



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

16/12/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
14/12/13	ALUMNES DEL LESTONNAC GUANYEN EL CONCURS PERIODÍSTIC 'CARTA A UN SOLDAT' / SEGRE	6	1
15/12/13	Iñaki Gabilondo Pujol, Periodista: NO VEIG LA MANERA D'EVITAR LA CONFRONTACIÓ" / EL PUNT AVUI	7	2

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
14/12/13	MONCLOA CAMBIA EL SISTEMA PARA QUE TODOS LOS PERIODISTAS PUEDAN PREGUNTAR SIN PACTAR / ABC (EDICION NACIONAL)	10	1
14/12/13	ATRESMEDIA REPARTIRÀ UN 80% DELS BENEFICIS / ARA	11	1
14/12/13	COMUNICACIÓ LUÍS DEL OLMO S'ACOMIADA DE LA RÀDIO EL PERIODISTA VA DIR ADÉU DESPRÉS D'ENTREVISTAR AHIR A PROTAGONISTAS EL SELECCIONADOR ESPANYOL DE FUTBOL, VICENTE DEL BOSQUE. 64 / DIARI DE GIRONA	12	1
14/12/13	Iñaki Gabüondo«NO VEIG POSSIBILITAT QUE EL CONFLICTE ENTRE ESPANYA I CATALUNYA ACABI BÉ» / DIARI DE GIRONA	13	1
14/12/13	CONTROLES A LA PRENSA «CON BUENA VOLUNTAD» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	14	1
14/12/13	LA ONU DEBATE EL RIESGO DE INFORMAR / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	15	1
14/12/13	J. SIMON DIRECTOR DEL COMITÉ PARA LA PROTECCIÓN DE LOS PERIODISTAS «HAY QUE ACABAR CON LA IMPUNIDAD» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
14/12/13	PREPARA UNA OPA POR TIME WARNER CABLE / EXPANSION	17	1
14/12/13	DEL OLMO APAGA E L MICRÒFON / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	18	2
14/12/13	CRISTINA F ALLARÀ S PERIODISTA DESNONADA, AUTORA DEL LLIBRE «A LA PUTA CALLE» «SOM TREBALLADORS I ENS CRÈIEM UN S PRIVILEGIATS PER COMPRAR A ZARA» / REGIO 7 (REVISTA)	20	1
15/12/13	ENTREVISTA A GERVASIO SÁNCHEZ, REPORTERO 'FREELANCE': «CUBRIR EL CONFLICTO DE SIRIA ES CASI IMPOSIBLE» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	21	1
15/12/13	FERNANDO ONEGA, PERIODISTA / LA VANGUARDIA (MAGAZINE)	22	1
15/12/13	TOM WOLFE I EL VELL «NOU PERIODISME » / DIARI DE GIRONA (DOMINICAL)	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
15/12/13	TOM WOLFE «EL PERIODISMO TE VUELVE MÁS VALIENTE DE LO QUE ERES» / ABC (EDICION CATALUÑA)	24	2
15/12/13	PROTAGONISTA: LUIS DEL OLMO / ABC (EDICION NACIONAL)	26	1
15/12/13	JOSEPPEDREROL ANUNCIA QUE TORNA ENUNNOUPROGRAMA ¿AQUEST NADAL / ARA	27	1
15/12/13	LA MAREA DE FONTS DEL PAKISTAN per Eva Peruga / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	28	1
15/12/13	APOSTAR POR UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD / LA VANGUARDIA (MAGAZINE)	29	2
15/12/13	YOUTUBE INGRESA 5.600 MILLONES DE DÓLARES EN 2013 / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS	31	1
16/12/13	EL ELS PROTEGERÁ A LOS PERIODISTAS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	32	1
16/12/13	ESPINOSA CUMPLE HOY 3 MESES DE SECUESTRO SIRIA TIENE QUE LIBERAR A LOS PERIODISTAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	33	1
16/12/13	EL EJÉRCITO LIBRE SIRIO SE PROPONE LIBERAR A LOS PERIODISTAS SECUESTRADOS / DIARI DE TARRAGONA	34	1
16/12/13	Robert Levine, autor de 'Parásitos': "EL VALOR DE LA CULTURA VA MÁS ALLÁ DE LO ECONÓMICO" / CINCO DIAS	35	1
16/12/13	LOS ANUNCIOS DE 'MAD MEN' YA NO VENDEN / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	36	2
16/12/13	EL INCIERTO FUTURO DE LOS PEQUEÑOS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	38	1
16/12/13	MAS VETA LAS PREGUNTAS SOBRE CRISIS Y CORRUPCIÓN PARA LUCIRSE EN TV3 / LA RAZON	39	2
16/12/13	LLEGA EL PARÉNTESIS NAVIDEÑO / LA RAZON	41	1
16/12/13	LA PRODUCCIÓN Y EL DOBLAJE DEL CINE SE SOSTIENE POR LAS AYUDAS PÚBLICAS / DIARI DE TARRAGONA	42	1
16/12/13	EL CATALÁN JUSTIFICA LAS SUBVENCIONES A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS / DIARI DE TARRAGONA	43	1
16/12/13	LA PREMSA ESPANYOLA S'APUNTA A SUMAR ELS INDECISOS AL NO / ARA	44	1
16/12/13	TORNA L'ESPERIT DE 'PERIODISTAS' A TELE 5 / EL PUNT AVUI	45	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
16/12/13	PARLEM-NE / ARA	46	1
16/12/13	ASSASSINADA UNA PRESENTADORA DE TELEVISIÓ IRAQUIANA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	47	1
16/12/13	CERIMÒNIA DELS PREMIS TALENTO DE L'ACADEMIA DE TV / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	48	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

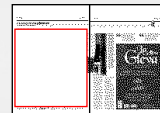


COL·LEGI DE PERIODISTES-LLEIDA



Alumnes del **Lestonnac** guanyen el concurs periodístic '**Carta a un soldat**'

Dos alumnes del col·legi Lestonnac de Lleida, Montserrat Boira i Patrícia Deltell, van guanyar ahir el primer i segon premis del concurs periodístic *Carta a un soldat*, que es van entregar a la subdelegació de Defensa.



Iñaki Gabilondo Pujol Periodista

“No veig la manera d'evitar la confrontació”

LA REALITAT DEL CARRER • “Fa molt de temps que quan analitzo el que passa a Catalunya no miro els partits polítics, miro l'Assemblea Nacional Catalana i Carme Forcadell”

Jordi Grau
GIRONA

És col·legiat d'honor del Col·legi de Periodistes de Catalunya, i ha rebut la Creu de Sant Jordi i el premi Blanquerna 2010. L'entrevista es va fer hores abans de l'anunci per part del govern de les preguntes i la data de la consulta.

Se'l reconeix des de Catalunya com a persona que ens ha volgut escoltar. Com valora la situació? Quan em van donar el premi Blanquerna el que més em va impressionar és que es deia que era pel respecte amb què havia tractat Catalunya. Això ja indicava que alguna cosa anava malament perquè el respecte se suposa que és una cosa exigible. Com veig la situació? Molt malament, difícil, complicada, molt perillosa. Auguro temps de molt de patiment.

Què pot passar? Moltes coses. Que el procés sobiranista no pugui quallar i que això produeixi una gran frustració en la societat catalana. O que el procés sobiranista vagi

endavant mitjançant camins per explorar. El meu pronòstic és: es trobarà una pregunta per al referèndum, es demanarà mitjançant l'article 150.2 de la Constitució permís a Madrid, i Madrid dirà que no. No crec que Catalunya doni un cop de puny, però en algun moment hi haurà una cita electoral. Per exemple, les municipals del 2015. I ningú podrà evitar que es converteixin en plebiscitàries. Tot ens està conduint a un xoc de trens. I això portarà molt de patiment. Espanya està fent moltes coses perquè Catalunya no se'n pugui anar, però molt poques perquè no se'n vulgui anar.

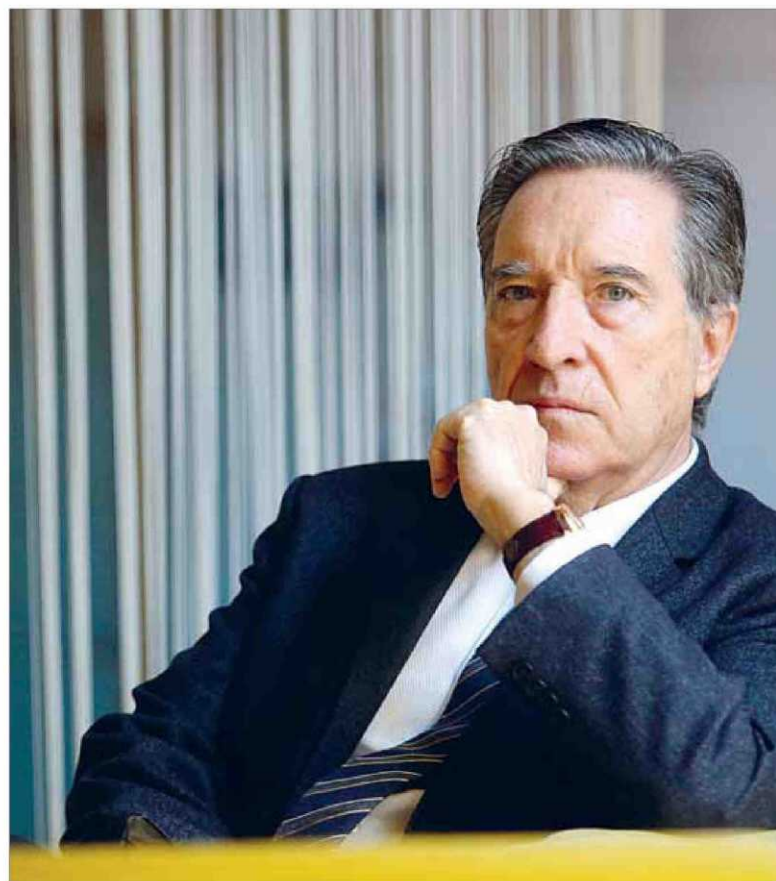
Parlen d'eines per impedir la consulta. Però no observen la realitat d'un corrent social molt profund que ha qualitat fa molt de temps i que està per damunt dels partits polítics. No puc entendre com no es veu això tan evident. Encara que el procés sobiranista s'aturés o es bloquegés, la frustració que això provocaria s'afegiria encara més a aquest corrent social tan evident. No entenc com els que es proclamen en-

amorats d'Espanya no perceben una realitat que a mi em preocuparia. Si tu dius que estimes algú t'hauria de preocupar que se'n vagi i si et consoles amb el fet que no se'n pot anar... Jo voldria que no volgués marxar.

Hi haurà confrontació? No veig manera d'evitar-la però no sé com serà. Tampoc crec en l'esperança que pugui tenir Espanya que aquest assumpte s'esfilagarsi perquè s'enfrontin les forces polítiques catalanes. Això acumularia més frustració. S'hauria detingut el procés sobiranista a Catalunya a canvi que Catalunya estigués més frustrada, més enfadada.

És un moviment ampli el que vol la consulta. Hi ha un gran canvi en la gent jove. Tenen la sensació que s'ha passat una pàgina de la història. Espanya és una referència purament administrativa. Catalunya ha de fer el que vulgui, però hi haurà confrontació.

L'any 77 es cridava: “Llibertat, amnistia i Estatut d'Autonomia.” Ara ningú parla d'Estatut.



Un matís. Al 77 no només a Catalunya es cridava “Llibertat, amnistia i Estatut d'Autonomia”. Es cantava a tot Espanya en defensa de Catalunya i Euskadi. Hi havia una consciència entre els que aspiraven a la democràcia que hi havia una assignatura pendent, la reivindicació de Catalunya i Euskadi.

Això s'ha trencat. Entre tots els episodis que han sumat per crear la situació actual en què es troben els vells anhels i la deriva natural d'un procés de fa molts anys que sospira per un estat per a Catalunya, el punt determinant és la decisió del Tribunal Constitucional després del referèndum. No entenc com no es va entendre a Espanya. Al darrere d'un referèndum no pot haver-hi res, res, a cap lloc de la terra. No hi ha possibilitat de tocar

res després d'un referèndum. Els suïssos es passen la vida fent referèndums i és impossible que no se'n accepti el resultat. Va ser dir-li a Catalunya que no hi havia res a fer.

El poble havia votat i majoritàriament. No existeix un acte més rodó de sobirania que un referèndum, no entenc aquella decisió del Constitucional. Marca una ratlla, un abans i un després.

L'Estatut era el darrer intent de conciliar les aspiracions catalanes dins d'un marc espanyol. Fa molt de temps que quan analitzo el que passa a Catalunya no miro els partits, miro l'Assemblea Nacional Catalana i Carme Forcadell. Per això em resulten absurdes les anàlisis que diuen que si Mas això o allò. Mas i Rajoy no poden pactar res. Estan superats per la

marea social. No entenc com s'observa aquest fenomen sense adonar-se que, passi el que passi, hi haurà problemes. I quan els diuen que dialoguin? Però de què han de parlar? Si Mas li diu: d'acord, m'has convençut; i torna a Catalunya i diu: nois, res de res, que comenci a córrer. I a la inversa si Rajoy diu que Mas l'ha convençut. Estem en un carreró sense sortida.

Entén la frustració de la gent que surt al carrer de manera pacífica i a qui titllen de nazi? Si m'ho preguntes a mi et diré que sí, però no és a mi a qui cal preguntar-ho.

Es troben a faltar a l'estat veus com la seva. No entenc com no s'han jugat jocs d'aproximació. Ho van fer Maragall i Gallardón quan eren alcaldes. Jo he tingut molta relació amb Pujol, que



Segona veu
Iñaki Gabilondo Pujol (Sant Sebastià, 1942) va començar a treballar amb 21 anys a la ràdio. Des de 1969 està vinculat a la Cadena SER després d'un breu pas per TVE on el va agafar el 23-F com a director dels serveis informatius. Amb *Hoy por Hoy* va batre tots els rècords d'audiència però va deixar-ho per anar a presentar un informatiu d'autor a Cuatro i CNN+. Ha guanyat sis Ondas i és reconegut com un periodista independent, interessat en la relació amb Catalunya. Creu de Sant Jordi i premi Blanquerna el 2010, sempre diu que la de la ràdio és la segona veu, que la important, la primera, és la dels ciutadans.

■ QUIM PUIG



La decisió del Tribunal Constitucional amb l'Estatut al 2010 va ser com dir-li a Catalunya que no hi havia res a fer



No m'imagino que puguin suspendre l'autonomia, ni portar el president als tribunals; seria definitivament l'adéu

m'aprecia i a qui aprecio. N'hem parlat milions de vegades. S'han intentat coses però no prou perquè al darrere hi ha 300 anys de greuges. Però també 300 anys de relacions que haurien pogut ser positives. Ara és tard. Cal que es posi el termòmetre en els corrents socials, que no canvien, com els polítics. A la transició s'entenia que hi havia un assumpte pendent amb Catalunya i per tant una matèria primera de relació molt potent. Què ha passat? Espanya té una assignatura pendent que no ha resolt: la plurinacionalitat. L'únic procés mitjanament enginyós d'articular tot això va ser l'Estat de les Autonomies, però no ha acabat de funcionar: hi ha una cosa que no pots dir perquè et capen, que és que Espanya és una nació de nacions. L'intent de jugar sense obser-

var que són realitats molt diferents no ens pot portar gaire lluny.

Es pot suspendre l'autonomia?

No m'ho imagino. Tampoc que portin el president davant els tribunals perquè això seria definitivament l'adéu. I no m'imagino una acció militar. Suspendre l'autonomia? Què vol dir? Un dia Rosa Díez em va dir que el que calia era recuperar la competència en Educació. Com es fa això? Ho he comentat amb el meu germà Àngel, quan era ministre. Són coses que es diuen per dir, però que no es poden fer. No veig moviments enlairats per intentar una mena de gran pacte històric, un gran acord. Com que m'equivooco molt em consola pensar que ara també ho faig, però crec que anem en allò que en navegació és diu rumb de col·lisió. ■



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS





GOBIERNO

Moncloa cambia el sistema para que todos los periodistas puedan preguntar sin pactar

ABC MADRID

Todos los periodistas que deseen formular una pregunta en las ruedas de prensa conjuntas del presidente del Gobierno con mandatarios extranjeros podrán solicitarlo con total libertad, sin necesidad de pactar el contenido de sus preguntas con otros informadores, según anunció la Secretaría de Estado de Comunicación. Y será Moncloa la que vaya concediendo el derecho a preguntar a los informadores que lo hayan pedido de forma rotatoria y «equilibrada».

Este sistema sustituye al que venía funcionando hasta el verano pasado en las comparecencias con un número de preguntas limitado. El modelo anterior consistía en que algunos periodistas pactaban entre ellos las cuestiones y su formulación, y no permitían que otros informadores pudieran preguntar fuera de ese pacto. ABC se plantó el verano pasado y optó por intentar preguntar libremente al presidente del Gobierno, sin necesidad de pactar con el resto de los periodistas.

A partir de ese momento, algunos medios se desmarcaron de las preguntas pactadas, pero otros querían seguir monopolizando el derecho a preguntar. Finalmente, la Secretaría de Estado de Comunicación ha intentado poner orden con este nuevo sistema.

Sin embargo, algunos de los periodistas que querían mantener el monopolio anterior, aprovecharon ayer la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros para plantear esa cuestión a la vicepresidenta del Gobierno. A modo de protesta, añadieron a la pregunta que tenían previsto realizar otra sobre el nuevo sistema.

Sáenz de Santamaría les recordó que «este sistema contaba con el apoyo de algunos de ustedes y, sin embargo, otros preferían otro sistema». Agregó que el nuevo formato «se irá desarrollando» y se verá «si funciona», y confió en la «profesionalidad» y el «esfuerzo» del Ejecutivo y los periodistas. «Por parte del Gobierno, lo que va a haber es buena voluntad en ese reparto», recalcó.



