampli. I també ha canviat la fesomia de les webs Google, el fet que es dissenyin de manera que puguin ser trobades en aquest cercador. Fuster explica que hi ha webs experimentals i creatives que conviuen amb d'altres més enfocades al que és pràctic –la majoria–. I també trobem moltes webs antiquades.

Algunes de les tendències avui, segons aquests professionals, són la senzillesa, les pàgines llargues i amb elements que ocupen tota la pantalla i els slides, és a dir, les presentacions de fotografies i continguts en moviment. El futur, segons molts experts, serà mòbil. I les webs que vagin a la moda seran les que es veïn bé en mòbils i tauletes, senzilles, amb botons i tipografies més grans, webs preparades per navegar en horitzontal i de manera tàctil. Haurem passat de la rauxa al seny i de la funcionalitat a webs que ja no seran a mida dels ordinadors, sinó de totes les pantalles. —

El llegat de Steve Jobs
 Amb la bombolla de les puntcom, les webs tenien més elements decoratius que no pas funcionals. El 2010 aquesta tendència va canviar, quan Steve Jobs va dir que no era apropiada per a mòbils i tauletes



Privatització de mitjans públics ▶ Fórmules de gestió

Les televisions autonòmiques presenten tres models de gestió. Les primeres que es van crear als anys 80, TV-3, TVG i ETB, van optar per imitar TVE: van assumir tot el procés de producció. Les te-

levisions públiques de segona generació van optar per un sistema mixt (externalització d'alguns dels seus serveis) o bé per privatitzar-ho tot. Aquests són els principals exemples d'aquests tipus.

¿Pública, privatitzada o mixta?

«Tal com està avui dia el món de la televisió, és inviabl el model de TVE, que assumeix tot el procés de producció i necessita per fer-ho milers de treballadors». Així opina un alt directiu d'una tele autonòmica, que veu «molt difícil» mantenir un equilibri financer amb grans plantilles, i que obliga a plantejar els problemàtics ERO quan arriben temps de crisi. Com ara. «Si cal aprimar-se, millor regular la despesa amb empreses externes», apunta.

Aquest directiu considera que el millor és la gestió mixta: «Externalitzar àrees que no són el nucli dur de la tele». Això sí, s'ha de fer bé i amb diàleg, per evitar tensions i denúncies de prestamisme laboral (cessió il·legal de treballadors, que poden realitzar una feina indispensable a la televisió).

L'altre extrem, l'externalització total de la tele pública, és, per a aquest professional, indesitjable: «És un risc deixar en mans privades, i amb obvis interessos privats, tota la gestió -afirma-. S'ha de tenir un control editorial, poder establir les prioritats informatives respecte al servei públic que, en el fons, és la raó de ser d'aquestes televisions». Si no, pot passar com a la televisió murciana: el Govern autonòmic es va endarrerir en el pagament a l'empresa adjudicatària dels informatius i els telediaris van començar a denunciar la situació com a notícia d'obertura. - M. DE LUNA.

ARAGÓN TV

El gran model públic privat

Nascuda el 2006, i tenint com a punt de referència els problemes que afrontaven les autonòmiques de primera generació (TV-3, ETB i TVG), Aragón



▶▶ Empleats d'IB-3 protesten per l'ERO que va presentar el 2012 CBM, empresa que gestiona els informatius.

TV va ser la primera que va posar en pràctica el model de gestió públic privat: té externalitzats els continguts. Inclosos els informatius (com les televisions de Canàries, Múrcia i Balears), que gestiona Factoria Plural (participada per Prisa i Heraldo de Aragón). Així, la plantilla d'aquesta tele és de tan sols 67 treballadors.

Però a més d'una gestió molt controlada en la despesa (el Govern aragonès hi aporta aquest any 44,7 milions d'euros, rècord a la baixa), l'èxit d'Aragón TV és haver aconseguit un consens entre els representants polítics del seu consell. De fet, el model mixt es va aprovar per unanimitat i tots els partits reconeixen que els informatius (que tenen un gran prestigi a la seva comunitat) «mantenen l'equilibri». Aquest acord tàcit de totes les forces polítiques de cuidar la televisió pública ha permès una gran estabilitat en el seu staff, malgrat els canvis de Govern: el director de la cadena, Pepe Quilez, ocupa el càrrec des del primer dia d'emissió. Una situació inaudita a la resta de televisions autonòmiques de primera generació.

CANAL SUR

El xollo dels 'pota negra'

RTVA té un 14% d'audiència i un pressupost per al 2014 de 163 milions d'euros (113 els hi posa la Junta), dels quals gairebé el 50% són per als seus 1.600 empleats (encara que ara es negocia una reducció salarial del 5%). Han quedat enrere els anys de les productores *pota negra*: una dotzena d'empreses vinculades a alts càrrecs socialistes, de la Junta i de la TV que es repartien la producció externa. La crisi i els escàndols per aquelles vinculacions va provocar que dels 74 milions previstos per a aquelles produccions el 2008 es passí a 41,1 milions el 2014. Però els programes estrella (*Andalucía directo* o els de Juan Y Medio) segueixen en mans privades. També estan externalitzats la traducció en llenguatge de signes, el manteniment, la neteja i la restauració. - J. CAMACHO.

IB-3

El gruix es gestiona fora

IB-3 va néixer (2005) sota el mandat megalòman de Jaime Matas: 120 milions de pressupost. Al segon any estava en fallida tècnica. L'actual Executiu de José Ramón Bauzá l'ha deixat en 30,5 milions (i 12,7 més per cobrir el desfasament del 2012). El pressupost per al 2014 serà de 32,1 milions i la promesa de pagament de 19 dels 20,5 milions de deute a proveïdors durant el primer trimestre. Amb un *share* del 7,2%, la direcció diu que «el model funciona» i no tanca. A IB-3 tan sols li queda per externalitzar direcció, administració, grafistes i editors d'informatius. Des del 2011, la contracta d'informatius és de CBM (del grup Secuoya, de Miguel Ángel Rodríguez), per 29,96 milions en quatre anys. Va prometre absorbir la plantilla, però porta un degoteig d'acomiadaments. - M. GOÑI

ETB

Gairebé tot es fa a casa

La radiotelevisió pública basca (EITB), nascuda el 1982 i amb gairebé 900 treballadors, rep del Govern basc 105 milions d'euros, dels 121,7 milions de pressupost. A la graella dels seus sis canals hi ha diversos programes de producció externa, però l'únic externalitzat és el manteniment de la web del grup. EITB assumeix amb el seu personal la majoria de la seva oferta. Amb aquesta aposta, i tot i les successives retallades, l'audiència dels seus canals es mou al voltant de l'11%, gràcies sobretot a l'aportació del 9% d'ETB-2, en castellà. Un dels reptes de l'actual direcció, encapçalada per Maite Iturbe, és precisament incrementar el seguiment del canal en eusquera, ETB-1: 1,8% d'audiència. - A. UBARRTXENA.

7 REGIÓN DE MÚRCIA

Externalització total d'una tele

El Govern murcià destinarà, l'any que ve, 11,5 milions d'euros a treure a concessió la gestió privada de la seva televisió. Actualment emet sota mínims: el 31 d'agost del 2012 el Govern va rescindir el contracte amb l'empresa GTM, que gestionava el canal. Per això, ara la televisió ofereix tan sols pel·lícules i uns informatius, que té externalitzats a una UTE formada per les empreses Secuoya (el seu conseller és Miguel Ángel Rodríguez) i Emurtel. Aquesta UTE rep, per contractes semestral, 432.000 euros. - B. PARDO



EXTERNALITZACIÓ D'UNA ACTIVITAT DE LA TELE AUTONÒMICA

TV-3 cedirà sense garanties el negoci de la seva publicitat

L'adjudicatari de l'activitat cobrarà de l'ens públic 900.000 euros a l'any

El plec de condicions no impedeix que licitin cadenes de TV de la competència

AGUSTÍ SALA
BARCELONA

L'externalització de la gestió de la publicitat de Televisió de Catalunya (TVC) està en marxa. El procés de privatització, que conté alguns clarobscurs per la fórmula adoptada, té el camí aplanat després que CiU, el PSC i el PP rebutgessin una moció per parilitzar-lo a instàncies d'ERC.

