



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

13/01/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**



PREMSA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
13/01/14	NUEVA EDICIÓN DEL MILA DE PERIODISME EN LLEIDA / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
11/01/14	SÁNCHEZ PIÑOL, A 'LA VANGUARDIA' / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	9	1
11/01/14	TONI CRUANYES «VULL QUE EL TN'SIGUI UNA FINESTRA PERA L'ESPECTADOR» / EL PERIODICO DE CAT. (TELETODO ED. CAT.)	10	4
11/01/14	'EL ECONOMISTA' MANTIENE LOS PRECIOS MIENTRAS 'EXPANSIÓN' LOS AUMENTA UN 40% / EL ECONOMISTA	14	1
11/01/14	UNA PLATAFORMA DIGITAL PARA QUE LAS IDEAS LLEGUEN AL LECTOR EN CUALQUIER PARTE DEL MUNDO. CON ESE OBJETIVO NACE THEWORLDPOST, UNA INICIATIVA CONJUNTA DEL INSTITUTO DE GOBERNANZA QUE DIRIGE NICOLAS BER / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	15	1
11/01/14	YAHOO! TAMBIÉN QUIERE SER UN MEDIO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
11/01/14	PEQUÍN IMPOSA UN TEST IDEOLÒGIC ALS SEUS PERIODISTES PER PODER TREBALLAR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	17	1
11/01/14	TSUNAMI ALS TN' / EL PERIODICO DE CAT. (TELETODO ED. CAT.)	18	1
11/01/14	EL MAGNATE CHINO QUE PUJA POR «THE NEW YORK TIMES» / ABC (EDICION NACIONAL)	19	1
11/01/14	TOMÀS ALCOVERRO CORRESPONSAL ORIENT MITJÀ «COM MÉS ISLÀMIC, PITJOR» / DIARI DE SABADELL	20	1
11/01/14	ELS NOUS TN', EN L'AIRE / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	21	1
11/01/14	'EL MUNDO' TAMBÉ PRESSIONA JORGE FERNÁNDEZ DÍAZ / ARA	22	1
11/01/14	IMPRESSIONANT / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	23	2
11/01/14	TVE REORDENA ELDEPARTAMENT D'INFORMATIUS / ARA	25	1
11/01/14	LUIS J. ALCALÁ, NUEVO RESPONSABLE DE INFORMACIÓN EN TVE / LA RAZON	26	1
12/01/14	TONICRUANYES / ARA (ARA TU)	27	4

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
12/01/14	LOS HERMANOS QUE ROMPIERON EL VETO DE FRANCO / EL PAIS (DOMINGO)	31	2
12/01/14	RUMORES TÓXICOS / LA VANGUARDIA (MAGAZINE)	33	8
12/01/14	LÍDIA HEREDIA. PERIODISTA EL TO AGRESSIU" / PRESENCIA	41	1
12/01/14	EN LA TEVA per Enric Calpena / EL PERIODICO DE CATALUNYA(MES PERIODICO)	42	2
12/01/14	WILLIAM ECCLESHARE CONSEJERO DELEGADO DE CLEAR CHANNEL "LA SITUACIÓN EN ESPAÑA NO VA A EMPEORAR" / EL PAIS (NEGOCIOS)	44	1
12/01/14	«ELS MITJANS DE L'ESGLÉSIA HAN DE SER RESPECTUOSOS AMB CATALUNYA", José María Gil Tamayo, secretari general i portaveu de la Conferència Episcopal Espanyola / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	45	2
12/01/14	PERIODISTAS EN LAS REDES SOCIALES, POR TOMÀS DELCLÓS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	47	2
12/01/14	PERIODISTES per Manuel Cuyàs / EL PUNT AVUI (GIRONA)	49	1
12/01/14	LA FISCALÍA TOMA LA INICIATIVA PARA ABORTAR LA «GUERRA MEDIÁTICA» / ABC (EDICION NACIONAL)	50	2
12/01/14	LA TELE SEGUEIX RENYIDA AMB INTERNET / ARA (ARA EMPRENEM)	52	2
12/01/14	LECCIONES DE CORRESPONSAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	54	1
12/01/14	EL PERIODISTA XAVI AYÉN S'ENDÚ EL GAZIEL / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	55	1
12/01/14	GABILONDO GUANYA EL MIGUEL DELIBES DE PERIODISME / SEGRE	56	1
12/01/14	MIREIA ACOSTA HA SIDO NOM BRADA DIRECTORA DEL ÀREA DE FICCIÓN DE LA PRODUCTORA MAGNOLIA TV ESPAÑA. ESPECIALIZADA EN CREACIÓN Y COORDINACIÓN DE PROYECTOS PARA TELEVISIÓN, HA SIDO DIRECTORA DE FICCIÓN / EL PAIS (NEGOCIOS)	57	1
12/01/14	LORENA VOCES ES LA NUEVA DIRECTORA DE RELACIONES PÚBLICAS DE EDICIONES CONDÉ NAST (EDITOR DE REVISTAS COMO VOGUE, VANITY FAIR, GLAMOUR, AD O GQ). ESTA LICENCIADA EN PERIODISMO, DE 32 AÑOS, TRABAJABA / EL PAIS (NEGOCIOS)	58	1
13/01/14	BUZZFEED: CRUSPIR-SE INTERNET AMB VIRALS / ARA	59	1
13/01/14	ON POSEM ELS LÍMITS ALS DISCUROS XENÒFOBS? / ARA	60	2

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
13/01/14	TELEFÓNICA VUELVE A CRECER EN TELEVISIÓN DE PAGO / EXPANSION	62	1
13/01/14	HOMENAJE A LUIS DEL OLMO, POR JESÚS MARIÑAS / LA RAZON	63	1
13/01/14	MARCHA EN CONTRA DEL ERE EN TELEMADRID / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	64	1
13/01/14	LAS 'EFES' DE EFE / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	65	1
13/01/14	MANIFESTACIÓ DE TELEMADRID UN ANY DESPRÉS DE L'ERO / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	66	1
13/01/14	APOSTA DE RÀDIO NURIA ROCA OBRE EL MATÍ DE MELODÍA FM / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	67	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



GALARDONES PERIODÍSTICOS / IGUALDAD

Nueva edición del Mila de Periodisme en Lleida

LLEIDA • La Paeria, a través de la Concejalía de Drets Civils, Cooperació i Igualtat, y el Col·legi de Periodistes de Catalunya-Demarcació de Lleida convocan la séptima edición del Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere a Lleida, en las categorías de prensa escrita, audiovisual, fotoperiodismo y medios digitales.

El plazo para presentar los trabajos periodísticos finaliza el 31 de

► El plazo de presentación finaliza en enero

enero. El galardón se concede a los trabajos que tratan sobre la promoción de las mujeres y la igualdad de género y pueden participar aquellos trabajos que difundan experiencias

para la igualdad de género, publicados en los medios de comunicación, en formato papel o digital, de ámbito local, catalán y estatal con presencia en Lleida entre el 1 de enero de 2013 y el 31 de diciembre de 2013.

Este premio de periodismo lleva el nombre de Mila en homenaje a la protagonista de la novela *Solitud*, la obra más conocida de Caterina Albert y Paradís, que firmaba sus obras con el pseudónimo Víctor Català. La obra, todo un clásico de la literatura catalana, relata el itinerario vital y interior de esta mujer, Mila, hasta que se llega a conocer a su misma.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS





Sánchez Piñol, a 'La Vanguardia'

L'autor de 'Victus' s'incorpora des de demà com a articulista d'aquest diari

Albert Sánchez Piñol (Barcelona, 1965), l'autor català viu més venut, autor de novel·les com *La pell freda*, *Pandora al Congo* o *Victus*, s'incorpora des de demà al planter d'articulistes de *La Vanguardia*. La seva col·laboració serà quinzenal, i apareixerà a la secció d'Opinió.

Per ell, l'articulisme "és un gènere literari més, com el conte, la novel·la, l'assaig o el guió. Les his-

tòries t'arriben al cap en brut i tu les vas classificant segons el gènere literari al qual pertanyen".

Adverteix als lectors que trobaran "un antropòleg amb forma d'escriptor" perquè "allò natural en un antropòleg és que s'interrogui sobre tot. A la facultat ens deien que l'antropologia no servia per a res. Jo crec, al contrari, que serveix per a tot i que jo en sóc la prova".

Sovint, creu, "és el mateix autor d'un text el que s'autolimita.

Jo he publicat en molts diaris -*Avui*, més recentment a l'*Ara*, i algunes cosetes a *La Vanguardia*, *El Periódico* i *El Mundo*- i mai ningú no m'ha dit el que havia de fer, cosa que he aprofitat fins a les últimes conseqüències".

Per l'escriptor, "Catalunya és un país de grans articulistes i contistes, dos gèneres amb una frontera molt permeable. No diré més noms, però vagi vostè a demanar-li a Josep Maria Espinàs la diferència entre un article i la

vida: l'home escriu com respira i, sobretot, escriu articles. Alguns dels seus llibres, com certs viatges a peu, poden llegir-se com un article llarg".