Atresmedia repartirà un 80% dels beneficis

Atresmedia repartirà almenys el 80% del seu benefici entre els seus accionistes durant els anys vinents. Segons *Expansión*, la companyia –que va fer dimecres la seva reunió anual amb inversors– s'ha marcat també com a objectiu prioritari aconseguir un marge de rendibilitat sobre vendes del 25%.



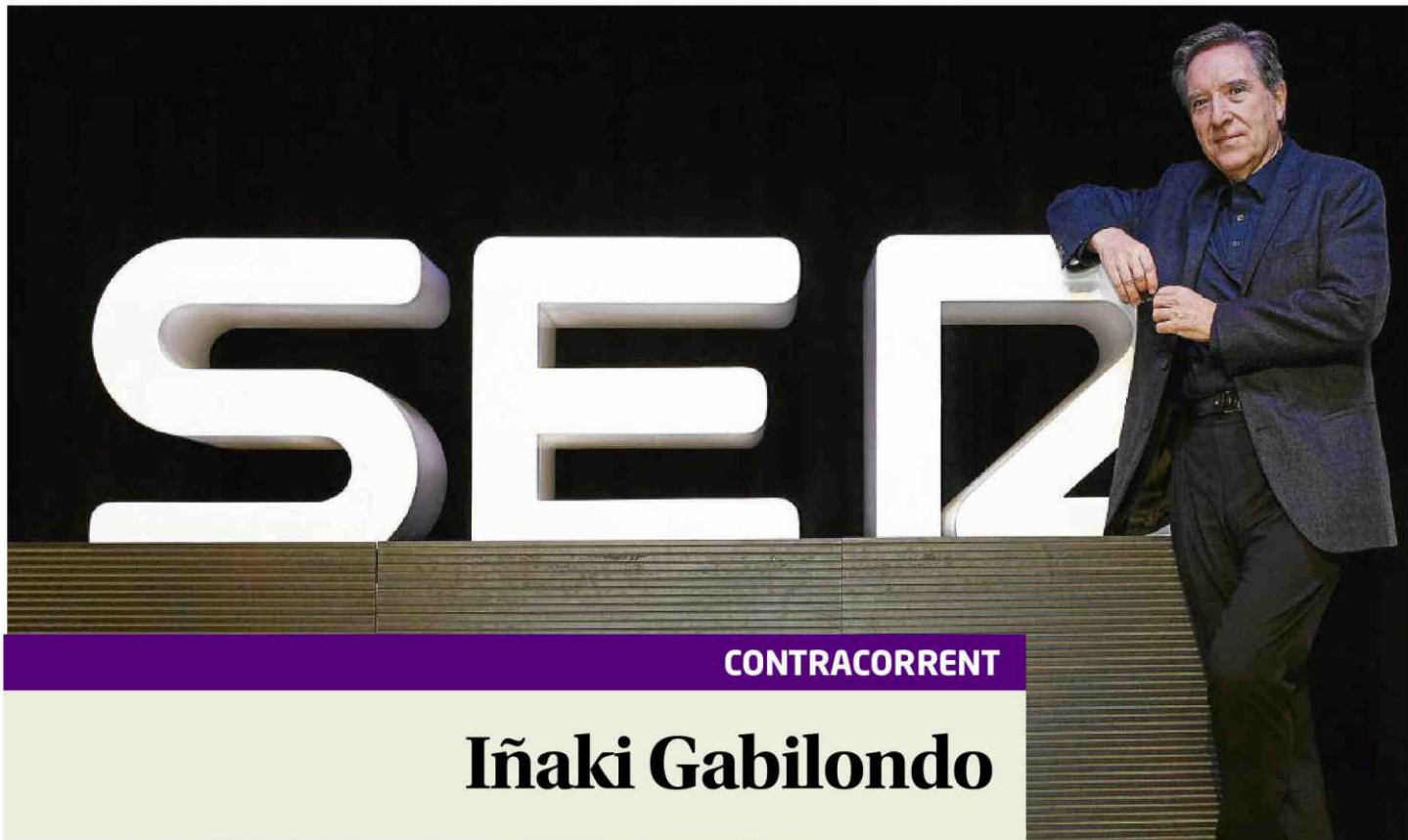


COMUNICACIÓ **Luís del Olmo** **s'acomiada de la ràdio**

El periodista va dir adéu després d'entrevistar ahir a *Protagonistas* el seleccionador espanyol de futbol, Vicente del Bosque. ► **64**



DIARI CONTRACORRENT PER CONTRIBUÏR AL JUSTIFICIARI DE LA DIFUSIÓ. FOMENTAR LA QUALITAT DEL PRODUCTE PER EL DRET DEL PÀBLC DE LA FAMILIAR I SEGUÏR DE LA LLEI DE PROTECCIÓ DE DADOS.



ANOL RESCOSA

CONTRACORRENT

Iñaki Gabilondo

«No veig possibilitat que el conflicte entre Espanya i Catalunya acabi bé»

Llegenda viva de la ràdio i el periodisme a l'Estat espanyol, Iñaki Gabilondo va fer dijous el programa especial «Amb tu» des de l'Espai Caixa per celebrar el 80è aniversari de l'emissora Ràdio Girona-cadena SER

- P** Gabilondo que és gerundi?
- R** I Pujol és d'Horta de Sant Joan. Pujol és el meu segon cognom.
- P** Si vostè viu a la ràdio, qui viu a l'extraradi?
- R** Els oients.
- P** Escolto els seus editorials i, ja em perdonarà, però se'l veu cada dia més cabrejat.
- R** És que em penso que cada dia hi ha més motius per estar-ho.

- P** Però vostè és un guru dels ciutadans o un indignat més?
- R** El que sóc és una persona gran, i no tinc cap raó per no dir allò que vull en cada moment. Ara bé, de raons per estar indignats, en sobren.
- P** Deixem un moment el seu món, la ràdio: quan ha sigut la darrera vegada que ha sentit vergonya aliena mirant la televisió?
- R** Ja fa molt. Al dia següent de sentir vergonya aliena veient alguna cosa de la tele, vaig deixar de mirar-la. Allò que em provoca vergonya aliena ja fa molt temps que no ho miro. Procuo només mirar allò que no me la produeix.
- P** Avui ja ens n'anem al llit pensant com el de l'acudit: que ens quedem tal com estem?

PERIODISTA

«Abans de la llibertat d'expressió, potser que hi hagi la de pensament, perquè ens trobem amb gent que parla sense pensar»

► Gabilondo explica que, si se'l nota empipat, és perquè cada dia hi ha més motius per estar-ho

ENTREVISTA DE **Albert Soler**

GIRONA



- R** Sí, però el problema és que al dia següent tens un dia més. Ets un dia més vell.
- P** No el van convidar a la gran boda índia de Barcelona, que ens ha posat a tots al mapa?
- R** Ja estàvem al mapa molt abans del casament. I no em van convidar, no, com diria el senyor Casamajor: no estic «en l'onda».
- P** Amb la llei Mordassa s'haurà de pensar bé el que diu cada matí?
- R** Ui, què va! El problema més greu de la gent avui és que té llibertat d'expressió i no té res a dir. Abans de la llibertat d'expressió millor que hi hagi la de pensament, perquè a vegades ens trobem amb gent que parla sense haver pensat.
- P** Quina diferència hi ha entre un ministre Gabilondo d'Educació i un Wert?
- R** Que el meu germà va intentar de debò un diàleg, encara que sembli que molts ho han oblidat. És la gran diferència entre ell i no només Wert, sinó quasi tots els altres. Va dedicar tota la seva ànima al diàleg.
- P** Ara hi ha una Espanya contra Catalunya, i no precisament de futbol...
- R** No veig cap possibilitat que aquest conflicte entre Espanya i Catalunya acabi bé.



Los periodistas pidiendo la palabra para preguntar, ayer durante la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros encabezada por la vicepresidenta del Gobierno. / FERNANDO ALVARADO / EFE

Controles a la prensa «con buena voluntad»

Moncloa rompe por su cuenta el sistema de preguntas al presidente del Gobierno

MARISA CRUZ / Madrid

La vicepresidenta del Gobierno tuvo que dar respuesta ayer a la reiterada petición de explicaciones que reclamaron los periodistas acreditados en Moncloa, después de que la Secretaría de Estado de Comunicación haya decidido romper unilateralmente el sistema de preguntas consensuado por los propios informadores y que se practica en las ruedas de prensa que el presidente ofrece en España junto a líderes extranjeros.

Sáenz de Santamaría reconoció «tener noticias» del nuevo método

impuesto por Moncloa y que consiste en que los informadores que deseen dirigir una cuestión a Rajoy —los turnos de palabra están restringidos a dos— deberán apuntarse previamente en una lista y será la secretaria de Estado, Carmen Martínez Castro, quien decida las dos personas que podrán preguntar.

La vicepresidenta, que no había pulsado la opinión de los propios periodistas, dio por buena la nueva fórmula impuesta pero intentó dar garantías de que la misma será aplicada equitativamente y «con buena voluntad». Negó además que el Go-

bierno tenga la intención de «coartar la libertad de información».

Santamaría hizo suyos los argumentos de la Secretaría de Estado aduciendo que existen medios de información que deseaban la ruptura del sistema de preguntas que estaba vigente, sin haber generado nunca problema alguno, desde hace más de una década. Sin embargo, lo cierto es que la discrepancia sólo fue manifestada el pasado mes de julio por el diario *Abc*.

De las palabras de la vicepresidenta se deduce que la imposición de Moncloa seguirá adelante, pese a que ayer mismo la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) y la Federación de Sindicatos de Periodistas (FeSP) emitieron sendos comunicados rechazando las restricciones decididas por la Secretaría de Estado de Comunicación.

La APM insta al Ejecutivo a promover «un formato de las ruedas de prensa que respete los derechos constitucionales de libertad de expresión y de información».

Recuerda también que el pasado 16 de julio se opuso a la decisión de Moncloa de romper el pacto de

preguntas que venía siendo habitual en las ruedas de prensa conjuntas del presidente con los mandatarios extranjeros. Ocurrió cuando Rajoy decidió saltar el turno de pregunta de EL MUNDO para otorgárselo a *Abc*. El hecho se produjo en pleno escándalo por los SMS cruzados entre el presidente y Luis Bárcenas.

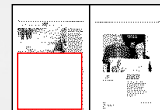
La APM reitera ahora lo que dijo entonces, cuando exhortó a Moncloa a dejar la máxima libertad a la hora de preguntar, «recomendación que», apunta, «por lo que vemos ahora ha sido desechada». En su comunicado, la Asociación desmiente también haber asesorado a la Secretaría de Estado de Comunicación para establecer el nuevo formato de las ruedas de prensa, como aseguraba ayer *Abc*. Para la FeSP, este asunto no hace sino contradecir de plano las propuestas de transparencia y regeneración democrática del Gobierno.

Por su parte, UPyD registró ayer una pregunta al Gobierno reclamando explicaciones por la «limitación de la función informativa de los medios de comunicación».



La ONU debate el riesgo de informar

Miembros del Consejo de Seguridad debatieron ayer con periodistas y expertos legales el fracaso de la resolución de Naciones Unidas para proteger a los reporteros en zonas de conflicto. A petición de Francia y Guatemala, los diplomáticos escucharon a puerta cerrada testimonios sobre los peligros de informar. En 2006, el Consejo de Seguridad aprobó la resolución 1.738 de condena de los ataques contra periodistas. El texto insiste en que los reporteros y sus equipos siempre deben ser considerados civiles durante un conflicto, como el de Siria (en la imagen) pero no ha tenido repercusión en la vida real. Tampoco las reuniones en la ONU que no producen medidas concretas. El pasado julio, el Consejo también debatió el asunto. En 2013, según el Comité para la Protección de los Periodistas, al menos 48 informadores han sido asesinados y docenas más han sufrido abusos. / M. R. / AFP



J. SIMON Director del Comité para la Protección de los Periodistas «Hay que acabar con la impunidad»

EDUARDO SUÁREZ / Nueva York
Corresponsal

Ninguna institución defiende mejor los derechos de reporteros como Javier Espinosa, Ricardo García Vilanova o Marc Marginedas como el Comité para la Protección de los Periodistas (CPJ), cuyo germen nació en Nueva York hace más de tres décadas y cuyo director ejecutivo es el estadounidense Joel Simon desde junio de 2006. Simon ejerció como reportero en países como Cuba, México o Guatemala y desde hace siete años dirige un equipo de 27 personas cuyo objetivo es denunciar la represión visible e invisible que sufren los periodistas por ejercer su labor.

Pregunta.— ¿Ha empeorado la situación de los periodistas desde que nació el CPJ en 1981?

Respuesta.— Es difícil comparar porque no hay cifras exactas de los primeros años. Lo que sí podemos decir es que en la última década han empeorado las cosas. Hay más periodistas arrestados y asesinados que hace unos años y los motivos son complejos. Es cierto que hay más periodistas que nunca. Pero antes trabajaban para un periódico o para una televisión. Ahora hay muchos periodistas ciudadanos o colaboradores que no tienen un medio detrás.

P.— ¿Cuáles son los desafíos que ustedes afrontan hoy para proteger a los periodistas?

R.— Yo diría que dos. El primero es desenmascarar una represión cada vez más sofisticada que incluye inspecciones fiscales injustas e intimidación de los propietarios de los medios de comunicación. El segundo es romper la impunidad que suele rodear al secuestro o al asesinato de los periodistas. La inmen-

sa mayoría de esos crímenes quedan impunes.

P.— Hoy es cada vez más difícil definir qué es y qué no es un periodista. ¿Qué criterios usan ustedes?

R.— Nosotros siempre hemos tenido una definición muy flexible. Uno no tiene que tener una credencial al cuello para ser un periodista. Hoy cada vez más personas hacen periodismo gracias a la tecnología y eso es un desafío para nosotros porque muchas de esas personas son muy vulnerables.

P.— A veces es difícil distinguir en lugares como Siria, donde no siempre están claras las fronteras entre un periodista y un activista.

R.— Lo que distingue a un periodista es su independencia. Hay periodistas que documentan lo que ocurre en Siria porque defienden una causa y eso es legítimo. Lo importante es saber si tienen la habilidad de operar de un modo independiente y si tienen un historial que demuestra que han trabajado de un modo independiente en el pasado. Ése es nuestro criterio general. Pero en un escenario tan confuso como Siria no siempre es fácil saber quiénes operan de un modo independiente y quiénes pertenecen a las estructuras de las milicias armadas de la oposición.

P.— ¿Qué ha cambiado en Siria con respecto a otros conflictos recientes?

R.— Lo más evidente es el papel de esos periodistas activistas de los que hemos hablado. También la infraestructura que los líderes de la oposición desarrollaron al principio de la guerra. Entonces los periodistas internacionales tenían acceso al país y a ciudadanos sirios que les ayudaban a conseguir información.



EL MUNDO

«Lo que distingue a un periodista es su independencia y eso en Siria no es fácil»

«Los reporteros locales sufren más represalias que los extranjeros»

Esa dinámica cambió a medida que fue cambiando el conflicto. Pero al principio los periodistas extranjeros entraban en Siria ilegalmente y algunos murieron a manos de las fuerzas del régimen. Muchos deta-

lles indican que esos crímenes eran parte de una estrategia para intimidarles.

P.— El país siempre ha sido muy peligroso.

R.— Por supuesto. Pero la dinámica del riesgo cambió y las fronteras de Siria siguieron siendo muy porosas. Dentro había periodistas experimentados como Javier Espinosa. Pero también reporteros más jóvenes que querían probar suerte y que llegaron porque era relativamente fácil entrar en el país. A medida que el peligro se disparó con el auge de las milicias próximas a Al Qaeda, hasta 30 periodistas fueron secuestrados por los grupos que luchan contra el régimen. Nunca habíamos vis-

to una cifra tan alta.

P.— No todos están en manos del mismo grupo.

R.— En muchos casos ni siquiera sabemos en qué manos están. Algunas milicias no admiten que tienen periodistas en su poder, no ofrecen pruebas de que se encuentran bien y no piden ningún rescate. Es una situación terrible para las familias y para los colegas de los periodistas. No ocurre en todos los casos. Pero es algo que vemos cada vez más y es tremendamente cruel.

P.— ¿Es mejor esconder el secuestro de un periodista o pedir públicamente su liberación?

R.— Cada caso es distinto y es una decisión que debe tomar cada familia. Yo no he visto ninguna prueba de que ocultar un secuestro contribuya a la liberación de los periodistas secuestrados. Pero siempre es

difícil decidir. Lo que sí puedo decir es que ocultar los secuestros oscurece la cobertura informativa y hace de Siria un país más peligroso.

P.— Supongo que la crisis ha potenciado el número de periodistas que cubren estos conflictos sin contrato o sin el respaldo explícito de un medio.

R.— Así es. Las cifras de periodistas sin contrato en lugares como Siria se han disparado en los últimos años y no todos llegan bien preparados. Pero nosotros nos resistimos a decirles a los periodistas lo que deben y lo que no deben cubrir. Ya hay muchas instituciones que lo hacen por motivos aviesos. Si creemos que quienes cubren un conflicto tienen el deber de estar informados de los riesgos y de los beneficios de lo que hacen. A veces los periodistas perdemos la perspectiva sobre lo que hacemos. ¿Vale la pena arriesgar la vida por otra historia sobre Siria? Quizá no. ¿Vale la pena hacerlo para descubrir algo importante? Quizá sí. Uno debe evaluar siempre su situación. Medir los riesgos y mitigarlos en la medida de lo posible. Uno debe estar asegurado y proteger su información.

P.— Quiénes más sufren en Siria son los periodistas sirios.