El primer dia d'ingressar un sol euro amb l'operació, TV-3 haurà de pagar cada any 900.000 euros a l'empresa privada que s'adjudiqui el contracte per gestionar una cartera publicitària de 58 milions, segons l'esborrany de plec de condicions del concurs que es posarà en marxa.

La licitació, aprovada pel consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i inclosa en el seu pla estratègic, té com a objectiu que l'adjudicatari gestioni l'activitat a partir del dia 1 de gener. La publicitat de Catalunya Ràdio queda exclosa del concurs, que inclou en canvi la de les pàgines webs i dispositius mòbils lligats a la Televisió.

DUBTES DELS TREBALLADORS / L'impacte pressupostari d'aquesta externalització serà nul, segons les estimacions de TVC. De totes maneres, segons els experts, això tan sols passarà si el guanyador se subroga els 36 empleats adscrits actualment a aquesta activitat comercial a TV-3. L'esborrany estableix, però no exigeix, que l'adjudicatari se'n subrogui «fins a un màxim de 36». I afegeix que haurà de disposar d'un equip d'un mínim de 25 professionals, entre el personal traspassat de la CCMA i el de l'empresa adjudicatària, «dedicat directament a l'execució del contracte». També es preveu el reingrés a TV-3 quan finalitzi l'adjudicació.

L'empresa guanyadora, a la qual no s'impedeix explícitament en el plec de condicions ser propietària d'una cadena de televisió competidora, es garantirà uns 2,7 milions anuals a l'any; a més de la quantitat fixa de 900.000 euros anuals rebra l'1,5% de les vendes de publicitat procedents de l'organització que

les claus

UN SERVEI, NO UNA VENDA

COBRAR PER UNA TASCA
Tal com està concebut el concurs per gestionar la publicitat de TV-3, el guanyador prestarà un servei. Per això cobrarà una quantitat fixa elevada per cobrir «els costos directes i indirectes» suportats «per al desenvolupament de l'activitat objecte del contracte». Destaca també l'1,5% fix que percebrà dels ingressos publicitaris de la FORTA, pels quals no haurà de fer cap esforç comercial, perquè vénen donats.

COMISSIONS FIXES
El plec de condicions estableix un esquema de comissions variables sobre els ingressos publicitaris de la tele, excepte els de la FORTA i els mitjans digitals. En aquest cas, l'adjudicatari s'assegura fins a un màxim del 7% i fins al 15% en els mitjans digitals, els que tenen més potencial de pujada. El percentatge estarà lligat a la consecució d'uns objectius.

UNIVERS RESTRINGIT
Els requisits que s'exigeixen als concurrents limiten molt el nombre de licitadors. Han de facturar més de 30 milions d'euros anuals; tenir fons propis de quatre milions; han de disposar d'oficines a Barcelona i Madrid, i es donarà prioritat que complin amb delegacions a Tarragona, Lleida i Girona, i també en altres zones de l'Estat. El plec no impedeix que hi participin empreses de comunicació amb televisions que competeixin amb TV-3 ni tampoc que puguin combinar les seves ofertes comercials amb les dirigides als seus propis canals.

agrupa les televisions, FORTA i que no requereixen cap mena d'esforç comercial.

Al seu torn, s'estableix una retribució variable a partir d'uns objectius de publicitat anuals amb el qual es garanteix un 1% fix el primer any de contracte si sobrepasa el 90% de la meta establerta, i podrà arribar fins al 7% si supera el 112%. També en els mitjans digitals es preveu una comissió des del 5% fins al 15%. L'adjudicatari percebrà mensualment la part corresponent del cànon fix, de l'1,5% de la publicitat de la FORTA i de la retribució variable dels mitjans digitals. La retribució variable dels ingressos de televisió la cobrarà en un sol pagament anual. Els licitadors podran fer les seves propostes econòmiques ajustades als trams de consecució i objectius previstos.

La durada de l'acord, que tindrà la forma de contracte de serveis d'agència, és de tres anys prorrogable a tres més. Representa un valor total d'uns 16 milions d'euros. El guanyador facturarà en nom de TVC, que assumirà els impagaments. El plec afirma que «la morositat anirà a càrrec de TVC i es descomptarà de la base de càlcul de la retribució variable».

NI UN EURO / L'operació està lluny dels objectius anunciats pel conseller d'Economia, Andreu Mas-Colell, d'obtenir el 2014 més de 2.000 milions amb vendes i privatitzacions. En aquest cas, la televisió pública catalana no tan sols no ingressarà d'entrada ni un euro, encara que deixarà de tenir costos, sinó que hi pot perdre diners si el guanyador no assumeix tot el personal previst.

La privatització es recolza en la pèrdua d'«eficiència comercial i la caiguda continuada d'ingressos publicitaris de TVC». Atresmedia (Planeta, de la família Lara) i Mediaset (Tele5) controlen actualment el mercat. La direcció de TVC creu que per rendibilitzar els seus índexs d'audiència i augmentar ingressos en un mercat dominat per dos grups a escala espanyola un tercer s'ha d'encarregar de gestionar la seva publicitat amb economies d'escala i més poder de negociació. ≡

QUÈ ESTABLEIX EL CONTRACTE

DURADA: 3 ANYS AMPLIABLE A 3 MÉS



Canals comercials

- Telev de C
- FORT
- Mitja digita
- Altres suppo

les justificacions

1 ¿Què es vol amb el contracte?

El mercat publicitari requereix avui més capacitat negociadora, segons els gestors de TV-3. Les cadenes privades han crescut en ingressos amb un enorme pes de Mediaset i Atresmedia en el mercat. Però difícilment aquests grups podran optar al contracte per motius de competència. Això limita les opcions d'aconseguir que un operador fort gestioni la cartera i aconsegueixi més ingressos publicitaris que, en teoria, és l'objectiu de l'operació.

2 ¿Quin negoci està en joc?

Dels 60,5 milions que TVC va facturar en publicitat el 2012, tan sols el 4% no és externalitzable, segons l'empresa. La resta, 58,3 milions, es pot cedir (50 milions de TVC, 7,06 milions procedents de la FORTA i 1,2 milions dels mitjans digitals). S'ha considerat que 36 dels 42 empleats de tasques comercials són traspassables. El seu salari anual mitjà és de 52.194 euros (1,8 milions d'un total de 2,2 milions), que TVC pagarà si no marxen.