Sobre els seus nous col·legues a *La Vanguardia*, diu: "Quim Monzó ha dit que un article és un conte, carregant-se l'última frontera. Jo tinc una actitud una mica més distant. Monzó i Sergi Pàmies han trencat les fronteres del conte tradicional, i això s'adapta molt bé al periodisme. Els seus

contes ja no han de tenir per força tres actes. Els admiro i segueixo molt, però jo sóc més conservador: la meua oferta és clàssica, amb tres actes i un final".

Finalment, adverteix: "En aquest país la majoria d'autors tan sols poden viure de la premsa escrita i el 90% dels seus textos publicats són en premsa. Els acadèmics del futur analitzaran els diaris, perquè sense ells s'estarien perdent la història de la literatura del país".



Abans de classe. Albert Sánchez Piñol, ahir, abans d'impartir una classe a l'escola d'escriptura de l'Ateneu Barcelonès

vards i els valents. Jo escrivia coses molt valentes amb un mètode molt covard, l'anonimat. Una breu col·laboració de joventut.

Què vol dir temes diferents?
Per exemple, escriure sobre una secta el déu de la qual és un espagueti volador, són una gent que diuen que tenen una religió i es volen acollir a les lleis de protecció dels cultes. Van amb una escriptorera al cap!

Més exemples?
A tots els diaris on he col·laborat he tret el cas del pollastre Mike. Fa molt de temps, un pagès de Minnesota li va tallar el coll per menjar-se'l, però no es va morir i va començar a lluir a les fires del pollastre viu... sense cap.

Hi ha fotos?
Està tot perfectament documentat, guardava el cap en formol i el cos va continuar viu tres mesos més. L'alimentava amb xeringues de vitamines. El pollastre Mike va fer gires mundials. Vostè sap el poder metafòric que té això? Aquest és el meu articulisme, en la perifèria de l'actualitat.

Com va la versió cinematogràfica de *Victus*?
S'estan fent esforços, però com més gran és un projecte més triga i més difícil és. Ara ens tornarem a veure amb els ianquis. L'ànima d'això és el Jaume Collet-Serra.

En què treballa?
Provo d'escriure una segona part del *Victus*, molt més breu, en tres episodis on intentaré lligar caps: hi surt una guerra als EUA, a Carolina del Sud el 1715. Repeteixo el prota, Zuviria, que després torna de les Amèriques, i es veu el que va passar amb els seus adversaris, com el mariscal Berwick.

I *Victus* en anglès?
La novel·la sortirà als EUA l'11 de setembre, a Harper Collins.●

"M'agrada escriure sobre espaguetis voladors i pollastres sense cap"

XAVI AYÉN
Barcelona

A *La Vanguardia* li han donat cap indicatiu?

Una que m'ha semblat molt raonable: que no demani l'afusellament de ningú. Sempre hi he estat en contra, d'afusellar la gent... Mai no m'he autolimitat escrivint, i no he tingut tampoc gaires problemes, potser sóc menys subversiu del que creia quan era jove... Una vegada li van demanar a un escriptor quines limitacions acceptava a la seva obra i va respondre: "Només les del diccionari". Jo, ni aquestes... Tinc, és veritat, una limitació, que no lamento sinó que fomento: no podré parlar de la rabiosa actualitat. Des de la gestació d'un article fins a la seva publicació passaràn molts dies, perquè vull que tot surti ben fet, que l'il·lustrador i el maquetador tin-

guin temps, que el meu text se'l puguin mirar els editors tranquil·lament per si hi ha errors... Al capdavant, els articles que més et comenten són els que tu no pensaves que tindrien repercussió perquè parlen de qüestions residuals.

Per exemple?
Una vegada en vaig fer un amb un títol molt llamener: *Elogi de la premsa nazi*, que parlava d'una de les revistes europees més exitoses, *Signal*, que els nazis distribuïen a tots els països ocupats o satèl·lits. Era d'una qualitat altíssima, *Time* s'hi va inspirar. O, una altra vegada, vaig fer un sèrie de cinc articles sobre genocidis reals, és a dir, fins el final, que havien culminat amb ètnies totalment exterminades, cosa que és molt difícil perquè no n'has de deixar ni un. La gent esperava el següent amb delit...

Per què ve a *La Vanguardia*?
Hi ha el vell debat: per què un au-

tor publica els seus escrits? Jo crec que es perquè el llegeixin. I *La Vanguardia*, el diari amb més difusió, t'ho garanteix. Aquest nivell de difusió pot ser molt important per als esdeveniments que li esperen a aquest país en els propers temps. Molt sovint hi reflexiono: ningú no sap com acabarà

LÍMITS

"Jo no accepto ni els del diccionari, i no tinc problemes, no dec ser tan subversiu"

CATALUNYA

"Té tradició de grans contistes i articulistes, dos gèneres força semblants"

això, però els nostres fills i néts ens demanaran què vam fer durant aquesta època. I un escriptor el que sap és escriure.

Però vostè no parla tant de política...

No parlo del que ha passat ahir, el que m'agrada és parlar de coses poc habituals. De l'actualitat política ja en parla tothom. És molt avorrit... El pitjor que pot dir un lector quan llegeix un article o un llibre és: 'I a mi què?'

Quin va ser el primer article que va publicar?

En una revista universitària, d'alumnes, que es deia *Antropologies*. Ja deu haver prescrit i ho puc confessar: jo signava com a Subcomandante Pérez, i hi escrivia una sèrie on cada article es carregava un professor diferent. Encara em busquen...

Amb pseudònim...

Això podria ser una frase de Pla: les persones i els periodistes es divideixen en dos grups: els co-



TEMA DE PORTADA

El periodista Toni Cruanyes serà el nou editor i presentador del 'TN vespre' de TV-3, a partir del 16 de gener, coincidint amb el 30è aniversari del primer 'Telenotícies'. Els informatius de la tele autonòmica comencen així una nova etapa després d'un llarg període en què a penes hi ha hagut canvis.

Toni Cruanyes

«Vull que el 'TN' sigui una finestra per a l'espectador»

EL PERIÓDICO

Al periodista Toni Cruanyes, excap d'internacional de TV-3 i excorresponsal de la televisió autonòmica a Londres i a París, entre altres tasques professionals, li ha tocat abanderar el canvi en els informatius de TVC. Admet que s'ho va pensar «molt bé» abans d'acceptar el repte, encara que l'assumeix amb «molta il·lusió». En un moment en què abunda la «trinxera periodística», Cruanyes representa el «relleu generacional» de la redacció.

–TVC tanca un cicle i n'obre un altre el 16 de gener.

–Sí, perquè ara és un moment que ha servit per reflexionar i decidir si en cada franja i programa fèiem el que ens demanaven els telespectadors. I el 16 de gener es posa en marxa la nova aposta en cada franja horària. En el *TN vespre* és on es visualitzarà més.

–¿Esperava que la direcció li fes aquesta oferta?

–No. Sabia que la direcció d'informatius volia que tornés de París i que participés en aquesta renovació de la redacció, però no sabia on.

–¿Hi va donar moltes voltes?

–En el treball de presentació no tinc gaire experiència. Vaig estar

un any al 3/24 i tot el que he fet ha sigut maquinària periodística. A més de TV-3, he estat al capdavant d'un diari (*Avui*) i he treballat en mitjans estrangers. Conec com funciona la redacció, però posar-me al capdavant d'un projecte visual com aquest em sembla que és molta responsabilitat. I per això m'ho vaig pensar molt bé. Al final ho vaig acceptar més perquè em van convèncer que perquè jo pensés que estava fet per a això.

–¿Com ho van aconseguir?

–Em van dir que era una aposta de relleu generacional dins de la mateixa redacció, i aquest crec que és l'element més important, tenint en compte que jo donaré la cara per una feina que farem tots els companys. Ara em toca a mi. Per aquest motiu, accepto el repte en el sentit de dir que tinc la complicitat de la gent de la meua generació.

–És com un abanderat.

–Sí, sí... Suarem, però fa unes setmanes que ho estem preparant. Em fa molta il·lusió.

–¿Ha pensat molt en el seu primer TN vespre?

–Sí, tenim bastant paït el que volem fer, però el que em fa por de la primera nit és com ho rebrà el telespectador, perquè està molt acostumat a un *TN* que funciona bé. Hem d'intentar que la satisfacció de l'audiència augmenti i

«Per a mi és sagrat que la tele pública de Catalunya no faci opinió en un

«No hem de permetre que ens obsessionin els minuts i segons d'aparició dels polítics»

que sigui més important aquesta satisfacció afegida que no la incomoditat pels canvis.

–¿Com serà el nou espai?

–Aprofundirà més en les notícies, tenint en compte que quan la gent arriba a casa, a les nou del vespre, ja ha vist bona part de l'actualitat. El nostre repte és que les notícies tinguin un segon nivell de lectura amb més interpretació.

–¿Un informatiu d'autor?