R.— Cierto. Pero es algo habitual en cualquier conflicto. Los periodistas locales sufren más represalias que los extranjeros. Los reporteros que llegan de fuera están en una situación privilegiada. Quiénes viven en lugares como Siria no se pueden ir del país en un avión. Les preocupa la vulnerabilidad de sus familias y a veces no tienen qué comer. En Siria hay un problema añadido: que el régimen ha reprimido durante décadas cualquier intento de practicar periodismo independiente. Muchos de los periodistas sirios con los que hablamos están muy enfadados. Algunos desarrollaron relaciones con algunos periodistas extranjeros y desde hace unos meses se sienten abandonados porque lo que ocurre en el país ya no interesa.



Prepara una opa por Time Warner Cable

CHARTER El cuarto cableoperador de EEUU, Charter, prepara el lanzamiento de una oferta pública de adquisición (opa) por su rival Time Warner Cable, segundo del ránking, por más de 36.000 millones de dólares (26.130 millones de euros), informa *Financial Times*.



Del Olmo apaga e

“L’olfacte em diu que cal abaixar el teló definitivament”, afirma el 1

FRANCESC BRACERO
 Barcelona



Per primera vegada, a Luis del Olmo (Ponferrada, Lleó, 1937) li va tremolar ahir la veu en acomiadar-se per sempre de la ràdio, a Ràdio Nacional d’Espanya (RNE). La radiodifusió espanyola va tancar així una de les seves pàgines més brillants, amb l’anunci de retirada definitiva del periodista després de cinquanta anys davant dels micròfons.

Del Olmo es va acomiadar de l’audiència després d’entrevistar el seleccionador espanyol de futbol, Vicente del Bosque, i la característica sintonia de *Protagonistas*, va emmarcar el seu emocionat comiat: “Ha arribat el moment de dir adéu. Un adéu que aquesta vegada no és un fins després. L’olfacte em diu que cal

“Ara toca guardar silenci i escoltar com fan i viuen la ràdio altres companys”, subratlla

abaixar el teló definitivament. Així que amb aquestes paraules, apago el micròfon, el meu vell company durant més mig segle”.

La decisió de deixar la ràdio no ha estat fàcil per a Luis del Olmo, que ha marcat moltes de les fites de la radiodifusió a Espanya. “Ara –va explicar– toca guardar silenci i escoltar com fan la ràdio i com la viuen altres companys”. La seva retirada es va produir a la mateixa emissora en la qual va començar, RNE.

Després de passar per la cadena Cope, Onda Cero i Punto Ra-

dio, la veu de Luis del Olmo deixarà de saludar cada matí amb el seu “Buenos días, España”. En el seu comiat, el popular periodista va apuntar que l’allunyament dels micròfons no ha de ser per força una retirada de la comunicació: “Gràcies a tothom per haver tingut la paciència d’escoltar-me i d’arribar fins aquí. Potser em trobareu en un altre mitjà, res a veure amb la ràdio”.

Abans de tancar el micròfon, Del Olmo va transmetre als seus companys, als amics i a tota l’audiència els seus records i agraïments. “Desitjo un felix Nadal a tothom, un felix Any Nou, i sobretot una felix vida nova”, va concloure.

Aquestes paraules de Del Olmo van donar fi a una llarga carrera caracteritzada per programes d’èxit, com el magazine *Protagonistas*, amb què va començar a obrir els matins a RNE el juliol del 1973, i que també es va dir *De costa a costa*.

El seu *Protagonistas* ha estat el programa més llongeu de la radiodifusió a Espanya, amb més de 12.000 emissions. El 1983 va començar una etapa a la cadena Cope a través de Radio Miramar.

Al Liceu. Luis del Olmo, amb la seva dona Mercedes el mes passat, durant la gala de lliurament dels premis Ondas





El micròfon

Periodista després de cinquanta anys de ràdio

El 1991 Del Olmo va passar a Onda Cero i, des del 2004, va emetre el seu *Protagonistas* des de Punto Radio, on va rebre el 2012 la notícia de la concessió del seu novè premi Ondas.

Reconegut per la professió radiofònica com un dels grans mestres, Luis del Olmo deixa un llegat ric. Se li atribueix la creació del gènere de la tertúlia

radiofònica, que a *Protagonistas* era un espai denominat *Estado de la nación* i que va comptar amb participants com el dibuixant Antonio Mingote o l'humorista Luis Sánchez Polack, més conegut com Tip.

El 1982 Del Olmo va mantenir una més que tensa conversa en directe amb el dirigent d'Herri Batasuna Jon Idigoras. Les seves crítiques a ETA el van convertir en objectiu de la banda terrorista, que va arribar a intentar atemptar contra la seva vida en vuit ocasions, per la qual cosa ha viscut molts anys amb escorta. Fa dos anys, Del Olmo va denunciar que el que havia estat el seu apoderat i amic, Rogelio Rengel, li havia estafat cinc milions d'euros.

Fa any i mig, en una entrevista a *El món a RAC1* amb Jordi Basté, Luis del Olmo va dir que pensava seriosament en la retirada i que es donava un any de termini. "El que menys m'agrada -va admetre aleshores- és continuar matinant. Ara m'aixeco a les set del matí. Ja m'estic cansant que soni el despertador". Ahir Luis del Olmo va entrevistar com a punt final Vicente del Bosque, encara que a RAC1 havia confessat que l'entrevista que li hauria agradat per tancar el micròfon, a tall d'"un bon adéu a la ràdio", hauria estat la de la reina Sofia.

En visualitzar la pròxima retirada va assenyalar que li agradaria ser recordat com "un boig de la ràdio que ha fet bogeries sense fer mal a ningú".●





Periodista i escriptora, Cristina Fallarás va passar de ser una professional d'èxit a l'exclusió social en només quatre anys després de quedar-se sense feina, sense casa i sense perspectives. Cristina Fallarás és autora del llibre «A la puta calle», en què narra sense pudor la seva experiència i, a través seu, ofereix una paorosa imatge de la destrucció de la classe mitjana en aquest país. Per **Isabel Vicente**

Cristina Fallarás

PERIODISTA DESNONADA, AUTORA DEL LLIBRE «A LA PUTA CALLE»

«SOM TREBALLADORS I ENS CRÈIEM UNS PRIVILEGIATS PER COMPRAR A ZARA»

Periodista, directiva d'un diari, col·laboradora en diferents mitjans, escriptora... Podia imaginar que tot s'aniria en orris?

Jo portava el projecte de la redacció i la línia editorial del diari ADN. Una vida molt còmoda. No podia imaginar el que venia, ni jo, ni ningú. A mi em van acomiadar el 2008. Llavors estava embarassada de vuit mesos.

Al seu llibre explica que el primer any el va portar bé i creia que trobaria alguna cosa aviat...

Sí. El primer any no en tens ni idea. Llavors deien que la crisi duraria fins al 2010. Jo, en quedar-me sense feina, vaig anar a veure col·legues d'El Mundo, El País, la Ser, a tot arreu, però ja començava a notar-se la crisi.

Quan li arriba la certesa que la cosa està molt malament?

Malament de veritat, a final del 2009. Se m'estava acabant la liquidació; jo estava fent coses institucionals a peces i no em donava per viure. A més, van fer els primers ERO a la Ser, El País... i vaig tenir clar que en el periodisme la crisi seria devastadora. Em vaig refugiar en les novel·les. Vaig escriure *Las niñas perdidas* i *Últimos días en el Puesto del Este*, les vaig presentar a concursos i vaig guanyar amb les dues, però només em va servir per tapar la meitat de forats que tenia. Aviat van començar a tallar-me la llum i a arribar-me les notificacions de desnonament per impagament de la casa.

I decideix escriure un llibre amb l'experiència d'aquests quatre anys fins a arribar al desnonament.

Jo sóc periodista de medul·la i vaig pensar que, si em trobés aquest cas, l'explicaria. Per què no, encara que sigui meu? Tinc l'avantatge que m'agrada anotar coses en quadernets i vaig enfilat aquests apunts en una narració.

Com va reaccionar el seu entorn en saber que la desnonaven?

Hi va haver gent del meu entorn que em deia que jo sempre havia volgut ser molt lliure i insinuaven que m'ho havia buscat. Després hi havia els pobres. Jo era una intrusa en el món dels pobres. A molta gent li fa por i la pertorba veure que també passa a gent preparada o que ha estat un professional d'èxit abans»

Fa por veure que pot passar a qualsevol.

Sí. La gent sempre hem preferit pensar en el desnonat amb la cara del pobre de tota la vida. Jo crec que la gent no es rebel·la perquè no se sent part dels desnonats. Jo noto que quan parlo del meu cas, per exemple en entrevistes, la gent propera a mi sent vergonya, cosa que a mi em sembla perfecte perquè jo vull pertorbar una mica.

Ha perdut amics?

No sé si perds amics o guanyes una sociopatia. Jo m'he convertit en una sociopata.



La periodista Cristina Fallarás

«Vaig escriure dos llibres, els vaig presentar a concursos i vaig

guanyar, però només em va servir per tapar la meitat de forats que tenia»

«A molta gent li fa por i la pertorba veure que també passa a gent preparada o que ha estat un professional d'èxit abans»

«Quan parlo del meu cas, la gent propera a mi sent vergonya, cosa que a mi em sembla perfecte perquè jo vull pertorbar una mica»

Les relacions socials m'interessen poc. Ara aniria als banquets a pixar-me a la moqueta. Mires des de fora i veus que el que creïem ser és una collonada més gran que la catedral de Burgos. Èrem treballadors i ens creïem privilegiats perquè per Reis compràvem a Zara. Hem perdut la identitat de grup. No ens reconeixem com a part treballadora.

Li queden esperances que això millori?

Em sento part d'una bossa d'exclusió social, no em sento treballadora. Jo no tinc perspectives. Cada vegada que vaig a una tertúlia de televisió o el que sigui hi vaig com a un circ on faig d'elefant i em donen el cacauet, però no tinc esperances laborals. No queda res del periodisme d'abans.

Com afronten els seus fills la manca de mitjans?

La nena de cinc anys ni se n'ha assabentat. El meu fill, que en té 11 anys, s'ha convertit en un noi molt capaç d'interpretar la realitat. Això em dona alegria. Tant de bo jo hagués estat així a la seva edat. És l'única cosa bona de les crisis. Ens ha donat una certa austeritat en les formes familiars, en el consum, i una educació brutal sobre la realitat. El meu fill em demanava cromos de tres euros i me l'emportava al mercat perquè veiés que amb això podíem menjar uns quants dies.

Diu sentir ràbia i vergonya. Vergonya, de què?

Vergonya del que hem estat, de la frivolitat, d'allò que vam creure ser de forma imbecil i inculta.

Què ha pretès en escriure el llibre «A la puta calle»?

«M'he convertit en una sociopata. Les relacions socials

m'interessen poc. Ara aniria als banquets a pixar-me a la moqueta»

«Quan vaig a una tertúlia de televisió hi vaig com a un circ on faig d'elefant i em donen el cacauet, però no tinc esperances laborals».

«El meu fill demanava cromos de tres euros i me l'emportava al mercat perquè veiés que amb això podíem menjar uns quants dies»

Guanyar diners. Me'l va demanar Planeta i amb aquest llibre vaig intentar fer uns quants diners, alhora que posava cara a un tipus de desnonament diferent.

Què és de la seva vida ara?

Ens van fer fora de casa el juny i vivim en una caseta que em van prestar, i segueixo escrivint. Ara una novel·la.



GERVASIO SÁNCHEZ Reportero 'freelance' Veterano fotoperiodista, ejerce como portavoz de las familias de Javier Espinosa y de Ricardo García Vilanova

«Cubrir el conflicto de Siria es casi imposible»

ROSA MENESES / Madrid

Con más de tres décadas cubriendo zonas de guerra y postconflicto en la mochila, Gervasio Sánchez (Córdoba, 1959) es uno de los fotoperiodistas más veteranos y respetados del panorama español. Atesora premios como el Cirilo Rodríguez o el Nacional de Fotografía. Es el portavoz de las familias de Javier Espinosa y Ricardo García Vilanova, secuestrados en Siria el pasado 16 de septiembre.

Pregunta.— ¿Cuál es la situación de Espinosa y García Vilanova?

Respuesta.— Lo que sabemos, lo sabemos desde hace un mes. Un testigo confirmó a la mujer de Espinosa, Mónica G. Prieto, que estaban vivos y que eran bien tratados. No es una prueba de vida pero proviene de una fuente de máxima confianza.

P.— Por deseo de las familias se estableció un bloqueo informativo que finalizó esta semana. ¿Qué repercusión se busca al hacerse público su secuestro por parte del grupo Estado Islámico de Irak y Siria?

R.— La idea era que una vez finalizado el embargo informativo tuviera un impacto máximo, tanto en el mundo anglosajón, como en el mundo árabe, en Latinoamérica y en España, y englobar a todos los medios y a todas las asociaciones de prensa. Esperamos que esta ola mediática provoque el efecto que deseamos: que los secuestradores admitan que tienen en sus manos a periodistas de gran prestigio, curtidos en conflictos desde hace décadas. Tanto Javier y Ricardo, como Marc Marginedas, pertenecen a la flor y nata del periodismo español. Es difícil encontrar a periodistas que tengan tanta experiencia en zonas de conflicto.

P.— Es imprescindible subrayar el vacío informativo que existe en Siria desde que están retenidos. Cubrirían la guerra desde el principio.

R.— Queríamos que esta ola informativa arrasara como una especie de *tsunami*, para que llegue por diferentes vías a los responsables del grupo que tiene secuestrados a Javier, Ricardo y por extensión a Marc para que, primero, constaten que son periodistas y serán periodistas siempre y, segundo, que esta forma de actuar de los secuestradores está pro-



El veterano reportero de guerra Gervasio Sánchez, en la librería La Central de Madrid.
/ ALBERTO DI LOLLU

vocando que cubrir la guerra de Siria sea misión imposible. El apogeo informativo

es un desastre para la población civil, para los que sufren la guerra, para la gente anónima.

P.— Los grupos islamistas que operan en Siria han llamado a una especie de *caza al periodista*. ¿Por qué?

R.— La oposición siria está absolutamente atomizada. El Ejército Libre de Siria (ELS) está cada vez más debilitado en relación con grupos autónomos vinculados de alguna manera con la red Al Qaeda y que tienen estrategias diferentes al ELS. Mientras el ELS lucha por Siria, estos grupos luchan por objetivos más internacionales. Antes estuvieron en Irak y tienen otra visión del conflicto. Todo ello provoca el no saber qué quieren, qué están reivindicando, cuál es el fin de estos secuestrados. Estamos hablando de muchos periodistas secuestrados, tanto extranjeros como sirios y, si incluimos a los *periodistas ciudadanos*, estamos ante un número bastante impresionante. Desde el punto de vista de la propia logística parece complicado mantener esto.

CAZA AL PERIODISTA

«Los secuestradores deben decidir de una vez por todas qué reivindican por los secuestrados y anunciar sus fines»

SILENCIO INFORMATIVO

«En Siria hay quienes no quieren que periodistas de la valía de Javier, Ricardo y Marc documenten lo que ocurre»

Por tanto, los secuestradores deberían decidir de una vez por todas qué reivindican por los secuestrados, qué fin persiguen y anunciarlo.

P.— ¿A quién beneficia que Siria sea un *agujero negro* informativo?

R.— Secuestrar a periodistas extranjeros y sirios al final casi le está haciendo el juego al Gobierno de Bashar Asad. Es sorprendente que no quieran que haya periodistas independientes de la valía de Javier, Ricardo y Marc que documenten lo que ocurre.

P.— ¿Cómo está influyendo esta situación en los medios de comunicación a la hora de decidirse a mandar a sus enviados especiales a Siria?

R.— Llevo tres décadas cubriendo conflictos armados, y puedo decir que jamás he aceptado que se imponga la excusa de que un conflicto es demasiado peligroso para no cubrirlo. Sólo he vivido dos casos en los que los secuestrados han sido un mecanismo de persuasión: Somalia y ahora Siria, incluso mucho más que Irak. Aquí ya no hablamos de lo-

teria de secuestros, sino de que se han convertido en algo muy posible. Casi es imposible esta cobertura. Evidentemente, medios importantes que no se acobardaban ni aceptaban el chantaje de no cubrir el conflicto por motivos relacionados con la propia dinámica de violencia de la guerra han tenido que tomar decisiones drásticas. E insisto, esto perjudica la cobertura del conflicto de Siria.

P.— Al enorme riesgo en la zona rebelde hay que añadir lo difícil que es cubrir el conflicto del lado de Asad, donde el Gobierno restringe la concesión de visados a los periodistas.

R.— El Gobierno de Asad está consiguiendo su fin, que es quitar los focos del conflicto, una guerra que ya dura casi tres años.

P.— ¿Los periodistas siempre han estado en el punto de mira o se ha acentuado esta tendencia?

R.— Siempre ha habido una tendencia a secuestrar o matar a periodistas. En Oriente Próximo, en los 80, secuestraron a periodistas durante cuatro años, como fue el caso de Terry Anderson. En El Salvador, en 1984, había *listas negras* de periodistas a los que los escuadrones de la muerte querían matar. En Sierra Leona, en los primeros días de la ofensiva de 1999, una decena de periodistas sierraleoneses fueron asesinados y luego también varios occidentales, lo que repercutió negativamente en la cobertura. Todos los conflictos tienen una instrumentalización del ataque directo a la prensa.

P.— Entonces, ¿no hay nada diferente en los conflictos de hoy?

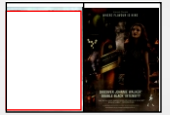
R.— En guerras como Irak o Siria, dejando de lado Somalia (y Afganistán, donde no hubo una política de secuestros), se ha producido una situación imposible de aceptar. Y en la que todas las reglas se han violado. El secuestro es lo peor que le puede pasar a un periodista salvo la muerte. Un periodista acepta ser herido, acepta que pueda morir en un bombardeo. Pero ante esto no hay nada que hacer. ¿Cómo te proteges de los secuestradores? Yo, que durante 30 años he dicho *no* a los apagones informativos, estoy en momentos de gran duda. Es un tema grave que va a cambiar la percepción de los conflictos armados si la situación sigue por este camino y no se resuelve.