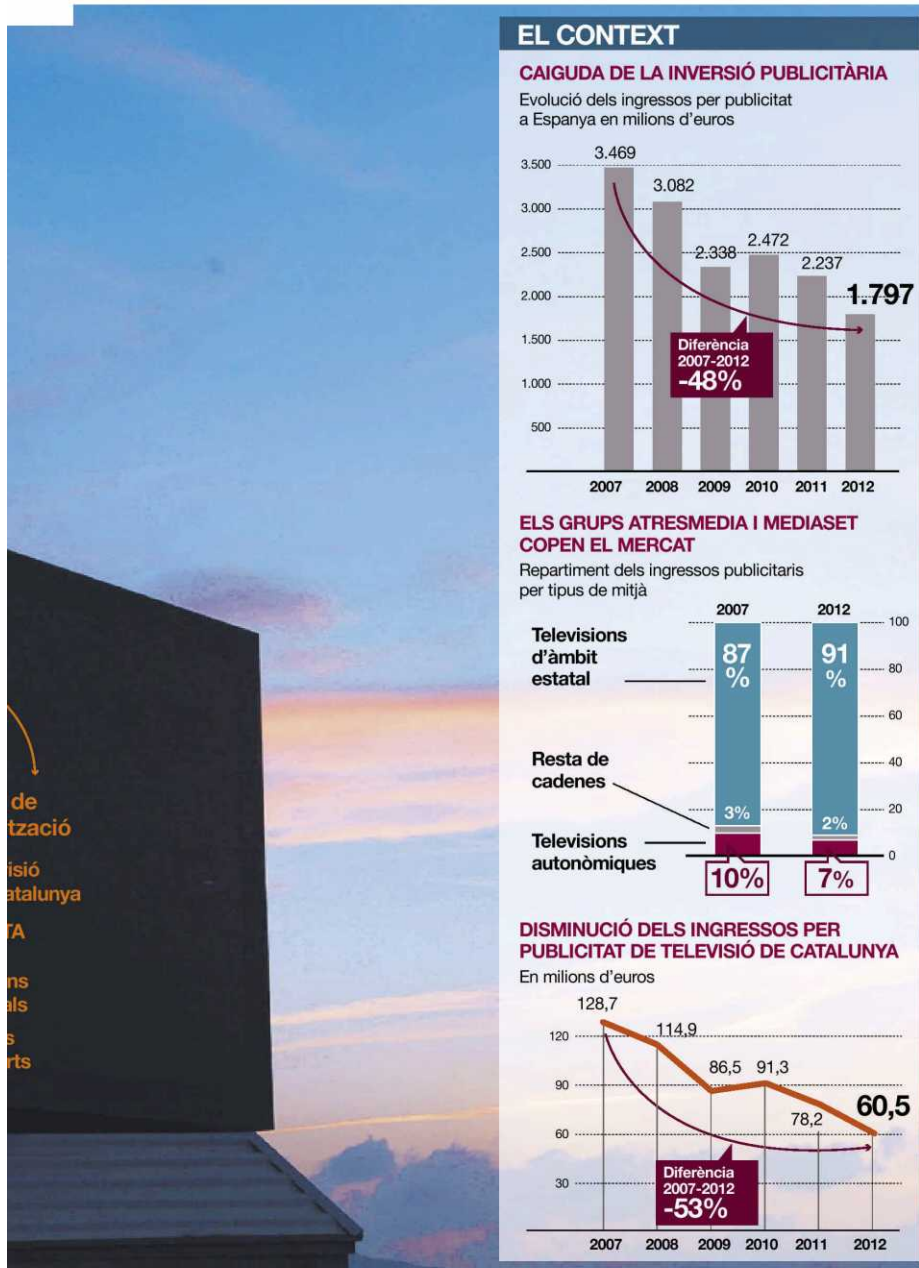


CLAUS DEL POLEMIC CONCURS

1 Tramit exprés: Al juny es va iniciar el procés, al setembre es va obrir el concurs i al gener entrarà en vigor

2 Personal: TV-3 presta un grup de 36 professionals, amb el sou actual i l'opció de tornar després del contracte

3 Control: Es crea una comissió paritària CCMA-adjudicatari per als dubtes del model publicitari



3 ¿Quins són els motius?

Segons TV-3, en quatre anys, l'indicador d'eficiència comercial d'aquest departament ha caigut en 0,14 punts, fins a l'1,02, i els ingressos publicitaris, el 53%. Tot i que està allunyat del registrat pel mercat, la cúpula de la TV autonòmica entén que la millor opció és cedir la gestió. A l'adjudicatari se li exigeix una ràtio del 0,84, calculada sobre els ingressos externalitzables (el 96% del total) i que és el 18% inferior a l'actual.



DECISIÓ POLÈMICA

El tancament de Canal 9 castiga la imatge del PP valencià

La popularitat de Fabra cau en picat per voler liquidar RTVV



La manifestació de dissabte a València en contra del tancament de la radiotelevisió pública va fer evident que part de l'electorat del PP desaprova la decisió presa pel president Alberto Fabra. DANIEL GARCIA-SALA

Reportatge

SALVADOR ALMENAR
VALÈNCIA

“**P**rocedirem al tancament de Radiotelevisió Valenciana. És innegociable”. El president de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, mai va pensar que l’anunci –en directe i televisat, per multiplicar-ne la repercussió– de liquidar els mitjans de comunicació públics li provocaria la crisi social més greu que ha hagut de gestionar des que ocupa el càrrec. I no és que no n’hagi hagut de gestionar cap en els seus gairebé trenta mesos de govern. N’hi ha hagut, i de grosses, com per exemple la *primavera valenciana*, però el tancament de la radiotelevisió pública ha posat contra les cordes el seu govern.

Malgrat que no hi ha cap indicador que ho corrobore, ningú dubta –tampoc els dirigents del PP valencià– que la imatge del seu partit queda molt afeblida després d’una setmana en què han comès l’atac més gran a l’autogovern –per ara en *grau de temptativa*–. Aquest episodi també ha servit per mostrar un executiu feble i amb un pla improvisat en veure’s superat per un assumpte que pensaven liquidar sense fer gaire soroll. Ni mediàtic ni social.

Però el president Fabra va errar el tret. Va pensar que la desafecció que la majoria de ciutadans sentien per

l’actual Radiotelevisió Valenciana (RTVV) li permetria tancar aquesta empresa pública fins i tot amb el vistiplau de l’electorat d’esquerres que tant l’ha criticada. Però no es va posar en contra només l’oposició, sinó que fins i tot una part de la gent que ha donat la governabilitat al PP els últims divuit anys també desaprova el tancament.

Ho demostra la manifestació celebrada dissabte a València. Una convocatòria en què, més enllà del nombre d’assistents, el més rellevant va ser que va aglutinar tots els

Contra les cordes Fabra viu la pitjor crisi de govern després d’haver protagonitzat l’atac més gran a l’autogovern

sectors de la societat. Fins i tot hi van participar militants i simpatitzants del PP que reconeixien que difícilment s’haurien manifestat contra Fabra per un motiu diferent. És públic i notori que la popularitat del president segueix en caiguda lliure i això preocupa al partit per com pot afectar de cara a les properes cites electorals.

La decisió de tancar RTVV també va caure com una galleda d’aigua freda entre els alcaldes i els regidors populars. Sense una televisió pública, els seus municipis i les seves festes i costums quedaran silenciats i seran invisibles. “No ho entenc. Ara qui parlarà de nosaltres?”, deia un diputat del PP divendres passat.

Amb tot, malgrat que alguns parlamentaris no estan d’acord amb la mesura, el PP no deixarà caure Fabra i fer el ridícul de perdre la votació per aprovar la llei que liquidi RTVV. De fet, la disciplina de partit ja es va imposar dijous passat en la junta directiva del PP que Fabra va convocar per fer coresponsables de la decisió de tancar la radiotelevisió els seus companys. Abans de la reunió, diversos membres del partit criticaven sense càmeres la mesura, però després van ratificar per unanimitat la decisió d’abaixar la persiana de l’empresa pública.