–No. Si és un informatiu d'autor, ho és perquè l'autor és la redacció de TV-3 i no és l'opinió del seu editor, sinó que serà el marc referencial de TV-3 ampliat amb més potència que ara. Per això hi haurà al plató els nostres especialistes per aprofundir més en els reportatges. I ho haurem de fer sense perdre el ritme d'un programa de màxima audiència.

–La línia entre la informació i l'opinió és molt prima i es corre el risc de traspasar-la. ¿S'ho ha plantejat?

–Per a mi és sagrat que la tele pública de Catalunya no faci opinió en un *TN*. Donarem un marc interpretatiu per explicar el context, però no direm si estem a favor o en contra d'un tema concret. I encara menys en el clima actual. Els mitjans de comunicació tradicionals i potents tenim la capacitat de representar grans majories de la població, però no hem de caure en l'histerisme de la immediatesa i les trinxeres periodístiques o polítiques directament. Una de les màximes del nostre projecte ha de ser: allà on hi ha confusió i crits, s'ha d'intentar posar tranquil·litat i aclarir coses.

'TN VESPRE'
De dilluns a divendres
TV-3 / 21.00



ANÀLISI. L'objectiu de Cruanyes és que el nou 'TN' aprofundeixi més en les notícies.

—¿Toca ser especialment acurat amb la imparcialitat?

—Crec que sí. Però no hem de permetre que ens obsessionin els minuts i segons d'aparició dels polítics i després no fer bé la nostra feina, que en el fons és explicar què passa, de forma equilibrada i, sobretot, veraç. Hi ha d'haver equilibri en la presència de les forces polítiques als informatius, però ha de ser de forma general i no obsessiva, perquè això al final deforma la informació.

—Un diputat del PP a Madrid, Daniel Serrano, ha qualificat TV-3 de «sectària». Afirmar que els TN són «pura intoxicació».

—En discrepo completament. Seria caure en la trampa per part dels periodistes creure que les trinxeres polítiques, econòmiques, socials i comercials són les nostres. Si hem d'establir una trinxera de la qual no hem de sortir és en defensa de la veritat per explicar el que passa als ciutadans, que és a qui ens devem.

—Serà un TN amb trio masculí: vostè, Artur Peguera, als esports, i Tomàs Molina, al temps. ¿On hi ha la paritat?

—A la redacció, la majoria són dones i pel plató en passaran moltes. El meu equip directe d'edició el formen tres dones i un home. La cap d'edició és Laura Nuñez, que és qui manarà més...

—És la primera vegada que la part informativa l'assumeix només una persona. ¿Trobarem a faltar la parella de presentadors?

—L'objectiu és que sigui un informatiu més coral que mai, perquè al plató hi haurà més redactors de la tele que mai. En cada TN es veurà. Per ser un informatiu curt i per la presència de més gent al plató, ens ha semblat que amb un únic presentador n'hi haurà prou.

—¿Quins són els elements més nous?

—Visualment canvia molt →

**TEMA DE PORTADA**

→ el look del TN i de tots els informatius. És seriós i a la vegada amable. Són colors clars per donar la sensació de claredat i espais molt oberts. Aldarrerehi ha una filosofia del que volem fer: una informació en què tots els catalans es puguin sentir còmodes i una informació oberta. Que m'hagin triat a mi en part té a veure amb això: pel meu bagatge de periodisme de carrer i el meu caràcter obert i amable.

—¿Pretén ser una metàfora: claredat en un moment en què abunda la foscor?

—Respirar... TV-3 té l'objectiu de ser el que ha sigut durant 30 anys: un espai franc per a tothom, que tothom a Catalunya s'hi senti còmode i hi vegi representada la seva manera de pensar. A aquest criteri obeeix la resta.

—També aposten per la realitat augmentada.

—L'objectiu és ajudar a la comprensió. En la part més complicada de la informació ens recolzarem molt en els elements gràfics per explicar, per exemple, temes econòmics.

—Osigui, recuperaran els famosos formatgets...

—Sí, però sense obsessionar-nos-hi... Auguro que utilitzarem els grafismes per parlar d'esports, meteorologia i ciència, perquè ens poden ajudar molt a explicar-nos com si estiguéssim en una classe a l'escola. Ens hem de dotar de totes les eines possibles perquè el públic massiu sigui capaç d'entrar en els temes.

—En un escenari de retallades a la TV pública, hi ha hagut crítiques al cost del nou plató.

—No sóc expert en finances de la Corporació, però el decorat dels TN és el més antic de tots els que hi ha a Espanya i el més vell de la història de TV-3: fa més de vuit anys que tenim el mateix plató. S'imposava un canvi. El que passa és que hi ha una transformació més en profunditat

en el sistema de funcionament de la TV. El plató serà polivalent i s'hi faran més programes. Si són més diners, no em toca a mi jutjar-ho ni defensar-ho.

—Es vol donar més veu als corresponsals, però TV-3 ha tancat algunes corresponsalies i n'ha reorganitzat altres.

—Qui no hagi tancat corresponsalies i no hagi acomiadat redactors que tiri la primera pedra. La situació actual fa que totes les redaccions estiguin amenaçades. M'agradaria que no s'haguessin tancat el Marroc i l'Amèrica Llatina, però les coses són així i des de la direcció de TV-3 s'han compromès a anar a aquests llocs o a altres quan hi hagi alguna notícia prou important. De moment, s'està complint. Per a mi és un empobriment perdre corresponsals. En sóc un, però ara portaré el vestit de presentador del TN. Al seu interior hi haurà un corresponsal a l'espera del pròxim destí.

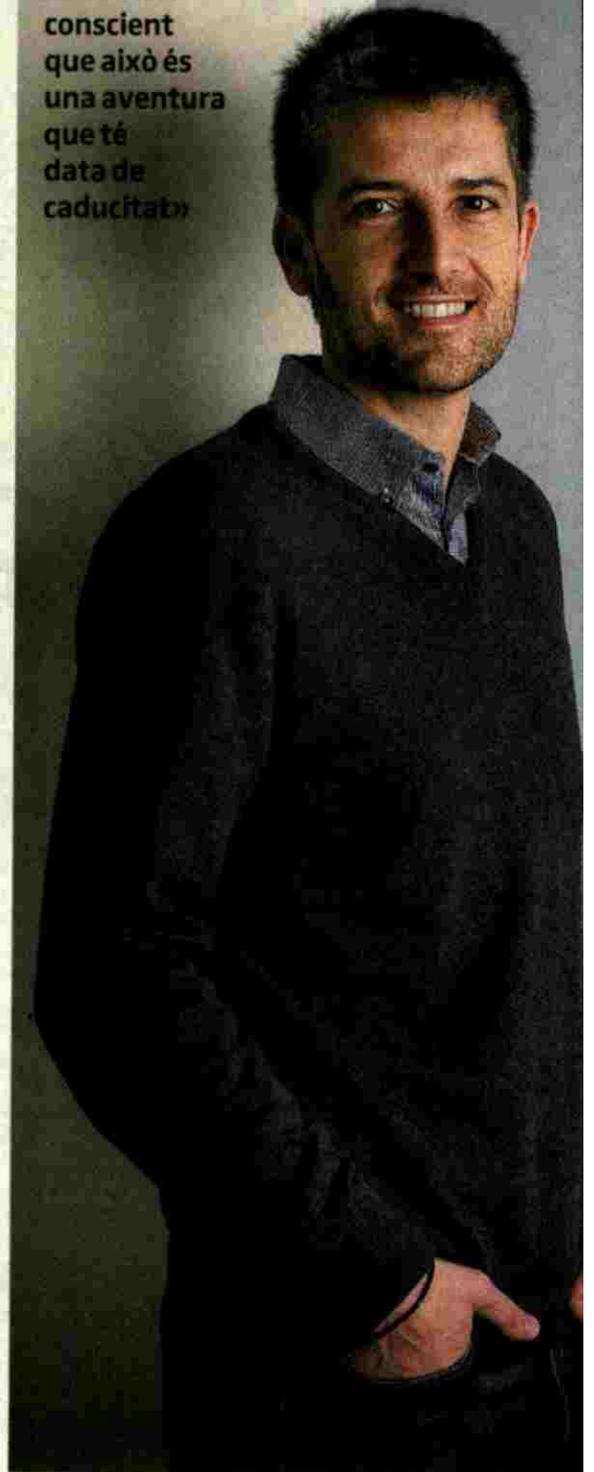
—Dedueix que el seu pas pel plató serà, doncs, transitori.

—Ja ho veurem: dependrà de la gent, de si me'n surto i de si m'hi sento còmode. La tele desgasta la persona que és davant de la càmera. Però també l'ull del que mira i sóc molt conscient que això és una aventura que té data de caducitat. Si és abans o després, ho decidirà el telespectador.

—¿Li servirà ara d'ajuda la seva etapa a Londres i París?