P.— Inmersos en la crisis económica, a la falta de seguridad se añade la dificultad de que los medios no tienen presupuesto para cubrir un conflicto como éste. ¿Cómo influye esto?

R.— Tenemos la mejor generación de fotógrafos españoles de conflicto, que gana premios internacionales, pero casi ninguno trabaja con medios españoles. Es verdad que hay una crisis económica, pero también hay una crisis de identidad en el Periodismo: en España hace mucho tiempo que se ha dejado de entender que el periodismo de conflictos siempre va a ser caro: habría que dedicarse a pulir más los gastos en excentricidades e invertirlos en periodismo. Pero hace 30 años pasaba lo mismo.

ORBYT.es

>Entrevista con G. Sánchez.



FERNANDO ÓNEGA PERIODISTA

14 PARA EL 14



DANI DUCH

¿Qué desearía que ocurriera en el mundo el próximo año? Deseo que mejore en el mundo algo tan difícil de medir como la conciencia. ¿Y qué entiendo por conciencia? Eso que nos duele cuando vemos a un niño morir de hambre; eso que a lo peor nos hace cambiar de canal cuando vemos a un niño famélico comido por las moscas en algún lugar de África. De nada vale la globalización si sólo sirve para los negocios. De nada valen los gobiernos más ricos y poderosos de la historia si no resuelven las situaciones de angustia. De nada valen acuerdos internacionales, progresos tecnológicos, avances científicos, mientras los millones de niños del tercer mundo que se mueren de hambre sean sólo una estadística que una vez al año confecciona alguna ONG y los poderosos leen con absoluta frialdad. Por eso deseo y pido el retorno, la mejora y el triunfo de la conciencia. Que alguien la ponga en un programa electoral.

¿Y respecto a su ámbito profesional? Mi entorno, el de la comunicación, vive la crisis dibujada por Gramsci: lo viejo no acaba de morir y lo nuevo no acaba de nacer. Como ese relevo tardará lustros en producirse, si se produce, me conformo con algo más elemental: que termine la proletarización de la profesión periodística; que triunfen los principios éticos, tan minados por el partidismo, la militancia y la necesidad de triunfo rápido; que la afluencia de información por todas partes no elimine la necesidad de análisis para formar la opinión pública; que la mentira y la manipulación desaparezcan de los medios y de quienes tratan de dominarlos; que vuelva a ser verdad que sin información no hay democracia; que la angustia económica de las empresas no las ponga al servicio del poder, político o económico, con la consiguiente pérdida de autonomía; en otras palabras, que este oficio de comunicador sea un baluarte de libertad.



TEXT LUIS M. ALONSO

Tom Wolfe (1931), l'home que va aprellar a principis de la dècada dels seixanta crònica i literatura, sosté que el periodisme agonitza. Avui es disparen perdigons amb les pistoles dels blocs i les xarxes socials que únicament serveixen per semblar més confusió entre els lectors. No hi ha reporters que surtin al carrer a la recerca d'històries, els editors es neguen a pagar les cobertures de les notícies més costoses, mentre que els columnistes es queden enganxats a la cadira oferint la seva visió personal del món que a ningú interessa. Aquesta és una realitat. Cadascú té una opinió, però al periodista li costa menys assemblar-se al *blogger* que furgar en la superfície i explicar allò que està passant. Aquest, en el que el concerneix, actua com els vells xamans a les places dels pobles: murmura a l'oïda una mercaderia avariada i manipulada, en últim cas una impressió personal entre centenars de milers d'impressions personals. Un desastre.

L'octogenari autor de *Bloody Miami*, la faula de 600 pàgines que ara publiquen Columna i Anagrama (català i castellà) i que completa la seva aclamada trilogia urbana oberta amb *La foguera de les vanitats*, ja va tenir en els seus inicis com a reporter la sensació que el negoci se'n anava en orris. Quan Wolfe va aterrar-hi, el periodisme llanguia en redaccions avorrides i en els braços de peces telegràfiques encotillades. «M'impulsava una ànsia deslligada i artificial cap a alguna cosa completament diferent. Chicago, 1928, i tot el que significava... Reporters borratxos fugits dels pupitres del *News* pixant al riu a l'albada... Nits senceres al bar escoltant com cantava *Back of the Yards* un baríton que no era altra cosa que una tortillera cega i solitària amb gots de llet als ulls... Nits senceres a l'oficina dels detectius... Sempre era de nit en els meus somnis sobre la vida periodística. Els reporters mai treballaven de dia. Jo volia la pel·lícula sencera sense que li faltés cap escena», va escriure a *El nou periodisme*, una selecció d'assajos publicada el 1973 que va venir a revolucionar amb nous plantejaments la història de l'ofici.

La idea del vell «nou periodisme» era trencar distàncies entre el narrador i el subjecte de la narració. Wolfe era tan bo en aquests tipus d'immersions en el personatge de les seves històries que no li costava oblidar-se dels seus recels d'empolainat dandi del sud a caminar per la Cinquena Avenida en xancletes a la recerca de narcòtiques descripcions. El seu amic i company Hunter S. Thompson, que mai va posar inconvenients a llançar-se a l'arena i que, a més, va ferne el seu propi estil, va explicar en una ocasió que «el problema de Wolfe és que és massa estirat per participar en les seves històries. Les persones amb les quals se sent còmode li semblen més avorrides que les cagades d'un gos vell, i la gent que el fascina com a reporter és tan rara que el posa nerviós. L'únic nou i inusual sobre el periodisme de Wolfe és que Wolfe és un extraordinari reporter».

Bons reporters, aquest era el secret. Reporters, com Michael Mok, del *Daily News*, disposats a llançar-se al canal el març per aconseguir la història d'un paio gras que intentava perdre pes tancat en una barca de vela ancorada a Long Island Sound. El vell «nou periodisme» consistia a explicar les coses de manera diferent. Atrapar la pel·lícula sencera, amb totes les seqüències, com solia dir Wolfe, que va retratar com ningú la vacuïtat de l'esquerra exquisida, aprofitant una festa oferta pel director d'orquestra Leonard Bernstein, en companyia d'altres milionaris novaiorquesos, als Panteres Negres. Hi havia alguna cosa més esnob que unes celebritats de l'*Uptown* home-natjant els qui estaven disposats des de la resistència radical a dirigir la voladura d'aquell estil de vida? Realment, el «nou periodisme» consistia a girar la truita després d'haver batut més ous de de costum. Els periodistes que van començar amb tot allò, Talese, Breslin, Mok, Wolfe, Lipsyte, Portis, etcètera, reporters estel·lars dels grans diaris, el *Times*, el *Tribune*, el *Post* o el *Daily News*, volien el seu tros del pastís com els grans escriptors de ficció. Com fer-ho?

Efectivament, no calia recarregar les històries per transformar la realitat en una novel·la. Només treure partit als personatges. Potser no ho havia fet Truman Capote amb aquells grangers de Kansas i els seus as-

Tom Wolfe i el vell «nou periodisme»

L'octogenari reporter i escriptor va aterrar a l'ofici quan les redaccions llanguien d'avorriments i va voler girar la truita; ara, com a novel·lista d'èxit, manté que el periodisme agonitza a falta de gent disposada a explicar bones històries



FOTOS:

► **El periodista i escriptor nord-americà Tom Wolfe va ser dimarts a Barcelona per presentar-hi la seva nova novel·la, «Bloody Miami»; ha estat la primera visita de l'autor a l'Estat espanyol.** ACN

sassins a *A sang freda*? Tot això coincidia, a més, amb l'eclosió pop. Noves formes, motllos diferents per empaquetar l'actualitat i dirigir-la a un lector empastillat o emporrat capaç de devorar les històries adrenaliniques de Hunter S. Thompson, periodista gonzo, actor i narrador, al mateix temps, de situacions pròpies d'un boig. «Estic assegut al costat de la piscina de l'hotel Lane Xang, escoltant aquests inquietants informes de la BBC sobre les columnes armades Pathet Lao arrastant-ho tot camí cap a

nosaltres, sense cap resistència, noto una gran sensació de pau i satisfacció... no hi ha un altre lloc al món on hagi d'estar, ara mateix, més que on sóc. Meravel·lós, penso, que els donin pel cul. I sé que Leslie se sent com jo, però cap dels dos ho diu clarament, sinó d'una manera indirecta, perquè aquest no és el tipus de coses que els ionquis de guerra es diuen dins seu, els uns als altres», va escriure sobre la caiguda de Saigon a *El ball dels condemnats*, un extens reportatge publicat per la revista *Rolling Stone*.

Thompson va patejar el cor del somni americà a *Por i fàstic a Las Vegas*. I la guerra del Vietnam va ser un suculent caldo de cultiu per ballar sobre les tombes. El periodista anglès Nicholas Tomalin va sortir d'excursió en helicòpter i va explicar per al *Sunday Times* com el general James F. Hollingsworth va matar més vietcongs que les seves tropes. «No hi ha millor manera de lluitar que sortir a caçar vietcongs. I no hi ha res que m'agradi més que matar-los. No, senyor».

La revista *Rolling Stone* va editar als millors de llavors, periodistes i escriptors per encàrrec associats al nou estil d'explicar les coses. Robert Greenfield va esbudellar com ningú a *Viatjant amb els Rolling Stones* un grup de rock durant una gira. I va desmuntar el negoci al voltant a les noves religions a *El supermercat espiritual*. Howard Kohn va demostrar com es podia compaginar literatura i periodisme d'investigació indagant en la mort de l'ecologista Karen Silkwood, que havia denunciat l'exploració en una fàbrica de plutoni d'Oklahoma que no reunia condicions de seguretat. Com va escriure Gay Talese al començament d'*El regne i el poder*, «la majoria dels periodistes són incansables *voyeurs* que veuen les arrugues del món».

A mitjans dels setanta, Wolfe va arribar a dir que el «nou periodisme» era el gènere literari més important d'Amèrica i que la novel·la estava superada. Però no va dubtar a seguir els passos que li van marcar els grans autors realistes: Dickens, Zola i, sobretot, Balzac. La fórmula de la novel·la periodística o documental va començar a explotar-la a *La foguera de les vanitats* (1987), un grandios fresc sobre Nova York amb la qual va obtenir el seu èxit més ressonant, va continuar amb *Tot un home* (1998), una mena de descompressió d'Atlanta, i segueix ara amb *Bloody Miami*, que pretén ser un reflex prenent com a inspiració la calcinada ciutat de Florida.

El reporter que a principis dels seixanta volia salvar el periodisme abundant en les històries, substituint els curts pels llargmetratges i passant després a les novel·les quilomètriques, es troba ara amb un vell ofici que lluita en terra de ningú per interessar als lectors de 140 caràcters de Twitter. Els primers articles per al dominical del *Herald Tribune* que va escriure Wolfe eren de 1.500 paraules. Ell mateix se sentia constret, i el registre va anar augmentant a 3.000, 4.000, 5.000 i 6.000 paraules, no tenia temps d'escriure'ls més curts. Perquè se'n facin una idea, això que acaben de llegir conté 1.318 termes. ►



Tom Wolfe «El periodismo te vuelve más valiente de lo que eres»

Tom Wolfe, impecable, posa ante las puertas de La Pedrera de Barcelona

► El periodista y escritor estadounidense visita España por primera vez para presentar «Bloody Miami», su última novela

DAVID MORÁN
BARCELONA

No es una piedra, pese a sus más de seiscientas páginas amontonadas en contundente y furiosa armonía y a esos jardines de hormigón de Hialeah que describe con tanto esmero, pero Tom Wolfe, (Richmond, Virginia, 1931), dandi de la sátira y pope del Nuevo Periodismo, ha vuelto a tropezar con ella. Ah, la novela. Pérfido género que el propio autor estadounidense da por muerto y al que, sin embargo, vuelve de tanto en cuando para cuadrar cuentas — los más de 7.000 euros ¡por página! que se embolsó de adelanto por esta última se llevan la palma— y, ya puestos, seguir desnudando a sus compatriotas y señalar sus vergüenzas con un puntero láser cargado de sátira hiperbólica y realismo feroz. La novela, sugiere el autor de «La izquierda exquisita» y «Yo soy Charlotte Simmons», es un cadáver, pero ahí está él, enfundado en su impecable traje blanco y con la mirada centelleante pese a que su cuerpo empieza a encorvarse hacia adelante, para revivirla a fuerza de desparpajo, incontinencia verbal, tumultuosas orgías, aparatosas

colisiones entre clases y nacionalidades y, en fin, despreocupadas radiografías de las miserias de la sociedad.

Así, en «Bloody Miami» (Anagrama), su última obra a la espera de ese libro de no ficción sobre la teoría de la evolución que está escribiendo, Wolfe sigue sin hacer prisioneros y se sirve del prisma de «La hoguera de las vanidades» para descuartizar una ciudad en la que conviven desde un alcalde latino, un jefe de policía afroamericano, un pelotón de policías cubanos, un blanquísimo psiquiatra experto en adicciones sexuales, un oligarca ruso, un excéntrico multimillonario y, cómo no, viejos y nuevos periodistas. Una ácida radiografía a un Miami «en el que todo el mundo odia a todo el mundo» con la que Wolfe, genio y figura del periodismo e implacable cronista de la realidad, intenta explicar lo que ocurre una vez la inmigración se ha instalado y asentado en su destino.

—¿Por qué escribir novelas cuando, en sus propias palabras, la novela está muerta?

—Oh, en realidad es todo un accidente. La gente acusa a los escritores de no ficción de no atreverse a cruzar la gran meta, que es la de la novela, así que me

dije: «Muy bien, vamos a probarlo». Y escribí «La hoguera de las vanidades». Tenía 57 años y nunca antes había pensado en una novela, pero tuvo un éxito tan inesperado y gané tanto dinero tan rápidamente que me dije: «¡Dios, tengo que volver a hacer esto otra vez!».

—En cualquier caso, ¿sigue creyendo que la novela está muerta?

—Así es. Al menos en Estados Unidos.

El problema es que la formación de los años veinte y treinta era esencialmente francesa, y los franceses nunca han valorado el realismo del mismo modo que los escritores americanos. Se admiraba a Rimbaud, a Baudelaire... Autores difíciles de entender que implicaban un esfuerzo y que, por lo tanto, te situaban en un plano superior si los entendías. Después de la Segunda Guerra Mundial todas esas cosas como el realismo mágico llegaron a la literatura americana. Y ahora tenemos la novela psicológica, con autores mirándose a sí mismos en vez de salir a la calle, donde están las historias de verdad, y hablar con la gente. O las memorias. A la gente le encanta escribir sobre las mujeres que ha seducido o los crímenes que ha cometido, pero nunca habla-

rán de sus propias humillaciones, que suelen ser el 75% de la vida de cada persona. Para mí, el realismo es lo que realmente te conecta al lector. ¿Sabes qué? No puedo leer una novela de Stephen King, porque en cuanto algún personaje empieza a caminar por el bosque oyendo voces y aparecen artefactos maléficos, me pierdo.

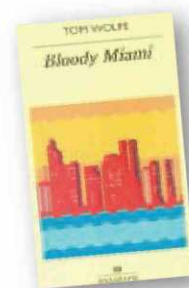
—No sé si se le ha pasado por la cabeza que «Bloody Miami» podría ser su última novela.

—No lo he pensado, la verdad. Ahora mismo tengo ocho libros planeados, y ninguno de ellos es una novela, pero, ¿quién sabe? Quizá alguno de los próximos cinco haga un par de novelas.

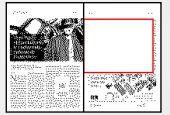
—¿Es «Bloody Miami» un intento por reflejar la pérdida de identidad de los Estados Unidos?

—Lo que quería explicar es lo que pasa cuando personas de diferentes países y escalas sociales

distintas tienen que vivir juntos. Miami es una mezcla de culturas en la que nada se mezcla. Los cubanos por un lado, los anglos por el otro, los rusos más allá, los asiáticos sin relacionarse ni mezclarse con los afroamericanos... Nunca había visto tanta gente ignorándose tan profundamente. Como dice uno de los personajes del libro, es



Wolfe recibió por su última novela, «Bloody Miami», un adelanto de 5,5 millones de euros



INES BAUCCELLS

un lugar en el que todo el mundo odia a todo el mundo.

—¿Y hasta qué punto sería ese Miami un espejo de lo que podrían llegar a ser los Estados Unidos en el futuro?

—Oh, seguro que eso haría mi libro mu-

“

Política y literatura

«Los escritores que se involucran en alguna ideología... ¡no deberían llamarse a sí mismos escritores!»

Realismo feroz

«A la gente le encanta escribir sobre las mujeres que ha seducido, pero nunca hablarán de sus propias humillaciones, que suelen ser el 75% de la vida de cada persona»

Miami como escenario

«Miami es una mezcla de culturas en la que nada se mezcla. Como dice uno de los personajes del libro, es un lugar en el que todo el mundo odia a todo el mundo»

Español

«¿Sabía que lo estudié cuatro años? No fui capaz de tener una sola conversación, pero conseguí que “The Washington Post” me enviara a Cuba cuando Castro tomó el poder»

cho más importante e interesante (ríe), pero creo que es una anomalía. Es un lugar realmente especial. Por lo que yo sé, es la única ciudad en la que gente de otro país, con otra cultura y otro lenguaje, ha tomado el poder de forma legal.

—El escritor Junot Díaz suele decir medio en serio medio en broma que Estados Unidos empieza a tener pesadillas en español..