D’aliada a pitjor enemiga

Però potser la pitjor notícia del tancament de RTVV per al PP valencià i per a Alberto Fabra és la pèrdua de la seva millor eina de comunicació. Durant aquesta setmana ja s’ha vist que la televisió que tant els ha beneficiat transmetent de manera gairebé hegemònica el seu missatge pot ser la mateixa que articuli la pitjor campanya de desprestigi que el PP pot patir. L’ànim dels treballadors de denunciar la manipulació exercida pel govern en la radiotelevisió pública i les gairebé dues setmanes que queden, com a mínim, perquè s’aturin les emissions poden acabar de tirar per terra definitivament totes les opcions del PP de revalidar el govern de la Generalitat Valenciana. És gairebé segur que Nou (l’antiga Canal 9) es fonderà a negre, però alhora la imatge del PP i d’Alberto Fabra també acabarà fosa a negre. ■



Periodismo de 'reflexión amable'

El actual director del Diari y Antoni Coll conversan sobre articulismo al cumplirse hoy los 25 años de publicación de 'La Plumilla', un 'suelto' que 'hace pensar y reír' a los lectores

ANTONI COLL & JR CORREAL

Josep Ramon Correal: Te propongo que hablemos de periodismo...

Antoni Coll: Bien, pero ¿es que entre tú y yo podríamos hablar de otra cosa?

JRC: ¿Estás de acuerdo con aquella frase de Chesterton que dice que el periodismo consiste esencialmente en decir «lord Jones ha muerto» a gente que no sabía que Lord Jones estaba vivo?

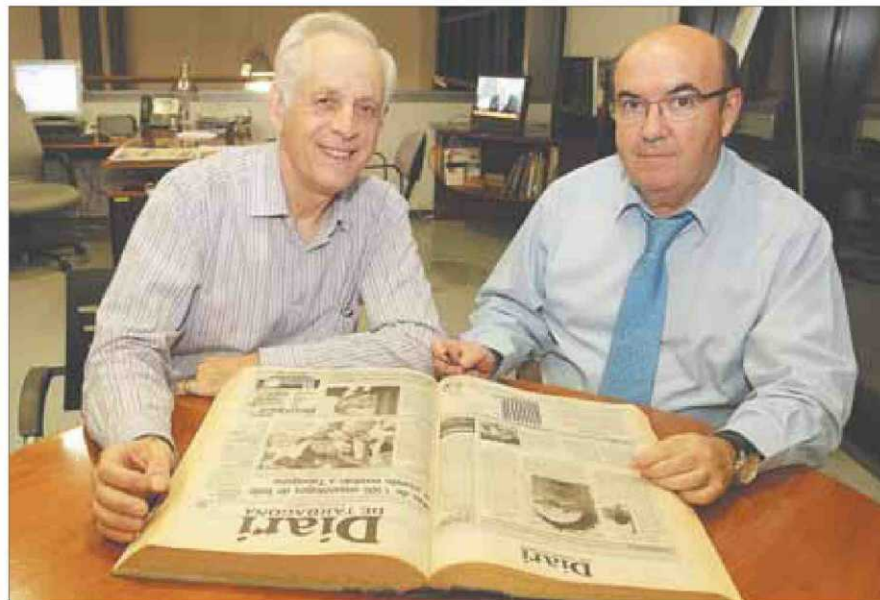
AC: Bueno, normalmente también hablamos de personas que la gente sabe que están vivas. Pero Chesterton es tan bueno!

JRC: En la entrada de la Redacción del diario 'Sud Ouest' de Burdeos luce la leyenda: «La opinión es libre, los hechos son sagrados». ¿La hemos olvidado los periodistas?

AC: La frase es de Scott, mítico director de "The Guardian". Lamentablemente este principio no siempre se tiene en cuenta.

JRC: En el acceso a la Redacción del Chicago Tribune pude leer esta frase: «A veces ser el último en informar es mejor que estar equivocado». La premura de lo digital, ¿no está haciendo daño al periodismo?

AC: El buen periodista informa de algo en el momento preciso: cuando tiene la convicción sin-



Antoni Coll y JR Correal ante el tomo del Diari con el ejemplar de la primera 'Plumilla'. FOTO: LLUÍS MILIAN

cera de que tiene una noticia cierta.

JRC: Otra frase que recogí del Chicago Tribune: «Si su madre dice que lo ama, verifíquelo». ¿Los periodistas hemos olvidado también que las noticias hay que contrastarlas?

AC: Estoy de acuerdo, con una precisión. Yo diría: «Verifique todas las noticias, todas excepto una: que su madre le ama». No hace falta.

JRC: En estos 25 años de La Plumilla, algún día habrás experimentado el 'horror vacui' (miedo al folio en blanco)...

AC: Tú sabes bien, por tu experiencia de articulista diario, que no vale la excusa de hoy no estoy inspirado.

JRC: Dicen los teóricos de la comunicación que existen tantos tipos de artículos como autores. ¿Qué tipo de artículo es La Plumilla?

AC: Es lo que se llama 'un suelto', un comentario breve que pretende ofrecer una reflexión amable.

JRC: ¿Qué 'plumilla' antigua podríamos publicar mañana sin que se notara que tiene años?

AC: Muchas. Por ejemplo las que expresan una queja contra la corrupción galopante. O las que señalan contradicciones entre lo que una persona dice y su conducta.

ANTONI COLL |

Ivars d'Urgell, 1943. Estudió periodismo en la Universidad de Navarra. Comenzó en el *Diario de Lérida*. Fue director de *El Noticiero de Zaragoza*, subdirector del *Diario de Barcelona*, jefe de Nacional de *El Correo Catalán*, redactor de *La Vanguardia* y director del *Diari de Tarragona* en el que hoy hace 25 años que escribe 'La Plumilla'.

JRC: ¿Cuánto tardas en escribir-las? ¿Tienes alguna de repuesto?
AC: Tardo 15 ó 20 minutos en escribirla cuando ya tengo la idea. Si no sé de qué escribir, el doble. Es muy excepcional que tenga alguna de repuesto. Escribo al día.

JRC: ¿Cuáles son los ingredientes para una buena Plumilla?

AC: Actualidad, brevedad, curiosidad, anécdota, humor.

JRC: En Tarragona hay adictos a La Plumilla. ¿Cuál ha sido la mayor satisfacción que te han dado estos 25 años tus artículos?

AC: Cada vez que alguien me dice: hoy me ha hecho usted pensar. O bien: hoy me ha hecho reír.



Privatització de mitjans públics ▶ La batalla política

Pàgines 2 a 5 <<<

ERC s'enfronta al Govern i li retreu que jugui amb el futur de TV-3



JOAN CORTADELLAS

▶▶ Pere Navarro i Artur Mas, en el ple del Parlament de dijous passat.

► El PSC se suma a CiU i PPC en l'aval a la privatització de la publicitat del canal

► La Generalitat al·lega que va ser en el període del tripartit quan es va decidir el canvi

F. MASREAL / X. BARRENA / J. RICO
BARCELONA

Es van unir dijous al Parlament per avalar l'externalització de la gestió de la publicitat de TV-3, la televisió pública catalana. És a dir, deixar en mans privades «la segona font d'ingressos» del canal autonòmic, que suposa «el 30% del total», com recorda el diputat d'ERC Sergi Sabrià. La decisió va suposar una nova pedra en el camí dels socis d'estabilitat parlamentària, CiU i ERC. Els republicans veuen en aquesta mesura un atac al futur d'una de les estructures d'Estat que ja té Catalunya. El Govern, en canvi, al·lega que ERC actua sota «prejudicis» sobre quin grup empresarial es quedarà amb la gestió del (minvant) pastís publicitari.

L'Executiu català argumenta que durant el primer tripartit ja es va planificar la privatització publicitària. Afegeix que no ha de ser motiu d'escàndol quan una part de la programació ja està també privatiza-

da, i subratlla que l'objectiu és competir amb altres grups televisius en un mercat a la baixa, el de la publicitat, i en el qual la unió de les televisions autonòmiques, la FORTA, s'ensorra. La Generalitat deixa en mans de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) la gestió concreta del concurs, però assegura que es garantirà els llocs de treball i el control dels continguts per part de TV-3.