—Espero que sí. De moment, ja sé fins on puc pressionar els meus companys, com fer-ho, què es pot exigir... Per a mi el periodisme és anar a un lloc on la gent no pot anar, veure què passa i explicar-l'hi. La confiança de l'espectador es basa en això. I en el TN vull que passi així. No és un lloc per a tertúlies, ni per a gent que vingui a explicar les seves opinions, ni cridi ni parli d'oida. Si ha passat una cosa en algun lloc vull que el TN sigui

«Sóc molt conscient que això és una aventura que té data de caducitat»





una finestra per a l'espectador, que et delega perquè li seleccionis les notícies més importants i siguis els seus ulls. El corresponsal és la base d'això.

-¿Ha demanat consell?

-Sí, als meus amics, a la gent que més valoro de la redacció i als que han sigut els meus mestres...

-¿Què li han dit?

-M'han donat ànims, que busqui ser jo mateix davant de la càmera. Moltes vegades la gent et jutja pel que han vist en els altres, i és molt injust. Però és el joc i ho he d'acceptar. A poc a poc he de fer entendre al telespectador que la meua manera de fer periodisme és molt semblant a la dels que ho han fet fins ara en primera fila.

-Però sense caiguda d'ulls...

-Ha, ha, ha... Cadascú té les seves tècniques comunicatives i la seva manera d'explicar les coses. I la meua ha de ser meua, no la còpia de cap altra.

-I si és l'audímetre el que cau, ¿se'n sentirà responsable?

-Evidentment, és una part de l'anàlisi que faré. Però ningú m'ha plantejat uns objectius en xifres d'audiència. L'objectiu és crear un informatiu perquè la gent s'hi senti còmoda, i la redacció, orgullosa de la nostra feina.

-El programa 8 al dia de Josep Cuní, a 8TV, ha introduït canvis. ¿Cuní és el seu competidor?

-És un amic i un mestre. No competim, perquè fem coses diferents i, fins i tot, són apostes complementàries. N'he après moltes coses. La tele pública i la privada han d'anar juntes, a vegades, i en altres aspectes hem de competir, encara que és en benefici de la pluralitat d'oferta en català.

-¿Podria posar-li una puntuació TV-3, de l'1 al 10?

-Un notable alt. La BBC i France 2 s'emporten l'excel·lent.



'elEconomista' mantiene los precios mientras 'Expansión' los aumenta un 40%

El diario de Unedisa pasa de costar 1,80 euros a 2,50 euros los sábados por sus problemas económicos

elEconomista MADRID.

El diario *elEconomista* mantiene los precios pese a la caída del mercado publicitario y el alza de las materias primas (el papel cada día está más caro). La inestable situación económica que atraviesa el sector, que ha llevado a otros medios a elevar el coste de sus ediciones en papel, no ha afectado ni a la calidad, ni al contenido, ni al precio del diario de Ecoprensa, que se mantiene en línea con el año pasado: 1,80 euros para la edición del fin de semana, que incluye el suplemento Ecobolsa. Por otro lado, el periódico que llega al quiosco de martes a viernes cuesta 1,70 euros.

Mientras, *elEconomista*, que es el líder en Internet con 6,59 millones de usuarios únicos, se adapta a la realidad del mercado, la escalada de precios se ha instalado en *Expansión*. El periódico salmón de Unidad Editorial ha disparado un 38,8 por ciento el coste de la edición de fin de semana de cara a 2014 sin mejorar la oferta y después de un año en el que la inflación se ha mantenido plana —el IPC ha crecido un 0,2 por ciento en diciembre de 2013 con respecto al mismo mes del año pasado—. Así, la edición del sábado de *Expansión* cuesta 2,50 euros desde Año Nuevo frente a los 1,80 euros que se pagaban hasta diciembre de 2013 y los 1,80 euros que cuesta actualmente la misma edición de *elEconomista*.

Sin mejora en el producto

El cambio de precio no se ha traducido en una mejora real del producto ofertado. El diario mantiene las mismas secciones que el año pasado (*Expansión* del inversor, *Emprendedores & Empleo* y *Directivos de Fin de semana*) aunque ha introducido dos pequeños cambios: repartir el suplemento *Fuera de Serie* el fin de semana y crear una pequeña sección titulada *Expansión del Fin de Semana*.

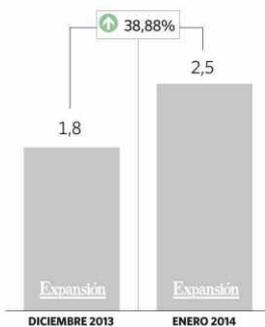
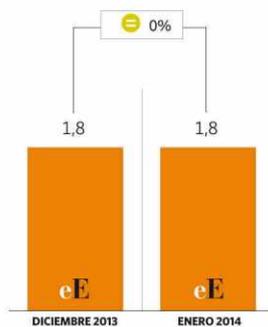
En 2013 la revista de lujo de entregaba los viernes de forma gratuita con *Expansión* y la nueva sección es similar al *Tema de la Semana* que *elEconomista* lleva ofreciendo desde hace casi un año y no supone un aumento en la paginación del diario salmón, que ha adelgazado en los últimos años.

El alza registrado por el diario de Unedisa no viene justificado por la calidad de sus contenidos. *Expansión* acumula casi tantas exclusivas en sus portadas como desmentidos. En diciembre, el diario salmón publicó en primera plana que "Día ne-

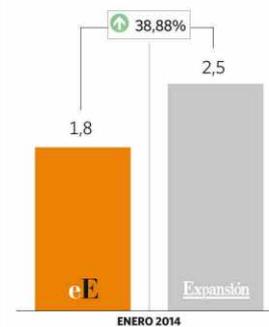
El diario salmón sube sus precios

En euros

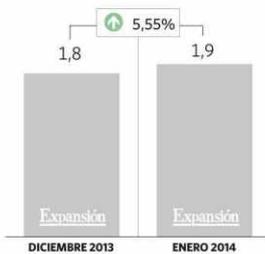
Edición Fin de Semana



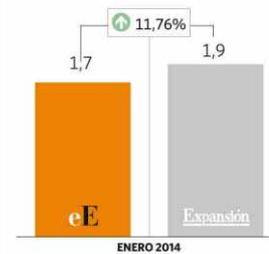
Edición Fin de Semana



Edición de lunes a viernes



Edición de lunes a viernes



Los resultados del grupo

Unidad Editorial

MILLONES DE EUROS	2011	2012	VAR. (%)
Ingresos ordinarios	495,56	414,7	-16,31
Ebitda	27,10	-32,2	-
Resultado antes de impuestos	-284,6	-511,3	-
Patrimonio Neto	-106,9	-133,87	-
Fondo de maniobra	-547,5	-236,2	-

Expansión

MILLONES DE EUROS	2011	2012
Ingreso neto	29,527	25,411
Ventas de ejemplares	13,102	12,161
Venta de publicidad	16,424	13,249
Otros	-	-
Ebitda	2,24	0,63
Resultado antes de impuestos	-5,50	-31,20
Fondos propios	-4,70	-31,21
Fondo de maniobra	1,20	-3,21

Fuente: elaboración propia y Unidad Editorial.

elEconomista

El periódico salmón cuesta un 5,5% más de lunes a viernes

La edición del fin de semana del diario *Expansión* no es la única que se ha encarecido con el cambio de año. Unidad Editorial ha subido un 5,5 por ciento el precio de la edición de lunes a viernes hasta los 1,90 euros (1,80 euros el año pasado) ampliando la diferencia con el diario de Ecoprensa, que se mantiene en 1,70 euros. Tal y como sucede con el periódico de los sábados, el alza de los precios no se ha

traducido en un aumento de la calidad del contenido ni del número de páginas, que se ha visto reducido en los últimos años a raíz de la crisis que se ha llevado por delante más del 50 por ciento de la publicidad en diarios. El periódico económico tiene una difusión de 30.878 ejemplares (datos a junio de 2013) pero sólo la mitad son venta en quiosco. El resto los regala o realiza venta en bloque, que sale muy caro.

gocia la compra de supermercados El Árbol", una noticia que la propia compañía cotizada desmintió alegando que se habían entablado conversaciones pero que éstas habían "concluido sin éxito". A su vez, en octubre, *Expansión* informó que "La Caixa venderá parte de Gas Natural". La antigua caja catalana no sólo negó su intención de deshacer posiciones en la gasista, sino que reiteró su compromiso de seguir siendo el mayor accionista del grupo que preside Salvador Gabarró.

Problemas económicos

Tras el incremento de los precios se encuentra la necesidad de la editorial que dirige Antonio Fernán-

dez-Galiano de incrementar los ingresos como sea ante la caída de la inversión publicitaria, el descenso de la venta de ejemplares y la falta de éxito de *Orby*, la gran apuesta digital del grupo. En junio de 2013, último dato auditado por OJD, *Expansión* vendió 15.073 ejemplares en los quioscos, un 15,36 por ciento menos que los 17.809 diarios que le compraron en el mismo mes de 2012, mientras la inversión publicitaria en diarios ha caído un 18,2 por ciento hasta septiembre de 2013.