—Esa es buena (ríe). ¿Sabía que yo estudié español cuatro años? No fui capaz de tener una sola conversación, pero conseguí que «The Washigton Post» me enviara a Cuba cuando Castro tomó el poder.

—¿Concibe sus novelas desde una perspectiva política?

—Nunca. De hecho, para mí los escritores que se involucran en alguna ideología... ¡no deberían llamarse escritores! ¿Cómo se llama ese que escribe siempre en «The New York Times»? Ah sí, Paul Krugman. Pues bien: él ha hecho más por el liderazgo del partido demócrata que un auténtico relaciones públicas.

—Aun así, su fama como conservador le precede...

—Oh, absolutamente. Si no sigues el rumbo marcado te metes en problemas. Cuando escribí «La izquierda exquisita», la pieza sobre la fiesta que Leonard Bernstein hizo en su triplex de Park Avenue con los Black Panthers, no intentaba dar un enfoque político, simplemente explicar lo hilarante que resultaba todo. Pero por escribir eso dijeron que era de derechas. No me quedó más remedio que aprender por las malas, así que ahora me declaro independiente, signifique lo que signifique la palabra.

—Asegura que ha puesto mucho de usted mismo en el personaje de John Smith, el joven periodista del «Miami Herald» que aparece en el libro. ¿También ha llegado a emborrachar a algu-

na de sus fuentes y le ha dejado dormir en el sofá, como ocurre en la novela?

—No, nunca he llegado tan lejos. Sería demasiado humillante. La manera en la que me identifico con John Smith es que con el periodismo haces cosas que, siendo sensato, jamás harías en tu vida. No intento presentarme como alguien especialmente atrevido, pero el periodismo te hace más valiente de lo que realmente eres. Yo he estado en medio de tiroteos y, aunque estaba muerto de miedo, estaba ahí. Tenía que estar ahí. Simplemente, tienes que hacerlo. Igual que preguntar cosas que jamás se te pasarían por la cabeza preguntar.

—¿Y cómo se las arreglaría el Tom Wolfe periodista en la actualidad?

—Sería complicado. Cada vez es más difícil, porque cuesta más hacerse un nombre. ¿Sabría decirme el nombre de los cinco mejores escritores de blogs? Pues ahí está la respuesta. Además, ahora todo el mundo quiere hacer lo mismo: escribir para la televisión y hacer los guiones de «Los Simpson». Y yo, la verdad, no quiero tomar parte de algo en lo que no puedo ser nombrado o identificado. Es vanidad, sí, pero la mayoría de la gente que escribe no lo hace por dinero, sino para hacerse un nombre. Y eso es de lo que realmente se trata. Es como en la música: ¿quieres hacer música o quieres ser una estrella?

—Ahora que la Biblioteca Pública de Nueva York ha comprado su archivo, no sé si ha empezado a pensar en cómo le gustaría ser recordado.

—Al principio me hicieron sentir histórico, pero poco después me sentí póstumo (ríe). De todas maneras, ¿para qué querrán ese montón de cajas? ¡Necesitarán mucho espacio para guardarlas! Es como decir un «estamos muy honrados de conocerle», que en realidad significa «por Dios, ¡qué viejo eres!».



EL RECUADRO

ANTONIO
BURGOSPROTAGONISTA: LUIS
DEL OLMO

Todas las mañanas le daba los buenos días a la nación, «Buenos días, España». Entonces en Barcelona se podía decir «España»...

ME pregunto pidiendo el verso emprestado a Juan Ramón Jiménez: «¿Cómo era, Dios mío, cómo era?». Y el viejo transistor me responde con la voz de la sintonía mañanera. Hasta con su musiquilla. Después que Luis del Olmo le haya dado los buenos días, España canta en los Desayunos Pascual: «Aquí está Protagonistas./con la radio y la gente del pueblo,/las mañanas se visten de fiesta./Protagonistas». Esa sintonía lo mismo te la cantaba Montserrat Caballé que Julio Iglesias, o la gran Rocío Jurado te la metía a compás de bulería. ¿será por vestir por fiestas las mañanas de la radio de España?

Cuando esta mañana he tomado el cartón de leche Pascual para echarle un chorreoncito a mi café descafeinado, lo he encontrado tristoncete. Los cartones de leche Pascual, la de los desayunos de Luis del Olmo, también lloran. Como llora la radio de cretona cuando han dicho que el ponferradino ha colgado el micrófono. Creía que los viejos rockeros de la radio nunca cerraban los micrófonos. No recuerdo que Boby Deglané se despidiera una noche de Cabalgata Fin de Semana, ni José Luis Pècker tras darnos a todos la flanera de aluminio del concurso de Gallina Blanca. Y dudo seriamente que Luis del Olmo se haya retirado. Al menos sin recibir el homenaje que sus millones de oyentes le deben por inventar aquellas mañanas de radio que eran la alegría en el madrugón.

Luis del Olmo es un hombre de radio. Integralmente de radio. Vivía para la radio. Por eso tiene que se-

guir viviendo para la radio, Luis, pues de lo contrario vas de palmatoria total. Recuerdo aquella tarde en Jerez como retrato: sólo pensaba en sus «Protagonistas», todo el día. Habíamos ido a Jerez a hacer los que Pilar Blanco, su productora, llamaba «coros y danzas»: el programa fuera de su sede, para aprovechar los parneses de un patrocinio. Yo había leído mi «Chispa» en el auditorio de la Caja de Ahorros de Jerez y Luis me dijo que si quería a la tarde ir con él a los toros. Hablo de la Feria de Jerez, la del poema de José María Pemán. Sin gastarme un duro en vino y almejas ni en un tendedo de sombra, allá que fui a los toros con Luis del Olmo. En el cartel, Rafael de Paula. Y estaba Rafael de Paula doblando por bajo a su primero, tras haberle pegado siete lambrezos de ensueño con el capote, cuando fue que Luis me habló en el solemne silencio de la plaza. Yo creía que me iba a decir que viva la madre que parió a Paula. ¡Sí, sí! Me dijo... ¡con Paula allí abajo echándose ya la muleta a la izquierda!

—Oye, Antonio, ¿qué te parece si después del resumen de prensa nacional de Fernando Ónega hacemos una selección de los periódicos regionales y lo damos antes de la tertulia?

—¡Vete a tomar por saco, Luis! Vamos a ver a Rafael de Paula y mañana me lo cuentas...

Luis del Olmo es un locutorio de radio permanente; por eso no me creo que se haya retirado. Hizo lo que ahora sería impensable: radio para toda España desde Barcelona, sin producir rechazo. Concretamente, desde Radio Miramar o desde Las Ramblas. De costa a costa, inventó el que ahora llaman «magazine matinal». Puso en regadío radiofónico las tertulias que había inventado Alejo García con «La espuela». Si hoy decimos tertulianos y yo estudio su espantoso idioma, el tertulianés, es porque todo eso lo inventó Luis del Olmo, quien llevó a la flor y nata del periodismo patrio a su programa, de Vázquez Montalbán a Jaime Campmany. Como inventó abrir los micrófonos a los oyentes, que eso sí que tenía guasa y no el WhatsApp de ahora. Una radio hecha desde Barcelona ahora produciría rechazo en media España. Ah, pero Luis cree en España. Todas las mañanas le daba los buenos días a la nación: «Buenos días, España». Entonces en Barcelona se podía decir «España»... El hijo del ferroviario de Ponferrada es tan hombre de radio que convirtió las ondas hercianas en personalísimas ondas bierzanas. El auténtico Protagonista de la mañana de la radio se ha retirado. Bienaventurados sean sus imitadores.



elradar

Josep Pedrerol anuncia que torna en un nou programa "aquest Nadal"



Josep Pedrerol va presentar *Punto pelota* a *Intereconomía*. INTERECONOMÍA

JOAN CALLARISSA

El periodista esportiu Josep Pedrerol ha confirmat a través de Twitter la notícia que els seus seguidors més acèrrims esperaven: tornarà en un nou format esportiu "aquest Nadal". *El chiringuito TV*, així és com es dirà el nou format televisiu. Serà un programa que no s'emetrà per internet, una opció que s'havia plantejat el català. Per si això fos poc, Pedrerol també ha animat les xarxes preguntant als seus *followers* quines són les seves idees per al plató del futur programa. La tornada de Pedrerol a la televisió era una notícia

que la majoria de gent suposava des que el seu polèmic programa *Punto pelota*, d'*Intereconomía*, acabés sobtadament després que la cadena li rescindís el contracte i el substituís per Carlos García Hirschfeld.

En aquells moments, el català agràia les mostres d'afecte rebudes també via Twitter: "Flipant amb l'afecte de la gent. La pregunta que em fan és «On anirem, Josep?»" De moment, encara no hi ha resposta; només data i nom del programa. La cadena continua sent una incògnita. Segons PR Noticias, les emissores de destí podrien ser Nitro, d'Atresmedia, i 13TV, de la Conferència Episcopal.

Ramon Colom, president dels productors espanyols

La Federació d'Associacions de Productors Audiovisuals d'Espanya (FAPAE) va elegir dijous Ramon Colom com a nou president, en substitució de Joxe Portela, que ocupava el càrrec de manera transitòria des del juliol. Colom, que també presideix els productors catalans a Proa, va exposar a la junta directiva de FAPAE la voluntat de posar en marxa un nou model de finançament a través de la comissió mixta creada fa un any entre l'admini-

nistració i el sector. En aquest sentit, Colom ha traslladat a les diverses administracions la seva disposició per aconseguir l'estabilitat i el creixement d'una indústria econòmicament sostenible, explica una nota de l'organisme. Colom, llicenciat en ciències polítiques i ciències de la informació a la UAB, va començar a treballar a TVE i ha estat en diverses empreses del sector. També és professor de la Universitat Ramon Llull.



La mort de **Mandela** ha obert un breu parèntesi per parlar dels lideratges. Breu. Quan un líder emergeix alguna cosa passa en la seva societat, i normalment quan gira el cap enrere té a qui mirar perquè el seu lideratge és moral. És el que passa amb **Malala Yousafzai**, el lideratge de la qual té força perquè es basa en l'esperança que impulsi l'educació al Pakistan, mentre capta el corrent de fons que cada vegada arrossega més nenes i dones cap a la seva independència.

Són moltes les que es declaren disposades a defensar la seva educació, i posen la seva vida com a preu, en un país en què 25 milions de menors no van a l'escola, i un 61% d'aquests són nenes. Les barreres a l'ensenyament, portades al deliri pels talibans que van atemptar contra **Malala**, inclouen l'hostilitat a l'avanç de les dones cap a la seva autonomia i incorporació en el món laboral. Davant un futur trist, en què almenys 60 milions de menors de les noves generacions creixeran amb mares analfabetes, una falca de baixa pressió intenta revertir-lo. No és perquè sí que la inversió general en educació està sota zero.

Estirant fils se'n treu l'entrellat.

DEFENSORA DE LA IGUALTAT



EVA
Peruga

La marea de fons del Pakistan

L'assertiva conducta de **Malala**, la seva disposició a plantar-se davant la desigualtat –viscuda per la majoria de les pakistaneses i de manera radical– forma part d'un procés de moltes noies. La imposició dels matrimonis acordats per les famílies ja no és inqüestionable. Moltes joves trenquen amb les seves famílies per emprendre una vida alternativa a la pensada per la tradició. Quan les dones fan valer els seus drets desafien una de les institucions més poderoses del Pakistan, la família patriarcal. No deixa de ser el nucli de tota la resta. I, com resulta comú, en l'evolució de les relacions familiars hi són elles.

El cercle opressor arriba fins i tot a recórrer als tribunals per denunci-

ar per segrest, per exemple, els marits elegits lliurement per les noies. Quan els matrimonis arreglats segueixen sent la norma, la violència persegueix les persones que la desafien. Els crims d'honor persisteixen amb la idea que la víctima ha portat deshonra a la família o a la comunitat. I aquest llenguatge revesteix encara la realitat.

Hollywood va premiar el 2012 una pel·lícula amb una missió: denunciar una de les formes de violència masclista. *Saving face*, de **Daniel Junge**, explica la lluita del cirurgià plàstic **Muhammad Hawad** per perfeccionar la cirurgia reconstructiva i donar esperança a les dones agredides amb àcid, en la majoria dels casos per negar-se a contraure matri-

moni o obeir els seus marits. El ressò mediàtic va moure una mica la consciència d'alguns polítics pakistanesos del Panjab, una de les regions més sacsejades per aquestes agressions. Però Acid Survivors Foundation té els peus a terra i està sense parar que els casos denunciats són mínims –consta que n'hi ha uns 150 l'any–, que les dones agredides no tenen dret a cures mèdiques i que la societat s'acomoda en allò que «alguna cosa deuen haver fet» per purgar aquesta salvatjada.

Exhibir la pel·lícula al Pakistan, un problema. Passa el mateix amb totes les situacions de desigualtat: la foscor és on millor es mou. Però si aquestes nenes, joves i adultes arrisquen les seves vides per recuperar la dignitat, publicitar els gestos de totes les **Malala** dins i fora del país és una obligació. Aprofitar aquest impuls col·lectiu per reclamar, d'entrada, el final de la violència impune contra elles. Una acció sostinguda en el temps i ferma, més enllà dels quatre flaixos d'un dia de premis. Al Pakistan alguna cosa s'està movent. ≡

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



Apostar por una televisión de calidad

Carmen Villar (Barcelona)

Apuraba la lectura de este Magazine, cuando he fijado mi atención en una breve pero jugosa entrevista a Jennifer Lawrence. Actriz oscarizada por *El lado bueno de las cosas*, declara: "He perdido la confianza en mí misma". ¡Caramba!, pienso, al calibrar cómo una actriz exitosa, agraciada y, sobre todo, en la flor de la vida -con tan sólo 22 años- puede encontrarse vulnerable y en unos momentos tan bajos para perder la →



autoestima. Mas prosigues en la lectura y vas advirtiendo esa piedrecilla que, al inicio te impide caminar con soltura para llegar a ser una auténtica rémora: "Mi placer secreto es sentarme a tomar comida basura mientras veo un buen *reality* en televisión"; ¡ahí está la clave!, me digo, de tanta inseguridad. Porque, ¿qué otra cosa puede aportar semejante bazofia? Aunque hay algo innegable, la coherencia con la que Jennifer Lawrence conduce sus ratos de ocio: ingiere comida basura mientras contempla televisión basura. Extrapolando tal circunstancia, eso vendría a ser como ir vestidos acordes a la ocasión. ¡Menos mal que a la actriz de marras no le da por degustar exquisiteces!; igual se le indigestarían ante tan deplorables espectáculos. Por cierto –y viniendo a colación–, qué nostalgia de la televisión de antaño y de aquellos *Estudio 1* cuyas singulares obras de teatro y la excelencia interpretativa del elenco de sus actores y actrices marcaron una etapa memorable.



UN 51,5% MÁS

YouTube ingresa 5.600 millones de dólares en 2013

La firma de investigación eMarketer ha publicado unas cifras de YouTube en las que se reflejan que las marcas y empresas gastaron 5.600 millones de dólares (4.073 millones de euros) en publicidad en ese canal en 2013, lo que supone un incremento del 51,5% con respecto al año anterior. El analista estima que estos 5.600 millones de dólares brutos suponen un incremento del 51,5% sobre el 2012, además de un 11,1% de los ingresos totales de Google.



El ELS protegerá a los periodistas

Los rebeldes moderados sirios afirman que les «asistirán» cuando sea necesario

JUAN MANUEL SACRISTÁN / Beirut
Especial para EL MUNDO

Hoy se cumplen tres meses del secuestro de Javier Espinosa, corresponsal de EL MUNDO en Oriente Próximo, y del fotógrafo freelance Ricardo García Vilanova. En la víspera el Consejo Militar Supremo rebelde (CMS) se comprometió de manera firme en la defensa de los periodistas y en el ejercicio seguro de su profesión en Siria.

En una misiva hecha pública ayer por Reuters, el CMS –comisión rectora de las operaciones del Ejército Libre Sirio (ELS) y respaldado

por Occidente– confirmó públicamente haber dado una «orden expresa» a todas las unidades sobre el terreno de proteger a los reporteros y fotógrafos, tanto nacionales como internacionales, y de asistirles cuando sea necesario.

«Es imperativo que volvamos a reiterar que el Ejército Libre Sirio, en conjunción con sus brigadas, hará todo lo que esté en su mano para defender y amparar a los informadores, con el objeto de que realicen su vital trabajo», afirmaban en su carta. «En cualquier caso, a día de hoy estamos encontrándonos con múltiples desafíos de lucha interna en zonas liberadas y en

otras regiones tenemos que enfrentarnos constantemente al régimen y sus milicias afines».

La guerrilla insurgente moderada trabajará en la liberación de los cerca de 30 periodistas actualmente retenidos en Siria, según la agencia Reuters, en línea con lo anunciado el jueves por la Coalición Nacional Siria (CNS) –principal liga política opositora al régimen de Assad en el exilio–. «La Coalición Nacional condena el rapto de ciudadanos, periodistas y activistas. Dejamos bien claro que estamos haciendo todo el esfuerzo posible –en coordinación con el ELS– para res-

catar a los activistas secuestrados y reforzar la seguridad de aquéllos trabajando en Siria», declaró la CNS.

Entre las voces que se han sumado recientemente en la petición de libertad para Javier y Ricardo se encuentra la del foro islamista Hanein: «Apelamos a nuestros hermanos los Muyahidine del Estado Islámico de Irak y Levante (ISIL) [...] Los dos periodistas son una buena mano para la defensa de nuestros asuntos en Irak y Siria [...] Existen muchos entre nosotros que les conocían bien y estaban trabajando con ellos».

Activistas sirios que conocen a ambos –como Abu Hanin en Baba Amr, doctor Yassir en Aleppo o Mohammed Abdel Aziz en Raqqa– han destacado sus virtudes. De Javier, la «humildad, honradez y altos valores éticos del periodismo». De Ricardo, «la capacidad de empatía y sufrimiento con los que retrataba».