CARTERA DE CLIENTS // «Si ara donem la cartera de clients, alguns d'històrics amb més de 30 anys de relació, i el *know-how* de com es gestiona a mans privades, el mal serà irreparable. Encara que la gestió torni a l'àmbit públic d'aquí quatre anys», assenyala Sabrià. El republicà no considera que s'hagi fet un vestit a mida de cap grup de comunicació, però sí que veu que crida l'atenció que s'hagi apartat la gestió publicitària de Catalunya Ràdio, la segona emissora catalana, darrere de RAC-1, segons l'Estudi General de Mitjans.

ERC calcula que la disminució d'ingressos per la taxa que cobrarà qui aconseguirà la concessió serà de 16 milions d'euros.

El vot més sorprenent dijous va ser el del PSC. El partit de Pere Navarro va haver de fer malabarismes per explicar la seva posició. Va pretetar primer que el Parlament no «havia d'interferir» en una decisió del consell de govern de la CCMA, en nom de la independència dels mitjans públics. I va presentar una esmena amb la qual pretenia que la subcontractació de treballadors fos «exclusivament voluntària» i en les mateixes condicions laborals.

Una jugada que els republicans van jutjar sense sentit i com un intent del PSC de «salvar la cara davant els treballadors». Els socialistes rebutgen la tesi que es pretengui beneficiar un determinat grup de comunicació que és competència de TV-3. «És un concurs en què participaran moltes empreses del sector. Donar per fet l'adjudicatari suposa aixecar una greu sospita d'il·legalitat», es queixen a la cúpula del PSC, que subratlla que el seu conseller no disposa «ni de la majoria ni d'una minoria de bloqueig» a l'òrgan rector de l'ens.

Els socialistes acusen els republicans

d'intentar «treure's de sobre la mala imatge que tenen davant els sindicats i els treballadors» de la CCMA per la seva «complicitat» amb la retallada salarial aplicada pel Govern, molt menor, no obstant, que la plantejada en un principi per CiU. No obstant, el sentit del vot del PSC no ha agradat a tot el grup parlamentari, ni al sector catalanista, que en privat coincideix amb les crítiques d'Esquerra i ICV-EUiA a la posició socialista. «Lamentable. Un grup mediàtic deu estar fregant-se les mans», va escriure a Twitter Jordi del Río, membre de l'executiva del PSC. ■



Jesús Mata, trabajando como cámara para TVE durante la guerra de Ruanda en 1994.

'IN MEMORIAM'

Jesús Mata, reportero gráfico y testigo de la historia

DIEGO CARCEDO

Jesús Mata dejó el viernes un vacío imposible de llenar entre sus familiares, amigos y compañeros, pero también nos deja un recuerdo fabuloso de varias décadas de nuestras vidas, décadas muy convulsas y a menudo dramáticas; de varias décadas a caballo entre los dos siglos que nos ha tocado vivir y gracias a él otros podrán evocar con mayor precisión. Conviví con Mata muchas horas en circunstancias difíciles, esas circunstancias, a veces bajo la oscuridad y el eco de los cañonazos, que tanto contribuyen a conocer el fondo de las personas y apreciar sus valores humanos, al margen de los profesionales, y nunca sabré qué despertaba en él mayor admiración, si su sensibilidad artística unida a su nervio periodístico o su serenidad ante las adversidades que tanto contribuía a proseguir en el empeño y a ejemplarizar su capacidad de comprensión y tolerancia.

Mata (Madrid, 1948) tenía un ojo especial para captar las mejores imágenes con la luminosidad o la penumbra más expresivas, darles el encuadre más revelador de lo que encerraban, tal y como si en el enfoque y la oportunidad en el cambio de plano supiese penetrar en el fondo de las noticias sin descuidar en ningún momento

su primer impacto visual. Era un *cameraman* excepcional, con el que todos los reporteros de aquella época queríamos viajar a cubrir los acontecimientos más arriesgados. Como camarógrafo garantizaba total seguridad y como compañero de empresas difíciles inspiraba confianza. En los momentos cruciales hablaba poco, prueba de que pensaba mucho, porque cuanto

Se jugó la vida para que los espectadores conociesen lo que estaba pasando

Captó imágenes del genocidio en Ruanda o de los atentados del 11-S

decía resultaba tan oportuno como acertado.

Jesús Mata formó parte de una generación irreplicable de reporteros gráficos de Televisión Española —formados en la casa aprovechando muy bien las enseñanzas artísticas de los veteranos procedentes del cine a las que enseguida incorporaron el sentido periodístico que impone la actualidad—, entre

los que me vienen a la memoria —y pido disculpas a los que con las prisas seguro que olvido— a Evaristo Canete, José Luis Márquez, José Manuel Reverte, José Manuel Maelllas, Laureano González, etcétera. Y como todos ellos, se jugó la vida en múltiples ocasiones para que todos los espectadores pudiesen conocer mejor la realidad de lo que estaba ocurriendo en cualquiera de los continentes, lo mismo una guerra que una hambruna o un terremoto.

Mata nos deja, sí, un legado cuyo valor solo será apreciado en todo su valor cuando dentro de un tiempo permita a las futuras generaciones ver con la expresividad de sus imágenes la realidad unos hechos que serán ya parte de la historia del mundo que será estudiada en las escuelas. Desde la independencia de Guinea Ecuatorial, la última colonia española que consiguió su soberanía, hasta algunas escenas del trauma que crearon a la humanidad los atentados terroristas del 11 de septiembre en Nueva York y Washington, pasando por el último genocidio en Ruanda. Todo queda para siempre perpetuado por el ojo de Jesús Mata detrás de un objetivo que, repito, él enfocaba como nadie con oportunidad periodística y sentido artístico.

Diego Carcedo es periodista.



TELEVISIÓN

Golpe al sector audiovisual

El cierre de Canal 9 deja en el aire a un centenar de productoras

J. G. / R. G. G.
Valencia / Madrid

El cierre de la televisión pública valenciana será la puntilla a un sector audiovisual fuertemente erosionado en los últimos años. Tras los coletazos de la tormenta perfecta —crisis, impagos, desplome de inversión pública—, la mayoría de las 120 empresas que conforman la menguada industria valenciana (que da empleo a 3.000 personas) podrían verse reducidas a cuatro, según estimaciones del sector.

“Sobrevivirán las firmas más grandes”, advierte el presidente de la Asociación de Productores Audiovisuales (PAV), Ximo Pérez, que augura la extinción del 95% del tejido empresarial en 2014. Esta será, apunta, la segunda gran crisis desde 2008, cuando en esa comunidad operaban 200 firmas entre productoras —microempresas en su mayoría— y estudios de doblaje.

Para PATE (que agrupa compañías de toda de España), el apagón de Canal 9 es “uno de los golpes más duros” que se ha asestado al sector. No solo impacta de manera directa en el corazón de lo audiovisual sino que tiene un efecto rebote en las empresas de postproducción, grafismo, doblaje, diseño de escenografía, sonido, iluminación... “Se ha escrito una página negra en la historia del sector audiovisual”, afirma PATE, que ve en la industria regional una garantía democrática.



Los actores principales de la serie *La alquería blanca*.

Los profesionales valencianos admiten que la corporación pública nutrió hasta el 90% de sus cuentas de resultados. Un pastel de 40 millones anuales, cuando la contratación externa era el 40% de la parrilla. La inversión se desplomó en 2010. “Nou solo contratava desde entonces tres millones al año”, dice Pérez.

El gerente de la productora La Granota Grogga, Josep Ramón Lluch, todavía no ha cobrado la última factura de 18.000 euros de *Cantem de Cor*, que Canal 9 (ahora Nou) dejó de emitir hace tres años. La cadena contrató 13 capítulos de este formato musical por 1,3 millones. El espacio empleó a 60 profesionales. “He perdido 230.000 euros. Estoy arruinado”, se queja

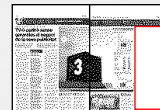
Los impagos de la emisora llevan a la ruina a varios empresarios

Lluch, que ha despedido a 100 personas en seis años. “Ahora solo tengo un trabajador: yo”.