El diario salmón, que no termina de triunfar en Internet con apenas 2,67 millones de usuarios únicos, quintuplicó sus números rojos en 2012 hasta perder 31,2 millones de euros y vio como sus ingresos netos caían un 14 por ciento, hasta los 25,4 millones de euros. Una cifra demasiado baja para cubrir los costes de estructura que se repiten en todos los negocios del grupo editorial, que perdió 511 millones en 2012 impulsada por el descenso del valor de sus marcas y la dificultad de recuperar la inversión. La delicada situación del negocio en España, llevó a RCS, la matriz italiana de

La venta en quiosco del periódico salmón ha caído un 15,36% en doce meses

Unidad Editorial aumenta el coste de todas las ediciones, sin mejorar la oferta ni subir paginación

Unedisa, a forzar un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) a finales de 2013 y plantear otro de cara a marzo de 2014.

En 2013, la situación no ha mejorado. Unedisa ha obtenido un ebitda negativo de 22,5 millones de euros a septiembre de 2013, frente a las pérdidas de explotación de 36,2 millones de 2012. El ebitda del grupo ha mejorado gracias a los ajustes que la dueña de *El Mundo* ha llevado a cabo, ya que en los nueve primeros meses del año las ventas han caído un 11,6 por ciento hasta los 273 millones. Los accionistas italianos están hartos de perder dinero y ha puesto en marcha un ambicioso plan que puede incluir ventas.



Nace un pensador global

Nicolas Berggruen y Arianna Huffington lanzan 'TheWorldPost' ● El medio digital contará con las opiniones de Obama, Merkel, Gates o el Dalai Lama

SANDRO POZZI
Nueva York

Una plataforma digital para que las ideas lleguen al lector en cualquier parte del mundo. Con ese objetivo nace *TheWorldPost*, una iniciativa conjunta del Instituto de Gobernanza que dirige Nicolas Berggruen y de Arianna Huffington, creadora del *The Huffington Post*, uno de los diarios digitales de más audiencia. Es, esencialmente, un nuevo altavoz para que las figuras más influyentes del planeta, y también las que no son tan notorias, manifiesten sus opiniones y comentarios. La puesta de largo de este nuevo medio será dentro de dos semanas durante la celebración del Foro Económico de Davos.

El portal contará con las contribuciones del presidente de EE UU, Barack Obama, así como de la canciller alemana, Angela Merkel, o del ex primer ministro británico Tony Blair. Los lectores encontrarán también las reflexiones del filántropo y fundador de Microsoft, Bill Gates, del Dalai Lama o de Elon Musk, fundador de Tesla, la empresa fabricante de coches eléctricos, y de la compañía espacial privada SpaceX.

Aunque tendrán cabida las voces de la élite en el mundo de la política y de los negocios, la idea es que compartan este espacio figuras menos conocidas, cuyo papel en numerosos ámbitos encuentre visibilidad. Se trata de hacer hablar a la vez a un jefe de Estado y a un estudiante en Brasil.

"Será una publicación muy activa", explica Berggruen en una conversación telefónica. La filosofía del inversor y filántropo, conocido también por su pasión por el arte, es empezar dando voz a las personas relacionadas con su Instituto sobre Gobernanza. A partir de ahí, se hallarán también opiniones sobre asuntos que afectan a la vida corriente.

Como señala Berggruen, la plataforma nace con una visión global porque "el mundo de las ideas es multipolar". "Hace 20 años, lo que primaban eran los valores de Occidente. Ahora Occidente puede aprender de otros, ya no tiene el monopolio de las ideas", insiste. Ese principio de no establecer jerarquías en la información es una de las claves del éxito del *The Huffington Post* (*HuffPo*).

Técnicamente, *TheWorldPost* será una plataforma independiente aunque sustituirá a la sección internacional en el *HuffPo*. Nathan Gardels, uno de los principales asesores de Berggruen, será el editor jefe mientras que Peter Goodman, que dirige la sección de negocios, será el director ejecutivo del nuevo medio.

Berggruen lidera un grupo



Nicolas Berggruen y Arianna Huffington en una cena de gala, este año en EE UU. / SCOTT EELLS (BLOOMBERG)

Habrá reflexiones políticas, pero también culturales, científicas, sociales

"Occidente ya no tiene el monopolio de las ideas", dice Berggruen

de reflexión política internacional. Su Instituto controlará el 50% de la publicación. La otra mitad de la iniciativa conjunta estará en manos del *HuffPo*. Será el equipo de Arianna Huffington el que se hará cargo de la gestión técnica y comercial, la publicidad y la integración de contenidos.

Aunque en principio contará con los periodistas que este medio tiene en distintos países, se pretende establecer conexiones con publicaciones locales para que colaboren direc-

tamente con una plataforma que se presenta "abierta". Berggruen explica que se trata de ir más allá de la política y pondrá el foco en asuntos culturales, científicos, de salud o medio ambiente.

Entre las personalidades que integrarán el consejo editorial del *TheWorldPost* se encuentra Juan Luis Cebrián, presidente del Grupo PRISA, editor del diario EL PAÍS. También destacan Eric Schmitt, presidente ejecutivo de Google, y Pierre Omidyar, fundador del portal de comercio electrónico eBay, que acaba de zambullirse en otro proyecto mediático con Gleen Greenwald.

Los impulsores no han ofrecido detalles de tipo financiero ni cuánto aporta cada parte al inicio. El nuevo portal de información se observa como una nueva iniciativa de Arianna Huffington para expandir su modelo de medio digital a escala internacional, ahora que acaba de lanzar las versiones para Alemania y Japón del

HuffPo tras las ediciones en Reino Unido, Canadá, Francia, España e Italia. El contenido del *TheWorldPost* se publicará también en estas ediciones.

La transformación del *HuffPo* de un blog que en su origen se concentraba en las noticias políticas en Washington hacia un medio global es otro reflejo de la perspectiva internacional que van asumiendo los medios de comunicación. Como indica Berggruen, esta visión global de la información es también una necesidad estructural del negocio en este sector.

"Habrá pocos medios que sobrevivirán. O serán muy locales o muy globales", augura Berggruen. Por eso admite que es un momento difícil para presentar una nueva publicación. El propósito es que sea un negocio rentable. "Seguramente perderemos dinero al principio pero lo apoyaremos financieramente porque creemos que hay que dar voz a las ideas", concluyó en la conversación.



Marissa Mayer, directiva de Yahoo!, en su conferencia en la feria CES, celebrada esta semana en Las Vegas. / AFP

LA GRAN FERIA TECNOLÓGICA

El portal confirma un vuelco en el CES de Las Vegas: supera sus inicios como agregador para centrarse en los contenidos y las noticias con periodistas estrella como David Pogue y Katie Couric

Yahoo! también quiere ser un medio

ÁNGEL JIMÉNEZ DE LUIS / Las Vegas
En apenas un año y medio Marissa Mayer ha cambiado por completo la cara de Yahoo!. El famoso portal languidecía en la Red desde mediados de la pasada década, incapaz de competir y captar la atención de los internautas con una confusa oferta de servicios e información. Mayer, hasta julio de 2012 una de las ejecutivas clave de Google, ha dedicado sus primeros meses al frente de la compañía a terminar con los proyectos de dudosa viabilidad, reforzar algunos de los productos más conocidos de la compañía y tratar de volver a crear una cultura de trabajo atractiva para el cada vez más solicitado talento técnico de Silicon Valley.

Pero pocas áreas de la compañía han recibido tanta atención como la división de contenido y noticias. En los últimos meses Mayer ha conseguido atraer a algunas de las mayo-

res figuras del periodismo estadounidense. En octubre de 2013 David Pogue, columnista de tecnología del *New York Times*, anunció su incorporación al portal. Un mes más tarde llegaba el fichaje estrella, la periodista y presentadora Katie Couric, uno de los rostros más conocidos de la televisión norteamericana.

El plan de Mayer se ha desvelado esta semana en la feria CES de Las Vegas, que acabó ayer. Yahoo! ha creado un nuevo servicio de noticias con el que espera hacer de las visitas un hábito diario. «La noticias han cambiado tanto en los últimos años. Ahora son ubicuas, tienes información siempre que quieres, pero es como un *tsunami*», asegura Couric.

La solución, para Mayer, pasa por automatizar parte del proceso de selección y edición. En marzo del pasado año Yahoo! adquirió una pequeña compañía británica llamada Summly. Su creador, que en el

momento de la compra tenía sólo 17 años, se convirtió de la noche a la mañana en una de las personas más envidiadas de Silicon Valley. Su empresa apenas tenía 18 meses de vida. Yahoo! pagó 30 millones de dólares en metálico por ella.

Summly elaboraba automática-

Una ex ejecutiva de Google lidera esta conversión, que abarcará revistas

mente sumarios de noticias extensas, extrayendo los párrafos más significativos. Esa misma tecnología es la que ahora utiliza Yahoo News Digest, una *app* para teléfonos móviles que ofrece un rápido

vistazo a las noticias más importantes de la jornada.