Espinosa cumple hoy 3 meses de secuestro

Siria tiene que liberar a los periodistas

EL SECUESTRO de decenas de periodistas extranjeros en Siria ha llevado a muchos medios de comunicación a retirar a sus corresponsales y ha disuadido a otros de enviarlos. Como consecuencia, se está produciendo un apagón informativo que impide conocer al mundo qué está ocurriendo en el país, inmerso en una guerra civil desde hace casi tres años. Los grandes damnificados de estas acciones son los propios sirios, la población civil, porque en ausencia de testigos es cuando mayores atrocidades se cometen. Hoy se cumplen tres meses del secuestro de Javier Espinosa, corresponsal de EL MUNDO. Pedimos al Gobierno y a la oposición sirios una mayor implicación para su liberación, la de sus compañeros Ricardo García Vilanova y Marc Marginedas, y la del resto de periodistas.

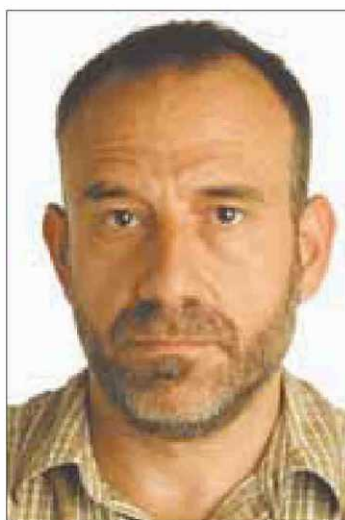


El Ejército Libre Sirio se propone liberar a los periodistas secuestrados

■ El Consejo Militar Supremo del Ejército Libre Sirio (ELS) ha anunciado su intención de liberar a todos los periodistas que han sido secuestrados en Siria e impulsar medidas para garantizar la seguridad de los profesionales de la información que continúan trabajando en el país. «Es imprescindible que insistamos en que el ELS y todas sus unidades y brigadas harán todo lo posible para proteger y apoyar a los periodistas para que puedan cumplir con su vital función», señala la comandancia del ELS en una carta publicada el fin de semana. El Consejo del ELS remitirá esta carta a «los comandantes de todas las unidades y brigadas que operan en Siria y que comparten los valores de libertad, justicia y democracia».

El ELS es la alianza insurgente más importante pese a las deserciones y a la influencia cada vez mayor de grupos islamistas y kurdos. En ese sentido, reconoce en su carta de este fin de semana que «hoy afrontamos las luchas internas en parte de las zonas liberadas y los combates con las fuerzas del régimen y las milicias que lo apoyan» como principal obstáculo para su intención de liberar a los periodistas.

Al menos una treintena de periodistas están secuestrados en Siria, incluidos los españoles Marc Marginedas (*El Perió-*



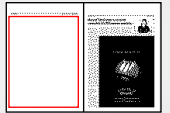
El periodista Marc Marginedas.

FOTO: ACN

dico), Ricardo García Vilanova y Javier Espinosa (*El Mundo*), retenidos desde el pasado mes de septiembre por grupos yihadistas.

Javier Espinosa y García Vilanova estarían en poder del Estado Islámico de Irak y del Levante (ISIL, por sus siglas en inglés).

El pasado miércoles los directores de trece grandes medios de comunicación internacionales firmaron una petición conjunta dirigida a la oposición armada para que ayude a identificar a las organizaciones que mantienen secuestrados a periodistas en el país y colaboren en su pronta liberación.



“El valor de la cultura va más allá de lo económico”

Robert Levine, autor de ‘Parásitos’, un ensayo sobre el futuro de la cultura en internet, defiende la importancia de los derechos de propiedad intelectual en la era digital

DAVID M. PÉREZ Madrid

Cuánto pagaría usted por un teléfono que no le diera acceso a su música favorita, que no le permitiera leer el diario o ver los vídeos más ingeniosos de Youtube? Esta pregunta retórica apunta directamente al corazón del espinoso debate sobre el valor de los contenidos culturales y su convivencia con la tecnología y su industria. Para responder a la cuestión, el periodista Robert Levine ha escrito un libro: *Parásitos*, un acontecimiento editorial en el mercado anglosajón de hace un par de años recientemente editado en España por Ariel. La conclusión del libro bien puede resumirse en el elocuente subtítulo: “Cómo los oportunistas digitales están destruyendo el negocio de la cultura”. Invitado por la Fundación SGAE, Levine defendió su crítica a la “ideología de Silicon Valley” en un encuentro organizado por el Observatorio Internacional de la Propiedad Intelectual (OIPI), que reunió a representantes del mundo editorial y las sociedades de gestión de derechos de autor.

“La creación cultural tiene una vertiente económica, pero su valor va más allá de lo económico. De hecho, está siendo difícil hacer compatibles las dos facetas. La propiedad intelectual hace funcionar la economía y la tecnología. Las revoluciones tecnológicas recientes se han apoyado siempre en la creación. Si no hay inversión en el sector cultural, un *smartphone* se convierte de golpe exclusivamente en un teléfono”, señala Levine.

Ese cruce de caminos entre la tecnología y los contenidos culturales es el lugar de nacimiento de OIPI, un foro de debate donde se mezclan casi todos los actores con intereses en esta encrucijada: creadores, productores de cine y música, la propia Administración (Cultura y Telecomunicaciones), entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual, empresas digitales y de contenidos. “Nuestra idea es trabajar por los modelos de convergencia entre cultura y tecnología, pero donde la creación sea el pilar esencial de esos nuevos modelos”, apunta José Manuel Gómez Bravo, presidente de OIPI.

“Lo fundamental es la creación, pero es necesario mantener la parte de inversión de la tecnología. Hay que trabajar por un equilibrio entre el derecho del autor y el desarrollo tecnológico”, señala Carmen Cuartero, de Cedro, la entidad de gestión de escritores y editores.

Levine defiende en su libro la estrategia comercial de medios como *The Wall Street Journal* o *The New York Times*. Diarios que cobran por el acceso al contenido de sus versiones digitales. “La gente considera el muro de pago como un asunto moral. Lo que creo que es estúpido. Ahí tienes a *The Guardian*, un



Robert Levine, durante el encuentro organizado por el Observatorio Internacional de la Propiedad Intelectual. PABLO MONGE

gran periódico que ha optado por darlo todo gratis y que tiene problemas. No digo que cobrar por tus contenidos sea la manera óptima, pero tampoco creo que sea una cuestión moral, sino de qué es lo más útil para que el negocio funcione”.

Curtido como periodista musical en cabeceras como *Billboard* o *Wired*, Levine conoce bien los entresijos de la industria. Ante el argumento de que las multinacionales han sido incapaces de adaptarse al nuevo ecosistema digital y contentar las demandas de una nueva generación de consumidores, no duda en lanzar el dardo de vuelta. “Todo el mundo ha cometido errores. Pero la industria se ha flagelado mucho por no haber encontrado la solución mágica sin tener en cuenta que partían con desventaja. Los sellos discográficos no podrían haber creado un iTunes antes que Apple. Si las cuatro o cinco principales productoras de música se hubieran sentado en una mesa a negociar una plataforma conjunta de contenidos online para su repertorio, se hubieran encontrado con problemas legales por infringir el derecho a la competencia. Por eso tienen que ser empresas de fuera del sector las que den esos servicios”. Esa es su explicación a que los modelos más solventes de ex-



platación de contenidos en la red estén en manos de Apple o Amazon. Pese a tomar partido por los autores y la industria cultural, Levine intenta escapar de análisis excesivamente simplistas. “No hay solo dos bandos. Un buen ejemplo es el modelo Spotify. Es una empresa tecnológica que ha hecho muy buenos acuerdos con los sellos discográficos. Pero su negocio no es tan bueno, sin embargo, para los anunciantes y es desastroso para los músicos”. Según los cálculos del propio servidor de música en *streaming*, cada reproducción de una canción supone para el bolsillo del autor apenas 0,006 dólares, mucho menos de un céntimo de euro.

“Google tiene el 98% de cuota de mercado. Es muy difícil llevar a cabo un negocio en internet porque ellos tienen ya todo el negocio”

El nuevo reparto de la tarta cultural

No cree que los cambios tecnológicos hayan transformado tanto el valor de la creación cultural, algo que es “difícil de medir pero que es importante por lo que inspira o simplemente por lo que entretiene”. Lo complicado es más bien el reparto de la tarta cultural. “El poder económico se está desplazando de las empresas tradicionales como, por ejemplo, las salas de cine, a los intermediarios en internet. Lo diferente es que antes la sala de cine tenía que repartir algo de los beneficios con los autores y ahora en el mundo digital el dinero apenas se reparte y se lo quedan los distribuidores e intermediarios como Youtube”.

El ejemplo más claro de ese desequilibrio de fuerzas lo representa, en su opi-

nión, Google, propietaria a su vez de Youtube. “Es muy difícil llevar a cabo un negocio en internet porque ellos tienen ya todo el negocio. Google tiene un 98% de cuota en su mercado. Yo no querría negociar con nadie con ese poder”, sentencia.

La Comisión Europea está, de hecho, investigando al gigante tecnológico estadounidense por posibles prácticas anticompetitivas. Los editores de periódicos y revistas de Europa, los demandantes en este caso, tienen la esperanza de conseguir un nuevo reparto de los beneficios de sus noticias. “Creemos y valoramos mucho la tecnología porque nos permite llegar a un número grande de usuarios. Pero creemos también que tiene que existir una ordenación razonable donde nuestro contenido reciba la justa remuneración”, explica Irene Lozano García, directora general de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE).

La llamada *cultura libre* y las licencias abiertas como las *creative commons* (CC), que permiten la copia, modificación y distribución de la obra en las condiciones que decida el autor, están igualmente en el punto de mira de Levine: “Lo primero es que no puedes negociar los términos de esos contratos. Y como todo contrato beneficia al que lo ha redactado, los que salen de la fundación CC, que está financiada por las empresas de internet, beneficia a las empresas de internet”.



Los anuncios de 'Mad Men' ya no venden

La crisis entierra algunos formatos publicitarios ● El consumidor, más desconfiado, busca la ironía y da la espalda a los famosos

MIGUEL ÁNGEL GARCÍA VEGA

Hace tiempo que España no huele como el interior de los bolsillos de un niño. Esfumada la alegría y sumergida la economía en su mayor crisis desde hace décadas, la publicidad, que siempre ha transitado paralela a los cambios sociales, asiste a una revolución. La fragmentación de la audiencia, la irrupción de una miríada de nuevos canales, el envejecimiento de la población, los cambios (obligados) en los hábitos de consumo y las nuevas estructuras familiares han alterado de manera radical la relación entre las marcas y las personas. Y, claro, los mensajes han cambiado.

"La publicidad refleja la realidad. No crea tendencias o traslada la sociedad hacia un movimiento determinado. Pero si lleva a imágenes lo que sucede", recuerda Carlos Rubio, director general de la Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP). Si en los años ochenta se acuñó el *marketing* concepto de que el consumidor era el rey, ahora "podríamos afirmar que ya no es rey, sino emperador", afirma David Coral, presidente de la agencia BBDO & Proximity.

Ese consumidor pasivo, ingenuo y crédulo que retrataba la serie de televisión *Mad Men* ha desaparecido. Surge uno diferente. Desconfiado, activo, incrédulo, sumergido en la tecnología y que responde, fiel, a ese lema publicitario que tanta fortuna ha hecho: "Yo no soy tonto". Y a este consumidor que se mueve dentro de una sociedad en agitación hay que convencerle con mensajes distintos. Funcionan las emociones, contar historias, la evasión, la ironía, el compromiso, los anuncios basados en escenas de la vida cotidiana, el humor. Y fracasan, cada vez más, los famosos o el indigno recurso, tan exprimido en los años de la borrasca económica, del "tanto tienes, tanto vales".

"La gente busca en las nuevas creativities autenticidad y coherencia. La crisis, que ha generado una enorme desconfianza en todas las instituciones, también ha llegado a la publicidad, que ha perdido mucho crédito. Las marcas, y sus mensajes, tienen ahora que ser útiles y relevantes para la gente", desgrana Amaya Coronado, directora de Planificación Estratégica de la agencia Lola. Esta mirada distinta lo "ha cambiado

todo", admite Agustín Vivancos, consejero delegado de Dommo. "Hemos pasado de pensar campañas a construir plataformas de comunicación". Es más costoso, pero surte más efecto.

El cambio es obligado porque tienen que trabajar en un país muy diferente al de hace solo cinco o seis años. El Instituto Nacional de Estadística (INE) revela lo profundo y lo dramático del cambio. El 37% de los hogares tiene dificultades para llegar a fin de mes, casi el 10% no puede pagar las facturas básicas (agua, hipoteca, electricidad...) y el 22% de los españoles se balancea sobre el abismo del umbral de la pobreza (14.700 euros para hogares con dos miembros). ¿Cómo no van a adaptarse los mensajes de la publicidad? Lo hacen, y en la mayo-

El comprador pasivo e ingenuo se ha convertido en activo e incrédulo

Funcionan las emociones, la sinceridad, la evasión y el humor

ría de las ocasiones para silenciar el dolor. "La gente está hastiada (corrupción, paro, clientelismo) y no cree en nada. Lo que el consumidor espera de nosotros no es que le hablemos de la crisis, sino que le transportemos a otro mundo, que construyamos mensajes que den esperanzas y sueños", sostiene Antonio Moreno, director creativo de Grey España. Una visión nueva que le aleje de algunos vicios del pasado: "La ostentación ya no se lleva ni volverá a llevarse nunca más", aventura Miguel García Vizcaino, fundador de la agencia Sra. Rushmore. En contrapartida, intuye el publicista, entran en juego otros valores, como la inteligencia o la autenticidad, pues, desde hace tiempo, el ciudadano detesta "que le intenten vender algo".

Pese a la evidencia de ese desapego, la industria porfía en mantener al cliente tan cerca como resulte posible con estrategias como las que apunta Daniel Blanco, director creativo en la agencia The Fact. Este profesional aporta a la discusión el recurso, a su jui-

cio "imparable", de la publicidad dirigida. El uso de grandes bases de datos por parte de las marcas que recopilan gustos y preferencias individuales del consumidor.

En este viraje del rumbo, que implica una apelación creciente a lo tecnológico, parece que los famosos se quedan fuera del *casting*. La firma de estudios de mercado Nielsen —en su informe *Global Trust in Advertising*— advierte de la poca influencia y confianza que suscitan las estrategias comerciales vinculadas con celebridades. Es tan grande la saturación de estos personajes que su aceptación se transforma en rechazo cuando promocionan varias marcas o productos a la vez. "Su eficacia se ha deteriorado mucho porque se ha abusado de ellos", refrenda Miguel Ángel Furonos, presidente de la agencia Publicis. En la orilla contraria, Nielsen destaca el impacto positivo de los anuncios basados en escenas de la vida cotidiana y la gran influencia del humor.

Todo esto nos enfrenta con la paradoja sobre la que, quizá, gravita esta historia. Nunca ha habido tantos canales o medios (Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn) para conectar con las personas, pero a la vez nunca ha sido tan difícil lograrlo. Una situación que recuerda al arranque de la novela *Historia de dos ciudades*, de Charles Dickens: "Era el mejor de los tiempos y era el peor de los tiempos...". El lado optimista de esta nueva época "conlleva que las campañas han de ser líquidas. Es decir, que la idea central que se quiere comunicar, si de verdad pretende ser potente, debe poder adaptarse a canales muy diversos: móvil, televisión, prensa, exterior, redes sociales", describe David Coral.

Sin embargo, de entre todos estos caminos, parece que son los nuevos canales donde reside la esperanza de la publicidad. La compañía Zenith Media, que analiza el comportamiento de esta industria, señala que cada vez ocupan más mercado. El año que viene, vaticinan los expertos del panel Zenthinela, aumentará la inversión publicitaria en móviles (10,6%), Internet (4,9%) y buscadores y enlaces (4,9%). Mientras que caerá en soportes clásicos como prensa (-7,8%) y revistas (-7,7%).

Esta multiplicación de canales y la fuerza del mundo digital provocan que el consumidor reciba miles de mensajes (impac-

tos los llama la industria), aunque la mayoría sin ningún interés. Juan José Peso Viñales, director de la consultora Daemon Quest by Deloitte, lo denomina el *efecto Groupon*. ¿Lo recuerdan? El sitio de ofertas de compras con descuentos diseñó una estrategia que consistía en lanzar propuestas a sus clientes "de manera indiscriminada". Un error. Porque ante la saturación, las personas se defienden desplegando una coraza. Para sortearla, el sector ha interiorizado que los mensajes que mejor funcionan son aquellos que conectan con el corazón y no solo con la razón. "Ahora cuanto más racionales somos menos se vende, a la gente la tienes que llevar a una emoción controlada para que a partir de ahí tome una de-

Las celebridades que promocionan varias marcas provocan rechazo

En las agencias ya no solo hay creativos, también ingenieros y matemáticos

cisión racional", incide Agustín Vivancos, de la agencia Dommo. Una vía distinta para alcanzar la marmita al final del arcoíris.

Y ya se sabe que la racionalidad suele ser cosa de números. Por eso la mejor manera de percibir el cambio que ha producido la crisis en la creatividad publicitaria es entendiendo quiénes trabajan hoy en una agencia. En Darwin & Co hay creativos, como toda la vida, sí, pero también ingenieros y matemáticos. Los algoritmos (clave para descifrar Internet y su repercusión) han tomado el poder. La publicidad se ha convertido en una torre de Babel de saberes que se usan para dar respuesta a un gran cambio. "Antes de la crisis, la publicidad era mostrar y ahora es evocar y, sobre todo, contar historias", asevera Alberto Martínez, director de Servicios al Cliente de Darwin & Co. Algunos pensarán que es una verdadera paradoja de nuestra época que haya que utilizar números para generar palabras.