Al presidente de PAV, propietario de Trivisión —que firma éxitos como *La alquería blanca*, con más de 180 capítulos—, RTVV le adeuda 1,5 millones de la temporada de 2012. Espera cobrar en diciembre con el plan de pago a proveedores, pero debe negociar el cobro de 10 capítulos grabados y no emitidos. Por

esta serie han desfilado 280 actores y trabajan un centenar de personas: actores, guionistas, maquilladores.

En el aire está también el concurso para la producción de tres lotes de programas que RTVV falló el mes pasado. En total había sacado a subasta 1.371 horas de concursos, magazines, documentales y formatos infantiles. El grupo Videac, filial de la potente Tres60, radicada en Madrid, obtuvo los tres lotes, que en conjunto suponían un contrato de 7,5 millones de euros. En esta operación, Videac —fundada en 2002 y con sede en Alicante— iba acompañada de varias productoras locales que habían trabajado anteriormente para Canal 9 y que ahora quedarán en barbecho.



Anàlisi

Enric Marín

EXPRESIDENT DEL CONSELL DE GOVERN DE LA CCMA



Un error molt inoportú

La proposta d'externalització del departament comercial de TVC es vol justificar per la necessitat de fer una gestió més robusta i eficient de la captació de publicitat. Però aquest plantejament sembla que no té gaire en compte com funciona el mercat publicitari de la televisió a Espanya. Amb la fusió de Tele 5 i Cuatro i d'Antena 3 i La Sexta, la retirada del mercat publicitari de RTVE i la crisi de la FORTA (Federació d'Organismes de Ràdio i Televisió Autònoms) el mercat publicitari espanyol ha pres la forma d'un rígid duopoli.

En el primer semestre d'aquest any, entre Mediaset i Atresmedia han captat més del 87% del mercat. Aquesta posició de domini permet oferir unes bonificacions a les agències de mitjans (*extra-primas* en l'argot del mercat) que, a la pràctica, redueix al mínim els marges.

En aquestes condicions tan dures, TV-3 ha patit una severa contracció d'ingressos publicitaris, però és l'únic operador que aconsegueix una quota de mercat proporcional a la seva audiència. ¿Com s'explica aquest èxit relatiu? Bàsicament per tres factors. Primer perquè, tot i que l'oferta agregada dels diferents canals de Mediaset i Atresmedia capta més del 50% de les audiències a Catalunya, TV-3 manté una clara posició de lideratge i fidelitza un públic amb un perfil interessant per a segons quins anunciant. Segon, perquè la CCMA havia avançat cap a una gestió comercial integrada en la captació d'espais publicitaris. Avui no té sentit segregar la gestió de la publicitat en televisió, ràdio i plataformes interactives. Aquesta és una de les raons que aconsellen els processos d'integració empresarial a les grans corporacions comunicatives. Finalment, perquè el departament comercial de la CCMA ha creat les condicions per singularitzar i fer visible i atrac-

tiva l'oferta d'espais publicitaris en tots els formats i en totes les finestres.

Aquest èxit de la CCMA és el que ha permès que Catalunya no quedi escombrada en el mercat publicitari televisiu. La situació és prou dramàtica. Catalunya genera al voltant del 20% dels recursos del mercat publicitari estatal. Però en el cas de la televisió, els operadors catalans no capten ni una cinquena part dels recursos generats. La major part correspon a la CCMA. En altres paraules, també en aquest terreny, Catalunya és subsistema. Per això mateix, no té sentit plantejar la desaparició de la publicitat a TV-3 o Catalunya Ràdio. Almenys mentre els poders públics catalans no gestionin l'espai radioelèctric pro-

EL PERIÒDICO



► Emissió en directe d'un magazin de TV-3.

pi i es pugui definir un espai comunicatiu sobirà.

Mentrestant, i davant aquest panorama tan advers, es podrien plantejar dues possibilitats per intentar reforçar el mercat publicitari televisiu a Catalunya: que la CCMA explorés algun tipus d'acord de col·laboració amb Mediaset o Atresmedia, o transitar cap a una gestió integrada del mercat català liderada per la CCMA. Cap d'aquestes dues possibilitats garantiria millores espectaculars. Però l'opció de l'externalització no permet esperar cap millora. Al contrari. Complica el procés a l'introduir una figura intermèdia entre les agències de mitjans i TV-3, i consolida la desagregació dels paquets publicitaris de TV-3 i Catalunya Ràdio.

La conclusió sembla òbvia: es tracta d'un plantejament que no té sentit empresarial, ni de país. Un error. Un error molt inoportú. ■



El director del diario 'The Guardian' comparecerá en el Parlamento

Rusbridger comparecerá ante la Comisión de Interior para tratar sobre los posibles perjuicios a la seguridad nacional por las publicaciones

S. I.

El director del diario británico *The Guardian*, Alan Rusbridger, comparecerá el mes que viene ante el Parlamento británico para dar información sobre las filtraciones publicadas por el periódico facilitadas por el ex técnico de la Agencia Nacional de Seguridad estadounidense (NSA), Edward Snowden, sobre las escuchas y el

espionaje masivo perpetrado a decenas de países.

En concreto, Rusbridger comparecerá ante la Comisión de Interior para tratar sobre los posibles perjuicios a la seguridad nacional por la publicación de estas informaciones.

"Alan ha recibido una invitación para presentar pruebas a la Comisión de Interior y espera comparecer el mes próximo", señaló una portavoz del londinense *Guardian* en declaraciones a la agencia de noticias *The Press Association*.

Los directores del MI6 –servicio de la Inteligencia británica en el exterior–, MI5 –seguridad interior– y GCHQ (Cuartel de comu-



DEFENSOR. El responsable del diario británico defiende las publicaciones. / AFP

nicaciones generales), denuncian que las informaciones publicadas les han hecho modificar sus modos de operación.

Los de Al Qaeda "se frotaban la cabeza con júbilo" tras conocer las filtraciones, declaró el jefe del MI6, John Sawers, ante el Parlamento.

Hasta el primer ministro británico, David Cameron, ha amenazado con tomar medidas contra los periódicos que no actúen con "responsabilidad social" en sus informaciones sobre el espionaje.

Sin embargo, "si no demuestran algo de responsabilidad social, será difícil que el Gobierno se mantenga al margen y no actúe", según Cameron.

En cambio, Rusbridger, director del periódico de tendencia laborista, defiende la actuación del diario y el debate generado sobre las actividades de espionaje y su posible control, lo que no han podido hacer los propios parlamentarios.