La ambición de Mayer por el mercado de las noticias, sin embargo, no acaba en una *app*. La compañía ha anunciado también una nueva división de revistas que comenzará con dos publicaciones electrónicas. Una destinada a la tecnología, la otra a la comida. La intención de Yahoo es continuar abriendo publicaciones temáticas y lanzarse con decisión al terreno de las noticias en vídeo, por ahora un género poco explorado en la web.

La decisión de presentar esta nueva estrategia dentro del CES no es casual. La feria está considerada como la mayor y más importante del mercado de la electrónica de consumo pero cada año expande su dominio para incluir otros sectores afines a la tecnología.

En la última edición, por ejemplo, las pantallas han vuelto a ser prota-

gonistas. Es en esta cita donde se proponen muchas de las novedades que se verán en los productos de mediados y finales de año. Tanto Samsung como LG parecen apostar por las pantallas curvas para el salón, televisores que recuerdan a las pantallas de cine IMAX y que, según los fabricantes, provocan una mayor sensación inmersiva. La gran mayoría de los fabricantes, incluidos LG y Samsung, han centrado los anuncios de la feria también en televisores de muy elevada resolución, compatibles con el estándar conocido como UHD.

Pero además de televisores, tabletas y móviles este año el CES ha contado con vehículos cada vez más avanzados, capaces de conducir de forma autónoma, y aplicaciones o redes sociales. El evento se cierra este fin de semana con más de 150.000 visitantes y más de 3.000 empresas exhibidas.

**ISIDRE AMBROS**
Pequín. Corresponsal

Llicència ideològica per informar. D'ara endavant els periodistes xinesos hauran d'aprovar un examen doctrinari per renovar el seu carnet professional. Les autoritats de Pequín argumenten que és una mesura necessària per millorar la qualitat de la informació. Molts professionals opinen que es tracta d'un control polític més gran per part del Partit Comunista (PCX).

Exercir el periodisme a la Xina no és fàcil, especialment per als professionals locals. És una professió frustrant, amb problemes que van de la impossibilitat d'obtenir declaracions a ser objecte d'amenaques físiques per part de pinxos locals, passant per la censura oficial. Un panorama realment descoratjador.

Però a partir d'ara, a aquestes dificultats s'afegeix un nou escull. Les autoritats han adoptat una normativa, que imposa als 250.000 periodistes xinesos l'obligació de superar un examen en el primer trimestre de l'any per mantenir el seu carnet de premsa i poder informar. És la

NOVETAT

És el primer cop que els periodistes xinesos són obligats a passar aquesta mena de filtre

MATÈRIES D'EXAMEN

S'exigeix saber l'òptica marxista de la notícia i el socialisme xinès

primera vegada que els professionals de la informació es veuen obligats a participar de forma massiva en una prova d'aquest tipus.

El màxim regulador de la comunicació al país, l'Administració Estatal de Premsa i Publicacions, ha justificat la iniciativa com una mesura destinada a "millorar la qualitat global dels periodistes xinesos i animar-los a establir el socialisme com a sistema bàsic de valors".

Un cop d'ull als principals esdeveniments mediàtics de l'últim any suggereix, tanmateix,

Pequín imposa un test ideològic als seus periodistes per poder treballar

La nova normativa afecta 250.000 professionals de la informació xinesos



LINTAO ZHANG / GETTY

Conferència de premsa del primer ministre Li Keqiang el març passat al Gran Palau del Poble de Pequín dins l'Assemblea Nacional

que aquesta iniciativa respon a un afany de Pequín per augmentar el control sobre la informació.

I és que l'arribada al poder del nou líder Xi Jinping es va veure acompanyada d'una rebel·lió periodística a Canton. El setmanari *Nanfeng Zhoumo* i el seu diari associat, el *Nanfeng Dushibao*, van protagonitzar una inusual guerra oberta contra la censura amb vagues i manifestacions. Un fet al qual cal sumar el protagonisme de les xarxes socials.

Aquesta conjuntura justifica, segons alguns observadors, que el partit intenti recuperar el terreny perdut i hagi decidit implantar un examen sobre els valors fonamentals que sostenen el règim.

Una mesura que permetria silenciar les veus crítiques.

Segons el *Global Times*, els periodistes xinesos han d'aprendre's un manual d'unes 700 pàgines, que es venen a les llibreries del país, amb directives tals com que "està absolutament prohibit publicar articles o comentaris contraris al Partit Comunista".

L'obra inclou un compendi de textos sobre "socialisme amb característiques xineses", "perspectiva marxista del periodisme", "ètica periodística", "regulació sobre el periodisme", "normes informatives" i "com prevenir rumors". Matèries totes elles considerades fonamentals per les autoritats comunistes.

SENSE PUDOR

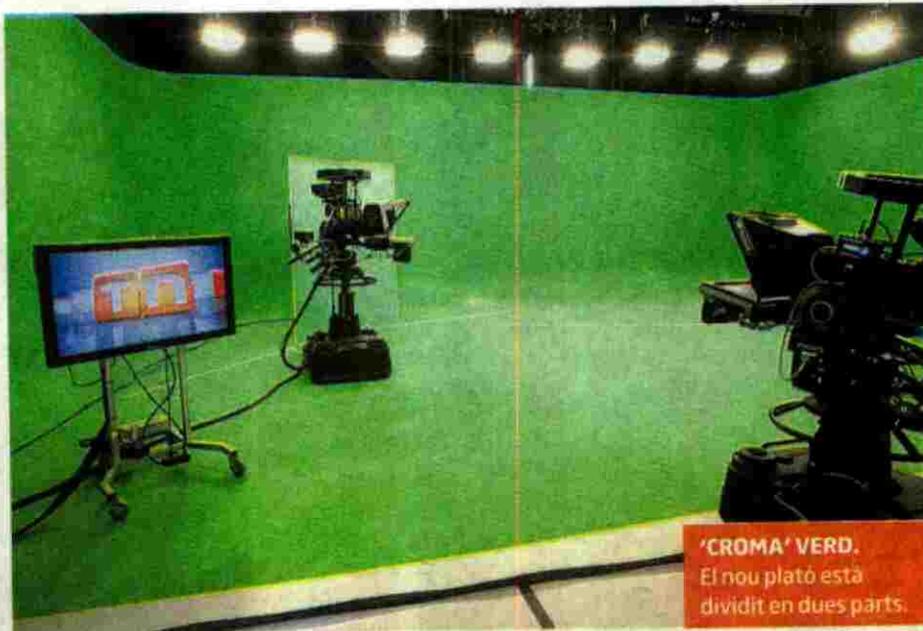
Suborns per ser ric i famós

■ Un dels casos que Pequín esgrimeix per justificar la nova norma es el d'un reporter del diari *Xinkuai Bao*. Chen Yongzhou va confessar haver acceptat suborns per escriure diversos reportatges falsos sobre la firma Zoomlion per ser famós i ric. Per això, no va dubtar a acusar-la d'un presumpte frau financer.

El regulador de Premsa i Publicacions va advertir a més als periodistes al setembre que l'examen no serà fàcil i que hauran d'acreditar que han realitzat un període de formació mínima de 18 hores en cada matèria. Aquells que no superin la prova hauran de sotmetre's a un nou procés de capacitat i tornar a presentar-se a una altra prova.

La norma no especifica que passarà amb els que suspenguin repetidament o es neguin a fer l'examen. No obstant això, en ser imprescindible el carnet per exercir la professió a la Xina, la seva manca suggereix la impossibilitat que l'afectat pugui continuar informant o si ho fa sigui castigat, per fer-ho de forma il·legal. Per alguns professionals aquesta norma és una mostra més de la voluntat del PCX per dominar la informació. "El propòsit d'aquest tipus de mesures és només per esgotar la teva paciència i demostrar-te que el control polític és inevitable", ha assenyalat un periodista de Canton, l'urbs que té la premsa més liberal del país.

Altres observadors defensen la necessitat d'aquest examen a fi de professionalitzar l'exercici del periodisme. El professor Zhan Jiang, de la universitat de Pequín, apunta que hi ha molts periodistes locals que treballen sense carnet i que alguns dels darrers escàndols han qüestionat la seva professionalitat. "És difícil assenyalar si la nova norma és realment per millorar la feina dels periodistes o per controlar-los. No es pot saber què pensen (les autoritats) quan han decidit posar en marxa aquesta iniciativa", ha declarat Zhang al *South China Morning Post*. ●



Tsunami als 'TN'

EL PERIÓDICO

Ja han plogut 30 anys des que Maria Gorgues i Enric Calpena van presentar el primer *Teletotals* de TVC (amb Antoni Castejón, a la meteorologia, i Eduard Berraondo, als esports). Va ser el 16 de gener de 1984. Tres dècades després, TV-3 planteja una allau de canvis en una de les seves àrees nobles, la que li ha donat més rèdits en termes d'audiència i prestigi. El 2005 els TN van viure la seva última renovació i el canal de notícies 3/24 només ha fet un parell de retocs en una dècada. La renovació trucava a la porta. Això sí, des d'un «model de lideratge» i sense plantejar una «revolució», segons insisteixen els seus responsables.