Porque si algo sabe hacer bien la publicidad es leer el tiempo en



**Las marcas evitan cada vez más la ostentación en sus mensajes.** / JULIO CORTEZ (AP)

el que vive. Sostiene María de Corral, exdirectora del Museo Reina Sofía, que "un gran artista es alguien que entendiendo su época se adelanta a ella". Tal vez podríamos decir lo mismo de la mejor publicidad. Es cierto que los golpes, los bebés y los cachorros (véase el éxito de los vídeos de gatos en YouTube) continúan siendo recursos para que un anuncio llame la atención, pero también hay otros mensajes —en un país, no lo olvidemos, con seis millones de parados— que conectan. "La sensibilidad hacia las marcas, la responsabilidad social corporativa, la ecología y la sostenibilidad son valores que se hallan en auge en la sociedad", observa Begoña Moreno, profesora de la facultad de Artes y Comunicación de la Universidad Europea. De hecho, las enseñanzas aprovechan esta tendencia para generar campañas que hablen de ello. De ahí que McDonald's haya cambiado su logotipo del rojo al verde y en el día a día proponga acciones que asocian marketing y salud.

Otra estrategia que da buenos resultados es la viralidad. Y, sobre todo, una de sus derivadas: la comunicación de guerrillas. Esta táctica se aprovecha de iniciativas como el *street marketing* (acciones de comunicación que transcurren en la calle) y el *e-ambient* (captar la atención en el mundo digital). Aunque no es un planteamiento nuevo (una de las primeras acciones fue una serie de cortometrajes —*The Hire*— encargados en 2001 por BMW y filmados por directores de prestigio), cada vez son más los anunciantes que se atreven a lanzar estas campañas combinadas con acciones convencionales. "Funcionan porque es algo que el consumidor decide compartir y porque apelan a la alegría o la sorpresa", cuenta Enrique Alcat, profesor de comunicación del Instituto de Empresa, una escuela de negocios. Y, desde luego, el mejor espacio para compartirlo parece YouTube.

A ese canal se suben vídeos que explotan esta viralidad a través de creativities ingeniosas. Por ejemplo, los alumnos de la Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTECH) de Perú han diseñado —para aumentar las matriculaciones en su escuela— una valla publicitaria que capta la humedad del aire del desierto y la convierte en agua. Coca-Cola crea una botella de hielo para albergar el refresco y la cervecera Budweiser ha inventado una máquina de coser conectada a Twitter que transforma tuits en jerséis. Hablamos de una manera distinta de narrar una historia. De atraer la mirada.

"Porque la época en la que era suficiente con cantar las bondades de un producto o servicio enumerando qué ofrece o cómo se ha fabricado es tiempo pasado. Ahora resulta necesario cubrir, ade-

más, una capa superior: encontrar y comunicar la verdadera alma o razón de ser de una marca o una compañía", reflexiona David Coral. Al fin y al cabo, "las emociones son básicas para construir una enseñanza", comenta Miguel Ángel Furones. Y apostilla: "Sin ellas no se crean marcas". En publicidad hay un concepto —una vez más, anglosajón— que se ajusta a esta idea: *inside*. Se trata de un mensaje que cuenta algo de uno mismo que ni siquiera la propia persona conocía. "Es una experiencia que alguien te revela", sintetiza Furones.

Esa reivindicación del factor humano evidencia que la publicidad en esta época tan dura tiene una gran destreza para tocar el *interior* de las personas. Para ayudar con mensajes brillantes. Incluso en las situaciones más difíciles. La campaña *Pastillas contra el dolor ajeno*, de Médicos sin Fronteras, vendió 6,5 millones de estuches en España y acaba de lanzarse en Grecia. Jorge Martínez, responsable de Germinal Comunicación, el talento que hay detrás, se queja del enfoque al que obliga la crisis. "Las campañas de las ONG son estos días tan tácticas que se ha perdido la creatividad. Buscan una respuesta económica rápida". Algo comprensible teniendo en cuenta la caída de las donaciones. Aunque no del interés por ayudar, ya que nunca se habían

La responsabilidad social, la ecología y la sostenibilidad son valores en alza**Una estrategia con buenos resultados es la viralidad en las redes**

visto tantos voluntarios en España ni tanta sensibilidad hacia el dolor de los demás.

Por eso, algunos éxitos recientes de la publicidad se justifican bajo el convencimiento de que al ser humano se le da mal la soledad. Y las épocas oscuras transforman incluso negocios tan fríos como los seguros. Quizá por esta razón han trascendido tanto campañas del estilo *Soy de la Mutua*. "Es un recurso a la vía emocional. Al orgullo de pertenencia", indica Belén Pando, responsable de publicidad de la aseguradora. "Es la búsqueda de una comunicación más humana, que pone por delante a las personas reales", narra Jesús Fuertes, director general de Estrategia de TBWA España, quien observa que estos nuevos mensajes persiguen más la transparencia y el compromiso. Y avisa: "Los consumidores quieren que las enseñanzas cumplan lo que dicen". De ahí que ahora la sinceridad mande en una industria que durante muchos años comunicó demasiados trampantojos.



TELEVISIÓN

El incierto futuro de los pequeños

Las televisiones temáticas copan casi un tercio de la audiencia ● La sentencia del Tribunal Supremo siembra la inquietud sobre nueve canales privados

ROSARIO G. GÓMEZ
Madrid

Van dirigidos a nichos concretos: niños, mujeres, aficionados al deporte, fans de los documentales que mezclan realidad y ficción. Los canales temáticos acaparan casi un tercio de la audiencia y consiguen una fidelidad envidiable. Los dos grandes grupos audiovisuales (Atresmedia y Mediaset-España) lo saben. Por eso han desplegado estratégicamente sus ofertas para cubrir todo el espectro demográfico. Los niños acuden a Boing, los jóvenes a Nitro, las mujeres buscan Nova y Divinity y los hombres tienen su refugio en Energy y Xplora.

“Los canales principales son generalistas y van a un rango de público muy amplio. Los demás se segmentan por target o género”, explica José Antonio Antón, director de programas temáticos de Atresmedia. El objetivo es que la oferta sea complementaria para evitar que unos canales le roben espectadores a otros. El enemigo está fuera. En un escenario cada vez más segmentado, los dos operadores privados han creado contenedores con contenidos muy similares para no dejar escapar ni un espectador.

Telecinco sale a la carrera con una cierta ventaja. Explora ocho señales mientras que Atresmedia tiene en el aire siete. De momento. La sentencia del Supremo que anula nueve canales privados por no haberse adjudicado en concurso público provocará una recomposición del sector. El Gobierno mantiene la incertidumbre. Ha apelado a un (di-

Los grandes operadores buscan llegar a un público muy segmentado

En sus parrillas se testa el funcionamiento de algunos programas

ficil) acuerdo entre los operadores para cumplir el fallo con el menor perjuicio posible. De las frecuencias en litigio, tres son de Atresmedia y dos de Mediaset. Net TV (Vocento) y Veo TV (Unidad Editorial) tienen otros dos cada uno en entredicho.

En el tejado del Supremo está la pelota. Ha de decidir el número exacto de canales que deben cesar (la empresa Infraestructuras y Gestión 2002, que interpuso recurso, considera que pueden ser hasta 17) y además debe pronunciarse sobre el incidente de ejecución de sentencia para que apaguen al menos los nueve canales que ya declaró nulos en noviembre de 2012.

‘Ranking’ de televisiones temáticas

► **FDF.** (2,9% de audiencia en noviembre). Está dominado por *La que se avecina*. Obtiene sus mejores cuotas en hombres.

► **Clan.** (2,2%). Es el canal líder entre los niños de cuatro a 12 años. Triunfa la serie animada *Peppa Pig*.



Los actores de la serie *La que se avecina* (FDF).

► **Neox.** (2,2%). Hombres y menores de 44 años son sus fans. Vencen las infinitas repeticiones de *Los Simpson*.

► **Nova.** (2,1%). Su público más afín son mujeres y las personas de entre 13 y 44 años. La telenovela *La Patrona* no tiene rival.

► **Boing.** (1,7%). Es la segunda opción más vista entre los niños.

► **Nitro.** (1,7%). Su audiencia se escora hacia los hombres. La emisión favorita es la serie de acción *Sin rastro*.

► **Divinity.** (1,7%). Triunfa entre las mujeres. *Anatomía de Grey* es su producto estrella.

► **Discovery Max.** (1,7%). Tiene un perfil marcadamente masculino. *Dynamo: el mago* es lo más visto.

► **Xplora.** (1,6%). Vence entre los hombres. Las emisiones están lideradas por *La casa de empeños*.

► **Disney Channel.** (1,6%). Dirigida a niños, muestra afinidad en el público femenino. La película *Monstruos SA* es lo más seguido.

► **La Sexta 3.** (1,6%). Dedicada al cine, gusta más a los hombres. Ganan las cintas *Shoot'em up* y *Forrest Gump*.

► **Paramount Channel.** (1,6%). *La ley de Murphy*



Sin rastro se emite en Nitro.

es la película de más éxito. Logra sus mejores cuotas en hombres.

► **La Siete.** (1,3%). Las mujeres son su público más fiel. Triunfan *Hermano mayor* y *Conexión Samanta*.

► **Teledporte.** (1,2%). El canal de TVE tiene un perfil masculino. Vence el Nadal-Djokovic del Masters Cup.

► **Energy.** (1,1%). Hombres y jóvenes son sus espectadores más leales, que se decantan especialmente por la serie *CSI Miami*.

► **24 Horas.** (0,7%). La oferta informativa de TVE tiene más público en hombres. Lo más visto es *Telediario-Fin de semana*.

► **Nueve.** (0,6%). Mujeres y jóvenes son los principales aficionados a este canal. Apuestan por la serie *El comisario*.

► **MTV.** (0,6%). Su perfil se escora hacia las mujeres y los menores de 44 años. Ganan los premios MTV y *Vergüenza ajena*.

Su supresión haría más fácil el proceso del dividendo digital, es decir, la liberación de parte de las frecuencias que ahora ocupan la televisión para ser explotadas por los operadores de telecomunicaciones para los servicios de 4G. Teóricamente, la banda de frecuencias por la que se distribuye la televisión debería estar libre el 1 de enero de 2014, aunque en el sector se da por hecho que no se cumplirá tal compromiso.

El reajuste del mapa de las temáticas está también pendiente de la posible entrada del Real Madrid en el accionariado de Net TV y del regreso del musical MTV a las plataformas de pago. De hecho, de todas las ofertas temáticas, el canal musical es uno de los menos seguidos (0,6% de audiencia el mes pasado).

Mientras tanto, Atresmedia y Mediaset se conformarían con mantener el *statu quo*: seguir controlando el 90% del mercado publicitario aunque su familia de canales se viera obligada a mermar. Ambos operadores están iguales en audiencia. En noviembre, Atresmedia logró el 29,6% de cuota de pantalla (con siete canales) y Mediaset obtuvo el 29% (ocho emisoras). La pública RTVE registró el mismo mes el 16,4% (cinco canales), mientras que Net TV alcanzó el 4,4% (cuatro ofertas) y Veo TV se quedó en el 3,1% (dos en abierto, una de pago y una tele tienda).

Entre todas las emisoras especializadas, la que más éxito cosecha es FDF, cuya parrilla se nutre fundamentalmente de la multiredifusión de series de Telecinco. Con un 2,9% de la cuota en noviembre, supera en audiencia a La 2, que poco a poco ha ido cediendo terreno y a duras penas supera la barrera del 2%. El resto de los canales minoritarios de Mediaset están “muy targetizados”, como apunta su directora de Antena, Patricia Marco. “Van enfocados a nichos de audiencia muy claros. Divinity tiene un perfil femenino y acoge programas *factual* sobre belleza, estilismo o reformas, mientras que Energy es más masculino y alberga formatos con más acción”.

Las parrillas de los pequeños canales se utilizan a menudo como campo de pruebas para testar programas. “Hay menos riesgo y eso permite ir a formatos más extremos. A veces dan la sorpresa”, comenta Antón. *Pesadilla en la cocina*, por ejemplo, se pensó inicialmente para Xplora, pero a la vista de las buenas perspectivas que anunciaba el espacio gastronómico presentado por Alberto Chicote, se redirigió a la parrilla de La Sexta. Esta cadena acogerá también la adaptación española de *El jefe*, cuya versión original (estadounidense) se emite actualmente en Xplora. Y dado que la producción propia es cara, los temáticos se nutren de los contenidos más baratos del mercado o simplemente de refritos.



Mas veta las preguntas sobre crisis y corrupción para lucirse en TV3

El Govern ordena suprimir asuntos incómodos como los casos «Palau» e «ITV»

La intención del presidente es centrar su aparición de esta noche en la consulta

Marcos Pardeiro

BARCELONA- «Buenas noches, president. La sede de Convergència permanece embargada por orden de la Justicia desde hace 17 meses por el presunto cobro de comisiones ilegales en la adjudicación de obra pública dentro del "caso Palau". ¿Merecen los catalanes que la Justicia aclare si CDC fue responsable civil, a título lucrativo, del desfallo del Palau de la Música antes de votar sobre la independencia?». De todos los inicios que podría tener la entrevista que esta noche protagonizará Artur Mas en TV3, éste no tiene ninguna posibilidad de salir en antena, puesto que las preguntas incómodas sobre la corrupción y la crisis han sido vetadas por orden del Govern.

Mas será la gran estrella de esta noche en la cadena pública de Cataluña. El presidente de la Generalitat se ha reservado horario de máxima audiencia para protagonizar una entrevista en la que hablará detenidamente sobre la consulta independentista, sobre la estabilidad del Govern y sobre las relaciones con el Gobierno. Nadie puede esperar que Mas responda preguntas molestas acerca de la pobreza en Cataluña, ni cuestiones sobre la dependencia que la Generalitat arrastra del Estado para hacer frente a sus pagos, ni mucho menos interrogantes sobre los casos de corrupción que salpican a CiU («caso Palau», «caso ITV»). Todo ello ha saltado del guión de una entrevista que el Govern ha modelado durante las dos últimas semanas tras ejercer una presión insólita sobre los informativos de TV3. «Se ha pervertido la función de los medios públicos», concluyen fuentes conocedoras de cómo se ha gestado una entrevista a medida del president.

Este periódico informó en su edición del 3 de diciembre de que Mas pensaba aparecer en TV3 el

día 16 en «prime time» para anunciar la pregunta de la consulta independentista. El presidente de la Generalitat tenía resuelta la ecuación que iba a permitir el pacto entre CiU, ERC, ICV y CUP. Sabía que su fórmula era vencedora y quería darle brillo ante las cámaras. Finalmente, precipitó el anuncio el pasado jueves, pero mantuvo intacta su presencia en TV3 para este lunes.

Modelando el formato

Antes de la cumbre en el Palau de la Generalitat con los líderes de ERC, ICV y CUP, los «fontaneros» del Govern ya habían acabado de perfilar la entrevista en la cadena pública de Cataluña para redondear el formato. De la hora y media de entrevista prevista inicialmente se pasó a una hora, y del

LA INDIGNACIÓN

«Se ha pervertido el uso de los medios públicos», afirman trabajadores de TV3

cuestionario a fondo que debían completar cinco periodistas de la casa se pasó a sólo dos. Carles Prats, presentador del Telenotícies Migdia, y Lúdia Heredia, futura conductora de «Els Matins», serán finalmente los únicos encargados de interrogar al presidente de la Generalitat.

Mas busca exhibirse como el artífice de un acuerdo sobre la pregunta que le ha permitido elevar el listón del proceso soberanista en Cataluña. «Nunca se ha llegado tan lejos», dicen, ufanos, los dirigentes de Convergència. El president sabe que el pacto en torno a la pregunta encadenada le otorga una vida extra. Es el momento de anotarse el tanto, de resplandecer en los televisores de Cataluña como el líder que puede conducir a la comunidad a la soberanía plena.

Castigado en las urnas el pasado 25 de noviembre de 2012 –retro-

Reuters

Mas protagonizará esta noche en el Palau de la Generalitat una entrevista en horario de máxima audiencia



RELEVO EN LA SECCIÓN DE POLÍTICA

La sección de Política de los informativos de TV3 experimentará cambios de forma inminente. Podrían materializarse incluso esta semana. Ernest Maymó, un histórico de la cadena pública que ocupa el cargo de jefe de Política desde mayo de 2007, dejará su puesto y su sustituta será Montse Tió, una periodista que fuentes de la casa definen como de «perfil bajo», lo cual abre la puerta a mayores manejos del Govern. El malestar entre los profesionales de TV3 ha ido en aumento en los últimos tiempos y no sólo por los recortes, sino por las «imposiciones» que denuncia la sección de Televisión de Catalunya ante el Sindicato de Periodistas de Cataluña.



cedió de 62 a 50 escaños con su propuesta de consulta – y en caída libre desde que inició su segundo mandato, Mas se ha metido entre ceja y ceja remontar. Es el momento y hay que usar todos los resortes a su alcance. Probablemente ninguno es tan valioso como TV3, la cadena de referencia del electorado nacionalista.

Desde hace varios años, los estrategas de Convergència – con Francesc Homs a la cabeza – han diseñado una política comunicativa muy clara. El presidente de la Generalitat no concede entrevistas a periódicos editados en Madrid desde que tomó las riendas.



Lo que la Generalitat no quiere ver

Más de 50.000 niños sufren malnutrición y 1,6 millones de catalanes están en riesgo de pobreza

Lo avisó el Defensor del Pueblo catalán en verano: en Cataluña hay más de 50.000 niños que sufren malnutrición y la pobreza afecta al 28% de los menores. Pero hay más. El pasado septiembre, un estudio de Intermón-Oxfam y la Mesa del Tercer Sector Social de Cataluña alertaba de que había 1,6 millones de ciudadanos en riesgo de pobreza (424.000 más que en 2006).