Ara torno

Sí, però també algun però

Pep Riera



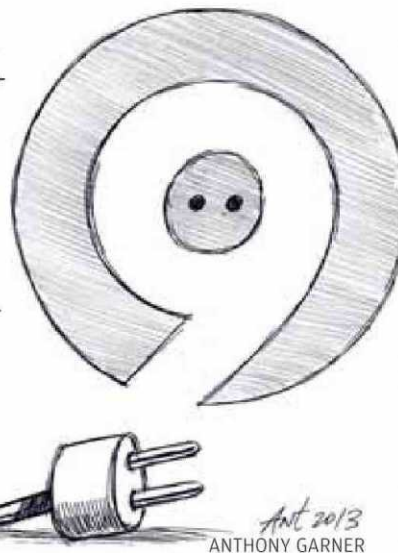
Sí, és clar que els valencians tenen dret a una ràdio i televisió pública i plural, com una eina de preservació del país i de vertebració democràtica”, com diu el manifest dels treballadors de RTVV. Sí, és clar que és un drama que 1.700 treballadors quedin sense feina. Sí, és clar que per al sistema lingüístic català és una pèrdua que desaparegui el mitjà audiovisual públic del País Valencià. Sí, és clar que la culpa és dels que han creat el monstre de Canal 9. I sí, estic convençut que hi ha raons d'estat que ja notarem a Catalunya per a aquest tancament. Perquè sí, també és cert que Canal 9 ha estat una eina de propaganda del go-

vern valencià i una eina d'ocultació i manipulació de la realitat de primeríssima i esfereïdora magnitud. I això sí que ho puc afirmar amb rotunditat i en primera persona. Jo vaig viure i treballar durant un temps a València i, com deia el replicant de *Blade Runner*, vaig veure coses que vosaltres els humans mai no us podríeu creure. Era la programació de Canal 9. Eren, sobretot, els autoanomenats informatius de Canal 9. Jo havia llegit coses en alguns diaris (*Levante* i el quadernet local d'*El País*) que mai no em van explicar als *telenotícies* de Canal 9, i les altres coses que s'hi explicaven eren degudament manipulades, i hi havia fets i persones que mai no hi van sortir per sectarisme ideològic. I em consta que

amb els anys ha empitjorat. El tancament mateix del senyal de TV3 va ser per aprofundir en l'ocultació de la realitat.

Però també hi ha matisos que hem de fer. Vull dir que entenc les denúncies de manipulació que fan ara els treballadors, però també que em

sembla que tot això va passar amb ells fent la feina que els feien fer. I que denunciar-ho ara quan ja tot es veu perdut em sembla comprensible, però també és una llàstima que no s'hagués fet abans de manera col·lectiva. I que tenir 1.700 treballadors en plantilla, per fer manipulació o per fer qualitat, també és una estafa als contribuents. Tant de bo el País Valencià pogués tenir una televisió pública digna (i més coses dignes), i em sento molt a prop emocionalment dels valencians que s'han manifestat per demanar-ho, perquè sé com és de dur viure en condicions d'assetjament ideològic com viuen ells. Però em sembla que ja és una mica tard. I que la culpa és clar de qui és. Però també s'ha pecat per omissió (des d'aquí també), encara que em dolgui molt dir-ho. I no em quedaria tranquil si no ho digués.





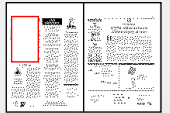
Una privatització sota sospita

La pèrdua de pes del sector públic en l'activitat econòmica general és una constant dels últims anys, i és improbable que aquesta tendència reverteixi quan la crisi remeti ja que obeeix a un corrent de fons. Existeix avui a Espanya i a Catalunya un ampli consens social que les finances públiques no poden ni han d'assumir serveis no essencials que puguin ser prestats amb més eficiència pel sector privat. Des d'aquesta lògica, la decisió de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) d'externalitzar la comercialització de la publicitat de TV-3 podria semblar objectivament sensata, fins i tot admetent que la televisió autonòmica és una eina capital de la societat catalana –una «estructura d'Estat»– i que en les seves decisions estratègiques s'han de sospesar més factors que els estrictament econòmics, com els culturals i els lingüístics. Però aquest pla, de forma insòlita, im-

plica que TV-3 accepta la probabilitat de perdre diners en lloc de guanyar-ne. En efecte, el plec de condicions garanteix a l'adjudicatari la percepció, per part de la CCMA, d'un mínim de 900.000 euros anuals, més una quantitat variable que pot arribar a 1,8 milions. Uns diners que sortiran de l'altra font d'ingressos de la tele autonòmica: les aportacions de la Generalitat. És a dir, hi haurà un drenatge de recursos públics cap al sector privat sense garanties que es generi un retorn.

L'externalització comercial
de TV-3 drena fons públics
al sector privat i no garanteix
la igualtat d'oportunitats

Es tracta, per això, d'una clara oportunitat de negoci emparada per la llei, de manera que seria legítim l'interès que les empreses de comunicació –inclòs el Grup Zeta, propietari d'EL PERIÓDICO– poguessin tenir per licitar en el concurs. L'experiència en la gestió de la publicitat en els mitjans i les possibles sinergies juguen a favor seu. I, entre tanta incertesa, assegurar-se uns ingressos sense cap risc resulta sens dubte una opció atractiva. Sempre que les regles fossin iguals per a tothom. Però no és el cas, ja que les condicions del concurs limiten tant el ventall d'aspirants que alimenten la sospita que estan pensades per a un grup privat en concret. Els treballadors de TV-3 denuncien que tenen l'enemic a casa i que la maniobra en curs és el primer pas per desmembrar i privatitzar la cadena. La Generalitat encara és a temps de desmentir-los amb fets. En cas contrari, consumarà una acció injusta.



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

Un peculiar recompte de manifestants a 'El Mundo'



La majoria de diaris no tenen resolt el tema del recompte de manifestants i acaben emparant-se en la coneguda fórmula de donar dues xifres dispars –la dels organitzadors i la del govern contra el qual protesten– i deixa al sofert lector l'àrdua tasca d'imaginar en quin punt entremig de totes dues exageracions hi ha el nombre real. El meu consell és que tots el diaris comprem Profesionator 3000, que és com m'imagino que es diu l'aparell que va fer

servir *El Mundo* dissabte durant la manifestació en protesta pel tancament de Canal 9 i que li permet afirmar en un títol de foto que a la concentració hi havia “més polítics que televidents”. La tasca és impossible de fer amb el vell sistema de preguntar l'ofici de cada manifestant, ja que allà hi havia desenes de milers de persones. I fins i tot donant per bona l'aiguallidíssima xifra de la policia local (6.000), identificar 3.001 polítics de l'oposició a la turba em sembla una tasca ímproba per a un humà. Unes pàgines abans, Pedrojota criticava els treballadors a la seva carta dominical, obviant que el que s'està atropellant és el dret dels valencians a tenir una televisió pròpia. I arribava a comparar la (presumpta) valentia política de tancar Canal 9 amb la il·legalització d'Herri Batasuna. “Sense establir, esclar, cap paral·lelisme entre l'efecte ni els afectats, que ningú digui que ho faig”, aclaria. Esclar: i sobretot no pensis en un elefant. No cola, em sap greu. D'això se'n diu tirar la pedra (comparativa) i amagar la mà.

Uns versos eloqüents

Ahir salpebràvem el diari amb versos de Martí i Pol. Els de la pàgina 14 eren: “Ve de ponent com sempre aquest mal vent / [...] / Muden els temps però no muda el vent / [...] i esclaten / bombolles de sabó davant els ulls / d'aquells que encara esperen el prodigi”. Acompanyaven una notícia sobre Duran i la seva defensa de la tercera via. El maridatge és, si més no, curiós.



Tres millones de españoles disfrutan de la 'tele' conectada

Las 'Smart TV' y las consolas cambian los hábitos audiovisuales

elEconomista MADRID.