El màxim exponent d'aquest tsunami és el *TN vespre*, que passa a tenir un editor i presentador nous, Toni Cruanyes. Ramon Pellicer, el seu predecessor, s'incorpora al *TN cap de setmana* (amb Agnès Marquès). Carles Prats i Núria Solé continuen al *TN migdia*, i Mariona Bassa, al *TN comarques*. Els dos in-

formatius unifiquen el seu editor (Dani Bramon) i la redacció d'informatius serà única, és a dir, subministrarà continguts a la resta de canals (incloent-hi el 3/24). A més, Lúdia Heredia presentarà *Els matins*, amb Helena Garcia Melero —a partir del divendres 17—, i Ariadna Oltra tindrà un programa d'actualitat propi, els dijous a la nit, en horari *prime time* (s'estrenarà durant el primer trimestre).

Però a nivell visual, la novetat més espectacular serà el nou plató polivalent, de 300 metres quadrats. Dividit en dues parts, una acollirà els informatius, i l'altra (amb un efecte de *croma verd*), espais com *El temps*, el *TN comarques* i *Espai Terra*. L'objectiu és ensenyar el món al telespectador a través de sis càmeres (poden mostrar imatges virtuals i l'efecte de realitat augmentada) i una mena de grans finestres fictícies.

Tant els TN com el 3/24 i el portal www.324.cat seguiran una línia gràfica unificada, amb colors seus —hi predominen el blanc, el gris i el blau clar—, i tindran unes simfonies «més mediterrànies».



EL PULSO DEL PLANETA

El magnate chino que puja por «The New York Times»

Chen Guangbiao, que se autodefine como «la persona más influyente» de su país, ofrece 730 millones de euros, pero se calcula que la cabecera vale el doble

BORJA BERGARECHE
CORRESPONSAL EN LONDRES



El año pasado, la web de «The New York Times» fue atacada por piratas informáticos que operan desde China. Según la empresa especializada Mandiant, los agresores formaban parte de una unidad secreta del Ejército Popular Chino compuesta por «hackers», encargados de lanzar ciberataques contra compañías de EE.UU. desde un edificio de Shanghai. El diario neoyorquino, al igual que el «Washington Post» o el «Wall Street Journal», que sufrieron también ataques similares, ha recurrido a especialistas en seguridad digital para defenderse.

Pero, controlado el frente digital, al periódico de la familia Sulzberger le ha abierto un inesperado nuevo frente con China. Lo encarna un excéntrico magnate que quiere hacerse con la cabecera. Chen Guangbiao figura en la lista de los 400 chinos más ricos con una fortuna estimada en 2012 en 550 millones. La semana pasada, en un artículo en un tabloide chino anunció su intención de lanzar una oferta para adquirir el «The New York Times» por 1.000 millones de dólares (730 millones de euros), en consorcio, supuestamente, con un inversor judío basado en Hong-Kong.

Plantón de los dueños

Los propietarios del diario no se dieron por aludidos. Los analistas estiman el valor de la compañía en más del doble de lo ofrecido. Pero Chen reiteró sus intenciones en una reciente entrevista en «The Wall Street Journal», en la que anunciaba su esperanza de reunirse con Arthur Sulzberger Jr., presidente de la compañía, el domingo pasado. Por supuesto, el editor no se presentó a la fantasiosa cita. Pero Chen aprovechó su estancia en la ciudad para publicitar sus intenciones, y su persona. Se sacó fotos con los mismos guardias de seguridad del «Journal» después de su entrevista, a los que pidió que desenfundaran sus pistolas para el recuerdo. De nuevo, una petición suya fue desatendida por un periódico.

Un bombo y platillo que hacen de él una celebridad en su país. Durante la nube de contaminación que envol-



Pomposa tarjeta de visita Allá donde va, Guangbiao deja su tarjeta de visita, que incluye títulos tan vanidosos como «persona más influyente de China»; «filántropo más prominente de China»; «líder moral de China»; «héroe chino de rescate en terremotos», o «modelo de conducta más adorado y conocido de China».

vió Beijing hacer ahora un año, regaló en las calles de la ciudad latas con aire fresco. Chen, criado en la austeridad de un poblado de la provincia de Jiangsu, es conocido por su defensa del ecologismo y sus donaciones humanitarias a las víctimas de catástrofes, como las inundaciones en Pakistán o el tsunami en Japón. Pero combina la filantropía con un nacionalismo que le llevó a comprar en agosto pasado un anuncio a media página en el «The New York Times» para criticar la reivindicación japonesa sobre unas islas que China considera suyas.

«Después de aquello, me di cuenta que la influencia de «The New York Times» en todo el mundo es enorme»,

dijo, según Reuters. Chen sueña con comprar esa influencia. Con un gran periódico, aspira a contar historias sobre «cómo la gente con dinero puede ayudar a los pobres» y sobre la protección del medio ambiente, dice. Y confía aún en que los accionistas del diario neoyorquino den su brazo a torcer. «Creo honestamente que [Sulzberger] cambiará de opinión», ha dicho, a pesar de que, según informaba el jueves «The Wall Street Journal», un ejecutivo del diario le habría enviado una memo explicando su rechazo. Si se le escapa, asegura conformarse con la influencia «algo menor» de la CNN, el «Washington Post» o el propio «Journal», propiedad de Rupert Murdoch.



OPINIO

CARA A CARA

Text: VÍCTOR COLOMER · Foto: ESTEVE BARNOLA

TOMÀS ALCOVERRO CORRESPONSAL ORIENT MITJÀ

«Com més islàmic, pitjor»

El corresponsal de La Vanguardia a l'Orient Mitjà i resident a Beirut des de fa 35 anys, Tomàs Alcoverro Muntaner, 73, va omplir dijous la Fundació Bosch i Cardellach de gom a gom.

Diu que Artur Mas ha anat a Israel perquè el Mossad li ensenyi a muntar el Servel d'Intel·ligència de Catalunya.

No en tinc ni idea (riu), però la pregunta em fa molta gràcia perquè l'altre dia, al Sopar del Premi Nadal, un periodista molt important em va preguntar molt serosament si el Mossad està al darrere de la independència de Catalunya.

I què li va dir?

Que no ho crec. Però sí és cert que Israel seria un dels primers països que reconixeria Catalunya si fos independent.

Per quin interès?

A causa de la postura normalment distant del ministre d'Exteriors espanyol, Israel sempre ha cuidat molt els governs autonòmics.

Això és bo per Catalunya?

No ho tinc tan clar. Israel no aplica cap resolució del Consell de Seguretat, ocupa Palestina i no compleix el dret internacional.

Els catalans som els jueus d'Espanya?

Diu. Certament som una minoria que, com ells, ens hem hagut d'espavilar en situacions adverses.

La catalanofòbia té, doncs, elements antisemites?

(Torna a riure). Pot ser perquè, també, com els jueus, som els que estem més lligats a temes econòmics i financers.

Ha explicat com viu de bé al seu estimat barri de Hamra a Beirut. A Tel Aviv no viuria igual o millor?

Pel que fa a llibertats individuals sí, sense cap dubte. No es pot comparar la llibertat d'Israel amb la de cap país àrab. Però, miri, a mi m'agrada el món àrab (somriu).

El missatge de la seva conferència, després de repassar un grapat de països de l'Orient Mitjà, és «com més islàmic, pitjor».

Sí (rotund). Com més islàmic pitjor.

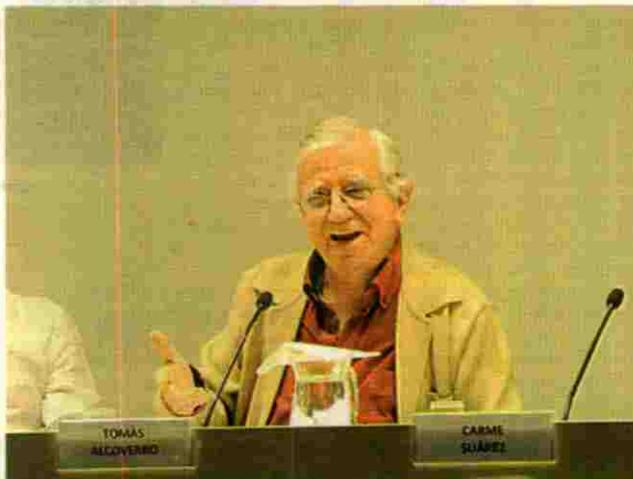
I ho diu així d'obertament?

Sí (gran somriure). Sempre és molt millor una dictadura militar que una dictadura islàmica.

Se l'està jugant.

No, home, no! Què m'han de fer?

Segrestar-lo, per exemple.



EL QATAR DEL BARÇA

Va disparar a tort i a dret amb la seguretat que li dona l'edat i l'experiència. I va ser especialment dur contra Qatar «un escàndol, una vergonya!, una dictadura fanàtico-religiosa, gentussa que ho compren tot sense escrúpols. Un país en el que no hi ha ni una llibreria!». Un país, segons li van dir, en el que es subornen ambaixadors amb feixos de bitllets perquè després votin al seu favor a l'ONU.