El número de parados ha crecido en cerca de 200.000 personas desde 2010

Además de la situación de riesgo de pobreza que se vive en Cataluña, el desempleo también es otro importante problema que afecta a la comunidad gobernada por Artur Mas. En 2010 la media de ciudadanos catalanes sin trabajo era de 677.100, mientras que en la actualidad el dato que se desprende de la última Encuesta de Población Activa (EPA) habla de casi 850.000 ciudadanos desempleados.

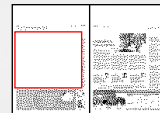
Sanidad bajo mínimos, cierre de ambulatorios, recortes en Educación y menos profesores

No se recorta en política lingüística, ni en embajadas, pero sí, sin embargo, en Sanidad, Educación o políticas sociales. Así, el gasto en Educación ha caído más de un 17% desde 2010, reduciéndose en unos 3.000 el número de profesores en colegios e institutos y en cerca de 1.500 en la Universidad. En Sanidad, más de lo mismo: ha habido un 11 por ciento menos de presupuesto en los últimos tres años.



das del Gobierno catalán. Si atiende, en cambio, a los diarios internacionales. No hay pegs para proyectar el proceso soberanista en rotativos de todo el mundo. Su desinterés sólo afecta a la Prensa nacional. Con TV3 no hay problema. Su presencia se puede multiplicar cuando convenga. Basta con recordar el mes de octubre de 2012, en vigilijs de las elecciones autonómicas, cuando Mas se paseó por todos los programas estrella de la cadena, nocturnos o diurnos.

El proceso soberanista nunca llegó tan lejos como ahora. La manipulación de TV3 tampoco.



Llega el paréntesis navideño

Las cadenas despiden a sus espacios estrella porque cambia el perfil de los espectadores

Cecilia García - Madrid

Ya no es como antaño, cuando las cadenas de televisión tenían en el calendario señalado en rojo el inicio de las fechas navideñas. Sin embargo, se siguen produciendo algunos movimientos, aunque no alcancen la categoría de sísmicos, en las parrillas de su programación. Hoy, Antena 3 interrumpe la emisión de «El tiempo entre costuras» hasta después de las fiestas. Los dos últimos capítulos se verán ya en enero. El miércoles se vivirá un combate de titanes con las finalísticas de «Top Chef», en la cadena de Atresmedia, y «La Voz», en Telecinco. Ambos han sido dos de los programas más exitosos de sus cadenas que están compitiendo por el liderato en «prime time» de ese día con unas cuotas de pantalla más que respetables. El «talent show» que lidera Alberto Chicote consiguió el pasado miércoles un 22,1 de cuota de pantalla y 3.587.000 espectadores, superando en casi 200.000 seguidores al programa presentado por Jesús Vázquez, que, sin embargo, tuvo una cuota de pantalla del 24 por ciento. «Ninguno de estos movimientos corresponde a un imprevisto cambio de programación, como se puede llegar a pensar; al contrario, lo que se hace es mimar los contenidos más significativos de las cadenas. Doy por hecho que estaría perfectamente pensado que tanto «Top Chef» como «La Voz» finalizasen antes de

la Navidad, al igual de lo que sucede con «El tiempo entre costuras», afirma un experto en marketing y audiencias. «No es que haya un temor a que se pierda cuota de pantalla o número de espectadores; no hay una gran diferencia en el consumo televisivo en esas fechas pero sí en el perfil del espectador. Todos los años, el consumo en esta franja de edad crece», afirma Javier López de Barlovente Comunicación.

Eso sí, que nadie se espere un vuelco en



«El tiempo...» regresa en enero

En enero se sabrá el desenlace de las aventuras de Sira Quiroga en «El tiempo entre costuras», pero promete, ya que en el capítulo de hoy se reencuentra con el periodista Marcus Logan, con el que vivió un amor incipiente en Tetuán. Sira prosigue con su misión en Lisboa en la que investiga los negocios que presumiblemente mantiene con los alemanes el empresario luso Manuel Da Silva.

la programación de las cadenas, como hace unos años, en los que las mañanas de los canales generalistas eran colonizadas por los dibujos animados, villancicos y demás programas infantiles. Eso ya forma parte del pasado. «Con el apagón analógico y los canales de la TDT, además de que la audiencia se ha fragmentado, independientemente de las fechas de las que hablemos, la programación infantil está muy bien



Imagen de una de las ediciones internacionales de «MasterChef Junior»

tercera cadena más vista por los niños de entre 4 y 12 años, con un 11,4. De ahí que no extrañe que TVE ya esté anunciando el estreno en horario «prime time» de «MasterChef Junior», de cara a estas Navidades, así como Telecinco tiene previsto mostrar un adelanto de la «La Voz Kids», cuyo inicio de emisión también está previsto para las mismas fechas, ya que, como confirmó Jesús Vázquez el pasado mes de octubre, ya están rodados la mayoría de los programas.

«La programación televisiva va a gravitar en torno a los contenidos para toda la familia», dicen fuentes de una cadena. O, dicho de otra manera, se acerca la emisión de una batería de películas y programas para todas las edades. Atrás quedan los años en los que los programas de Navidad se convertían en un evento televisivo de primera magnitud. Sólo TVE, que ya da por perdida la batalla de la audiencia, mantiene una tradición que no es válida para las cadenas comerciales. El año pasado abundaron las galas especiales de cantantes como Miguel Bosé, Alejandro Sanz o Michael Bublé con buenas cuotas de pantalla, en torno al 15 por ciento. Este año están previstos sendos especiales de Raphael y Pablo Alborán. Es más que significativa la audiencia de José Mota, un clásico de estas fechas, al menos cuando estaba en la cadena pública. Desde que fichó por Mediaset, la carrera televisiva del cómico ha experimentado un parón y ha desaparecido prácticamente del mapa, ya que no está confirmado ningún programa para un futuro próximo.

cubierta con los canales temáticos de las grandes cadenas, como Clan, Boing, Disney Channel...», explica López. Los datos así lo corroboran. En diciembre de 2012, Clan logró un 2,6 por ciento de «share», dos décimas más que el mes anterior, siendo la más vista por los niños de entre 4 y 12 años, con el 15,3 de cuota de pantalla. Parecido recorrido tuvo Disney Channel, que también subió dos décimas y se convirtió en la



La producción y el doblaje del cine se sostiene por las ayudas públicas

El Festival REC de Tarragona es el certamen local que recibe una mayor ayuda, con 12.000 euros

J. C.

El REC, Festival Internacional de Cinema de Tarragona, con 12.000 euros, és el certamen cinematográfico local que en 2012 recibió una mayor ayuda de la Generalitat. El receptor es la entidad organizadora, Play Acció Cultural. Le siguieron el Festival Europeo de Curtmetratges (FEC) de Reus y Cambrils, ambos con 5.000 euros. En este caso el beneficiario es la Petita Organització Cinematogràfica de Cambrils, productora de ambos.

El certamen catalán que recibe una mayor ayuda de la Generalitat es el Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya que se celebra en Sitges, con 407.000 euros para la edición de 2013 y que ingresa la Fundació Privada Sitges. Le sigue Screen Projects, SL con 250.000 euros para Fira Loop y Screen Festival 2013 y Productors Audiovisuales Federats (Proa), con 226.000 destinados a acciones para «impulsar la internacionalización del audiovisual catalán».

La producción audiovisual también depende de las ayudas



Imagen del rodaje del largometraje televisivo 1714, que recibe una subvención de 600.000 euros. FOTO: DT

públicas. El largometraje televisivo 1714, producido por Pròdigus Cinema, SL, recibió 300.000 euros para el capítulo primero y la misma cantidad para el capítulo segundo.

La otra gran línea de subvenciones al sector del cine es la destinada los estrenos comerciales de largometrajes doblados o subtítulos en lengua catalana. Las películas que el año pasado recibieron mayores importes por este concepto fueron *Battleship* (Universal Pictures), con 105.600 euros; *Lorax, a la recerca de la trífula perduda* (Universal Pictures), con 104.700 euros; *Rise of the guardians* (Paramount), con 116.614 euros; *Madagascar 3* (Paramount), con 119.614 euros; *Milenium: Els homes que no estima-*

ven les dones (Sony Pictures), con 113.619 euros; *Brave-Indomable* (The Walt Disney Company), con 140.850 euros; *Prometheus* (Hispano Foxfilm), 109.000,00 euros; *Ralph, el demolidor* (Walt Disney), con 132.350,00 euros; *Blancaneu i la llegenda del caçador* (Universal Pictures), con 108.500; y *Hobbit* (Warner Bros), con 160.000.

También está subvencionada la producción de largometrajes y proyectos audiovisuales de gran formato, como *Bruc, la llegenda* (Ikiru Films, 182.000 euros) y *Lope* (Ikiru Films, 104.207 euros), así como las series y largometrajes televisivos de animación, como *Tex* (Neptuno Films, 240.000 euros) y *Pumpkin Reports* (Motion Pictures, 240.000 euros).



El catalán justifica las subvenciones a los medios de comunicación privados

■ Los medios de comunicación reciben importantes ayudas de las administraciones públicas. La Generalitat destina notables recursos a este sector, en base a la promoción y difusión de la lengua catalana, una decisión que siempre ha sido muy controvertida, especialmente por las lecturas políticas que genera.

Así por ejemplo, para «proyectos que fomenten y consoliden el espacio catalán de comunicación para empresas periodísticas privadas editoras de prensa en soporte papel», en 2012 la de mayor importe fue concedida a *El Periódico* (Ediciones Primera Plana, SA), con 266.000 euros para «la integración de la redacción y la potenciación de sus medios digitales». También *El Periódico* recibió otros 200.000 euros para «la innovación tecnológica en la utilización de sistemas multime-

dia y la formación del personal de la redacción». Le siguió *El Punt-Avui* (Hermes Comunicacions, SA), con 230.000 euros para «realizar una fuerte campaña promocional y crear la nueva sección *Catalunya vol viure en llibertat*». El diario *Ara* (Edició de Premsa Periòdica Ara, SL) recibió 200.000 euros por «la redefinición de la oferta del diario *Ara Cap de Setmana* y ampliar la distribución a Castilla y València». Por su parte, *La Vanguardia* (La Vanguardia Ediciones, SL) fue subven-

Las ayudas a la prensa son polémicas por las lecturas políticas que generan

cionada con 178.000 euros por «la mejora del desarrollo del sistema de edición en catalán y de su integración con la base lexicográfica y los sistemas de producción».

Cabe recordar, en este sentido, que *Diari de Tarragona* no recibió ninguna subvención.

Digitales, radios y TV locales

La prensa digital también tiene su línea de subvenciones. En 2012 las más cuantiosas fueron concedidas a *El Punt-Avui* para «la edición 24 horas» (158.500 euros), *El Periódico* para «la creación del diarijove.elperiodico.cat» (150.000 euros) y *Ara* para «la mejora de contenidos e infraestructura de la publicación digital *Ara 3.0*» (90.000 euros).

Para las emisoras privadas de radio en catalán, la ayuda de mayor cuantía fue para *Rac105* (Ra-

diocat XXI, SL) para «la realización del proyecto Plataforma-ac105, apoyo y promoción al panorama musical catalán desde *Rac105*, la ràdio es soporte multicanal (205.000 euros). La otra gran subvención fue para *Grup Flaix* para «la realización de una radio interactiva (150.000 euros).

En cuanto a las televisiones locales, la principal subvención para los canales de las comarcas de Tarragona fue de 124.710 euros para *EBE Imatge i Comunicació, SL*, para «realizar un proyecto de cooperación entre las televisiones locales del Ebre para construir una plataforma audiovisual de referencia y avanzar hacia un proyecto mediático conjunto (Fase 1)».

Otras subvenciones plurianuales (2011-13) a asociaciones del sector han sido reducidas a la mitad por los recortes presupuestarios. Es el caso de la *Associació Catalana de Premsa Gratuïta*, con 171.000 euros (inicial de 342.000) y de la *Fundació Catalana de la Premsa Comarcal*, con 200.000 euros (inicial de 600.000).



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

La premsa espanyola s'apunta a sumar els indecisos al no



El Mundo i *La Razón* publiquen les seves respectives enquestes, que, punt amunt, punt avall, repeteixen els resultats de la d'*El Periódico* de dissabte: majoria a favor de l'estat i, entre els partidaris d'aquesta opció, aclaparadora victòria (a l'entorn del 80%) dels independentistes. *El Mundo* titula: "Un 35% dels catalans votarien avui que sí a la independència". Altre cop, com feia *El Periódico*, els indecisos acaben adjudicant-se *de facto* al no. De fet, amb les mateixes dades, podrien haver titulat: "Un

61% de catalans no s'oposa a tenir un estat". *La Razón* va més enllà i obre amb "No hi ha majoria per a la independència", però el gràfic de portada els desmenteix i mostra que la barra del sí, amb un 40%, segueix guanyant la del no (i això que s'han pres la llicència de sumar els "sí, no" a la banda del no, ehem). *El País* no posa números sobre el tapet i opta per un titular interpretatiu, "Mas s'assegura la pau amb els seus aliats després de pactar la consulta", que és, fonamentalment, el mateix que el de *La Vanguardia* del dia anterior ("Mas espera que el pacte de la consulta li doni aire fins al 2016"). El rerefons: degradar el referèndum suggerint que és una mera maniobra de supervivència de Mas. Finalment, el toc d'humor el posa l'*Abc*, amb una entrevista al ministre Gallardón titulada: "La democràcia espanyola té tots els recursos per impedir la consulta". Aplaudir una democràcia a partir de la seva capacitat d'impedir votar: espero que els hereus de Gila hagin cobrat algun dret d'autor per l'ocurrència.



Mésmitjans



De Castro i Rueda treballen en una revista ■ ARXIU

FICCIÓ

Torna l'esperit de 'Periodistas' a Tele 5

Tele 5 està rodant una nova sèrie que produeix Globomedia per a Mediaset (Tele 5) ambientada en la redacció d'una revista de moda i amb Belén Rueda i Gonzalo de Castro com a protagonistes. També hi participen Paula Prendes, Luisa Martín, Macarena García, Fran Perea i Dani Rovira. El productor és Daniel Écija i la sèrie tractarà dels "tòpics" i la "manera de fer pròpia" perquè el públic s'hi vegi reflectit. Rueda és Candela, subdirectora de la revista *B&B* i antic amor de Pa-

blo (De Castro), que en el primer episodi torna de l'Argentina per fer-se càrrec de la redacció. Aquest fet provocarà tensions entre la parella i amb la resta de treballadors. La missió de Pablo és fer reflotar la publicació, en plena crisi, i per això decideix fer un canvi i incorporar més temes socials i d'actualitat. "S'abordaran temes que preocupen, com la crisi, l'atur", va explicar Belén Rueda, que torna a la comèdia sis anys després de *Los Serrano*, emesa per Tele 5. ■ REDACCIÓ



PARLEM-NE



DAVID MIRÓ
SUBDIRECTOR

Com sé que algú és periodista

AL DIARI REBEM visites d'estudiants que en general tenen una idea molt esbiaixada sobre la feina dels periodistes. De fet, es pensen que la feina d'un periodista és perseguir famosos (si surt en programes del cor) o enganyar la gent (si participa en tertúlies polítiques). Per culpa de la fauna que es presenta a la televisió amb l'etiqueta de "periodista" és molt difícil lluitar contra aquest prejudici. Però cal ser imaginatiu i in-

tentar-ho. La setmana passada, davant d'un grup d'aquests alumnes, els vaig dir que un periodista és algú a qui li brillen els ulls quan té una notícia al marge de qualsevol altra consideració. Perquè un periodista és un caçador de notícies, s'alimenta d'elles, del plaer d'arribar-hi abans que ningú i malgrat els intents d'amagar-les de molta gent.

Només els que estem en l'ofici coneixem aquesta sensació, que en certa manera es deu assemblar al que sent Josep Guardiola quan, després de visionar els vídeos dels adversaris, visualitza la clau que li permetrà guanyar el partit. Eureka! Perquè moltes vegades, la majoria, les notícies són davant nostre, esperant a ser desxifrades. La intuïció hi juga un paper clau. Has de saber què preguntar a cadascú, i com fer-ho. Pas a pas, t'hi vas acostant, avances en cercles concèntrics, una mica a cegues, fins a tocar la notícia amb les mans en forma de titular de portada. A la redacció llavors se sent un to de veu conegut. És quan la Sara González, per exemple, penja el telèfon i diu amb els ulls brillants: "Ja ho tenim!" I jo sé que allà hi ha una periodista.



Assassinada una presentadora de televisió iraquiana

IRAQ ► Un grup armat va assassinar a trets una presentadora de la televisió local de la ciutat de Mossul, al nord de l'Iraq. Nures al-Naimi, periodista del canal Al-Mosuliya, va rebre diversos trets a prop de casa seva. El 2 de desembre el periodista Adel Hussein, que treballava per a mitjans locals, també va ser assassinat. Des de començaments d'octubre, sis periodistes han mort a l'Iraq, cinc d'ells a Mossul. Segons xifres difoses a l'octubre pel Sindicat de Periodistes iraquiana, almenys 375 treballadors de diferents mitjans han estat assassinats a l'Iraq des de la invasió dels Estats Units al 2003. / Efe



Cerimònia dels premis Talento de l'Academia de TV

► L'Academia de Televisión lliurarà avui a la seu de l'Institut Cervantes els premis Talento, per a professionals que duen a terme la seva tasca rere les càmeres. Entre els premiats d'aquesta edició hi ha Silvio González (conseller delegat d'Atresmedia), Luis Fernández (expresident de RTVE), Miguel Sánchez Romero (director d'*El intermedio*), Carles Checa (director creatiu de TV3) i Montse Abbad (directora de continguts de TVE). / Redacció