El 18 por ciento de los internautas españoles ya tienen sus televisores conectados a la Red, lo que supone una población de tres millones de ciudadanos, según el Primer Estu-

dio Anual de TV Conectada y Vídeo Online, presentado por IAB Spain. Las consolas y las *smart TV* son los dispositivos a través de los que los españoles ven en mayor medida la televisión por Internet. Los contenidos que más se ven en TV conectada son cine (62 por ciento), series extranjeras (55 por ciento), series españolas (52 por ciento), programas a la carta (41 por ciento), deportes (40 por ciento), informativos (34 por ciento) y dibujos

animados (32 por ciento). El usuario de TV conectada es mayoritariamente masculino, joven y con un nivel de estudios superiores, lo que lo hace un *target* atractivo para la industria publicitaria, explicó Javier Clarke, director de Mobile & Amp de New Media de IAB Spain, según informa Servimedia. Mientras la televisión tradicional se consume a diario, la conectada tiene todavía una frecuencia más semanal y un público más individualiza-

do aunque, igual que su hermana mayor, concentra su consumo mayoritario en *prime time*. Aparte de los tres millones de espectadores que ya tiene la TV conectada en España, hay diez millones que dicen que conocen el concepto pero que no la tienen en casa. Entre los que no la tienen, la principal barrera es la falta de tecnología adecuada (41 por ciento), más que la ausencia de interés (25 por ciento). El estudio también refleja que el 30 por cien-

to de los usuarios de TV conectada ha abandonado la TV tradicional. Del capítulo de vídeo *online* destaca que esta forma de ver contenidos tiene una penetración del 96 por ciento entre los internautas. Los contenidos más vistos son cine y series extranjeras. Las plataformas más utilizadas son YouTube (71 por ciento), sitios con contenido a la carta (32 por ciento), Google TV, Yomvi y Wuaki (14, 12 y 11 por ciento, respectivamente).



Periodismo 3.60

EL OTRO día escuché a un profesor de Universidad que hablaba de un curioso concepto que no había oído jamás: el periodismo 3.60. No sé lo que significa ni el 3 ni los 60, pero el ilustre experto aclaró que esa novísima ciencia se caracterizaba por la capacidad del perio-

ta solemne majadería, que es como si alguien hubiera dicho hace 50 años que lo importante para un periodista era saber escribir muy bien a máquina y dominar la taquigrafía.

A pesar de toda la retórica que estamos escuchando en los últimos tiempos, la cosa es bien sencilla: lo más importante para un periodista es saber pensar e interpretar la información para no dejarse llevar por las cortinas de humo que lanza el poder. Y luego es también bastante conveniente que sepa escribir, para lo cual es necesario que haya leído algunos libros.

En lugar de averiguar si domina la tecnología XjGP, yo preguntaría a los futuros profesionales si han estudiado a Platón o a Maquiavelo. Eso sí que me parece un buen activo en un currículum, al igual que tener conocimientos de historia o de matemáticas, que son

extraordinariamente útiles para aprender a pensar y estructurar la cabeza.

Vivimos en un mundo en el que la oferta mediática es impresionante. Uno puede enterarse de lo que sucede por un móvil o por una tableta que suministran noticias durante las 24 horas de forma accesible. Eso es una bendición, pero la cuestión de fondo es la calidad de esa información, que se deteriora cuando pasa a ser una mercancía en un proceso de producción taylorista.

Anteayer repusieron en la televisión la película sobre el *Watergate* que protagonizan unos jovencísimos Redford y Hoffman. Se la recomiendo a los lectores porque reconstruye el proceso de búsqueda y contraste de la información. Eso era el periodismo y no fabricar noticias como salchichas que nadie sabe con qué ingredientes se han elaborado.

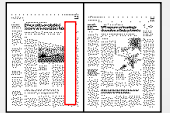


TIEMPO RECOBRADO

PEDRO G.
CUARTANGO

dista para hacer vídeos, dominar los formatos de internet, estar presente en las redes sociales y navegar de forma permanente por el etéreo océano de la información.

Lo dijo con voz engolada y todo el mundo pareció estar de acuerdo con es-



Andanomiks

Carlos Pizá

Delegado en Andalucía

PUERTAS GIRATORIAS ENTRE MEDIOS Y EMPRESAS

La ciudad de Sevilla tiene un curioso -quizá hasta con un punto *frikie*- tejido empresarial local. Despuntan en él empresarios, directivos y consultores de todo pelaje, aunque supongo que como en cualquier ciudad. Se han dado, sin embargo, algunas operaciones relevantes en las últimas semanas que, además de confirmar que la economía está arrancando, han tenido como común denominador la implicación de directivos de medios de comunicación locales.

La primera, hace dos semanas: la Cámara de Comercio que preside Francisco Herrero confirmaba la compra del Club Antares, el centro de debate empresarial de referencia del sur de España. ¿Quién podría dirigir ahora este activo, cuyo valor clave a futuro es una parcela anexa de uso terciario? **Alvaro Rojas**, exdirector comercial de *Abc de Sevilla*. Tras casi once años como director en Andalucía de BNP Real Estate, y merced a su buena relación con el director gerente de la Cámara, **Salvador Fernández**, Rojas es el candidato mejor posicionado. La Cámara elegirá al candidato esta semana.

En paralelo, se ha producido un venta surrealista: la del diario decano de la prensa de Sevilla, *El Correo de Andalucía*, a una empresa con sede en País Vasco y cuyo apoderado es **Luis Miguel Martín Rubio**. *Luismi*, como se le conoce en esta ciudad donde tanto agrada un mote, es un factótum: exconcejel del PP en Sevilla, trabajó luego en CajaSur, en Sánchez-Ramade y, ahora, como director de Desarrollo de Negocio de EY Andalucía.

En esa venta ha jugado un papel clave **Rafael Bravo**, exdirector de varias cabeceras de Vozcento y exdirector general de *Abc* entre 2001 y 2011. Bravo se incorporó como CEO al Grupo Gallardo, propietario de *El Correo*, hace un año. Ahora ultima su salida, hastiado de trabajar con Alfonso Gallardo, el industrial extremeño que soñó ser el Rockefeller de la estepa. Mientras, *Luismi* entregó el mando del diario, para revocarlo unos días después, a un condenado por estafa. *El Correo* se queda en el limbo, y sus 53 empleados luchan por su empleo y por una marca centenaria. ¿Es o no *frikie* todo esto?



VALLPARADÍS

ÀLEX GOZALBO
PERIODISTA

Una pregunta que resumeix el declivi de RTVV

Minuts abans de començar un partit europeu del Ciudad Ros Casares una periodista de Canal 9 va demanar si podia entrevistar una jugadora a la mateixa hora que començava l'enfrontament. La resposta del cap de premsa de l'equip valencià de bàsquet femení va ser l'esperada i no va incloure insults. La intrèpida reportera va insistir. "¿I si parlem amb l'entrenador perquè no la faci jugar fins a la segona meitat?", va preguntar. La surrealista conversa, que mereixeria ser explicada a les facultats, es va produir en castellà perquè el valencià el parlava una mica, deia, però no l'entenia.

L'anècdota resumeix alguns dels problemes que han arrossegat RTVV al carreró sense sortida actual. Una redacció farcida de talent i il·lusió va quedar fa anys soterrada sota una allau d'enxufats de dubtosa professionalitat que van sobredimensionar la plantilla, la van fer poc creïble i la van allunyar d'una societat acostumada a considerar normals coses que no ho són. L'ens públic valencià ha amagat durant anys professionals interessantíssims i el bàsquet no n'ha sigut una excepció. Gent com Manolo Varó, Fermín Rodríguez, Carles Garcia i, a la ràdio, Carles Baixauli han dignificat unes retransmissions que han explicat en primera persona els èxits dels equips valencians.

Potser és massa tard, però 24 anys després de la seva creació, RTVV ha aconseguit amb un cop de cua final ple d'orgull i dignitat dels seus treballadors la seva fita més important, que la gent se la senti, per primera vegada, com a *seua*.



■ Alberto Fabra insisteix que la decisió de tancar RTVV "ja està presa"

El president de la Generalitat Valenciana, Alberto Fabra, no està disposat a fer marxa enrere en el tancament de RTVV. "La decisió ja està presa. Ho hem dit per activa i per passiva", va dir ahir al matí des del circuit de Xest. Les declaracions -les úniques que va fer sobre aquest tema- arribaven hores després de les manifestacions a València, Alacant i Castelló contra la desaparició dels mitjans públics.