Miri, fa anys van segrestar el meu veí de dalt, un anglès, i el de baix, un francès. Llavors sí que valg tenir por. Però ara sé molt bé a quins llocs perillosos no he d'anar. I no hi valg.

Insinua que els periodistes segrestats es passen de valents?
Això... és molt personal.

Ni John Kerry es creu aquestes enèsimes negociacions de pau?

No. El tema palestí està acabat. L'estat palestí està avui més lluny que mai. Entre altres motius, perquè estan dividits.

Llavors per què tanta comèdia?

Perquè hi ha molta gent que viu de les negociacions polítiques, de dir que hi haurà un estat palestí, de donar esperances...

Cap primavera àrab triomfarà?

Cap ni una. Li dic amb tota seguretat. Tots els països acabaran pitjor. Totes han estat una gran estafa.

Si Al Assad cau a Síria...?

El país estarà molt pitjor.

Hem de conservar aquest assassi de dones i nens?

Sí. Allà n'hi ha molts d'assassins. A l'Orient Mitjà política és: «si jo no et mato, tu em mates a mi». Tothom té por i maten perquè tenen por.

El més bonic de ser corresponsal?

La llibertat de tenir els caps de redacció a milers de quilòmetres.

És un ofici en extinció?

No. Només tenim una gran crisi econòmica i aquests nens que publiquen la informació en un blog deu minuts abans que tu. Avui aquesta professió és una selva, el caos.

Wikileaks ha fet un favor al periodisme o tot el contrari?

La informació és sempre bona, però no ens poden controlar a tots com si fóssim bèsties.

Per què amb 73 anys no es jubla?

Perquè m'agrada la meua feina iestic il·lusionat (riu).

Se'l veu feliç.

És que ahir el cardiòleg em va dir que he de riure, almerys, cinc cops al dia. Ha-ha-ha!

Com pot riure tant l'autor de la frase: «les guerres sempre existiran perquè són humanes».

Perquè és així, la guerra està en la condició humana i mai no ens en lliurarem.

No puc somiar en un futur de pau?
No.

Doncs a Europa portem mig segle sense guerres.

Són guerres asimètriques, de guerrilles, no convencionals. Però desenganyis, portem la guerra als gens.

Ja no riem »

Web Cara a Cara: www.drac.com/cac/
E-mail: vcolomer@drac.com



CONFLICTIVITAT LABORAL

Els nous 'TN', en l'aire

► Una aturada dels treballadors de TVC posa en perill l'estrena

O. L.
BARCELONA

La nova etapa dels informatius de TV-3, que estava previst que s'estrenessin el 16 de gener que ve, està penjant d'un fil. El motiu és una nova convocatòria d'aturades parcials per part dels treballadors de la tele autonòmica per a aquell dia (de 21.00 a 21.30 hores) i el següent (de 14.15 a 14.45 hores). Aquests coincideixen plenament amb la franja d'emissió dels TN. Des de la direcció de TVC van assegure

rar ahir que, a principis de la setmana vinent, es confirmarà la data de la posada de llarg. Mentrestant, els representants dels treballadors mantenen inamovibles en la seva posició. «No hi ha cap mena de diàleg i, per tant, la vaga segueix convocada», van reiterar.

Les mesures s'emmarquen dins de les protestes per l'externalització del departament de publicitat de TVC -ahir es va tancar el termini de presentació d'empreses candidates-

per la proposta de contracte programa -que preveu «un ampli ventall de possible externalització de programes», la «insuficient» aportació del Govern (uns 225 milions) i les retallades salarials per al pròxim conveni.

Si finalment l'aturada es produeix -dimarts comitè d'empresa i direcció es reuniran per concretar com es desenvoluparà la protesta-, TV-3 es planteja oferir, el dia 16, un informatiu reduït de cinc minuts.



►► Joan Carles Peris.

«Tot pivota al voltant del nou TN vespre -van admetre a la tele autonòmica-. La nova etapa es presentarà en funció del que passi el dia 16». Així, s'endarreririen també el TN comarques i el TN migdia del dia 17, el nou plató i el relleu, al capdavant d'Els matins, d'Ariadna Oltra (per Lúcia Heredia).

CORRESPONSALIA UNIFICADA // TVC unificarà finalment corresponsalies de TV-3 i Catalunya Ràdio en un sol periodista. El nom que ara s'estudia per a la de París és el de Joan Carles Peris, actual copresentador del TN cap de setmana, que serà substituït per Ramon Pellicer. La següent plaça fusionada podria ser la de Berlín (TV-3 no hi té ara corresponsal) i, en el futur, les de Catalunya i de la resta de l'Estat. =



les claus del dia



pareumàquines

ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

‘El Mundo’ també pressiona Jorge Fernández Díaz



El Mundo segueix pressionant el PP i demana-va ahir la dimissió del ministre Fernández Díaz per la filtració d'una operació anti-ETA per part del seu ja excap de comunicació: "El ministre Asunción va dimitir per la fuga de Roldán. Salvant les distàncies, aquí passa el mateix", escriuen. La mercromina la posava un cop més *La Razón*, que a l'editorial s'apressava a dir que l'error "ni responia a cap fosca estratègia publicitària ni ha tingut les nefastes conseqüències que alguns mitjans han divulgat sense fonament". Quins mitjans? Titular d'*El Mundo* de portada: "Busquen contra rellotge les proves ocultes després de l'«error» d'Interior".

Sense treva contra els Mossos

La campanya d'erosió de la caverna contra totes i cadascuna de les institucions catalanes no permet treves. Fins i tot en notícies de successos troben l'ocasió per distorsionar un titular. El cas del crim del Born. Dijous coneixiem que els Mossos havien detingut l'autor dels apunyalaments i que era algú que la policia local barcelonina havia arrestat per una altra agressió. El titular d'*El Periódico* de portada ho venia com un èxit policial: "L'assassí del Born va ser arrestat la mateixa nit del crim". El titular de *La Razón* dona essencialment la mateixa informació, però formulada d'una manera capciosa. Diu: "L'homicida del Born que buscaven els Mossos estava arrestat a comissaria". Aquí els Mossos apareixen retratats com uns babaus que van al darrere d'algú a qui ja han detingut. A dins del text ja reconeixien que "des del primer moment es va sospitar que podria tractar-se de l'home que estaven buscant". Però, al titular, deixaven que sonés la música de *Benny Hill*.

Al racó de pensar

MARIANO CALLEJA

BLOG A 'ABC'

"La reacció del PSOE [a la nova llei de l'avortament] frega la insubmissió [...], el plantejament és antidemocràtic"



Impressionant

ANÀLISI

Sergio Vila-Sanjuán



Mesuraré molt bé les meves paraules. El llibre de Xavi Ayén que s'ha alçat amb el premi Gaziel d'aquest any és una obra cabdal del periodisme cultural hispanoamericà. M'atreviria a dir que del periodisme cultural a seques.

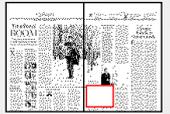
En les gairebé mil pàgines que té la còpia que he llegit, aborda un moment clau de la cultura del segle XX, i aconseguix explicar a fons, i de forma amena, com un grup d'es-

criptors de Llatinoamèrica van imprimir un nou impuls a la literatura en espanyol, amb diverses obres mestres que van generar un canvi d'escala i la van internacionalitzar, aixecant de passada l'autoestima dels seus països de naixement. Això va coincidir en el temps amb el moment polític de la revolució cubana i amb el canvi de costums de la dècada pop, els dos factors de molt pes en l'evolució d'aquest col·lectiu.

Un moment, per tant, de gran rellevància, amb protagonistes ja mítics: García Márquez, Vargas Llosa, Cortázar, Fuentes, Donoso, Cabrera In-

fante, Carlos Barral... Com a subjecte d'estudi, aquest retrat col·lectiu entra al terreny d'obres clàssiques de la història cultural com *Viena fin-de-siècle* de Carl E. Schorske o *Emerson entre los excéntricos*, de Carlos Baker, encara que l'aproximació de Xavi Ayén als seus protagonistes és sobretot vital i informativa i no acadèmica i interpretativa com la d'aquests professors. Potser un paral·lel més pròxim a allò que *Los años del boom* ofereix el constituiria *La rive gauche*, l'estudi d'Herbert Lottman sobre els intel·lectuals francesos en la postguerra. Però el panorama d'Ayén és molt més vast.

Un projecte com aquest requeria perseverança, mitjans i temps, a més de curiositat i



talent. En els àmbits professionals de la ciutat s'havia fet llegendari: se sabia que feia anys i anys que Ayén treballava sobre el tema... sense que arribés a posar-hi un punt final, que finalment ha arribat. Al seu favor ha jugat la bona relació amb Carmen Balcells, clau per accedir a documentació rellevant i fins a ara desconeguda. I els seus viatges com a reporter per a aquest diari li han permès recórrer els llocs d'Europa i Amèrica que constituïen escenaris del seu estudi, i trobar-hi les fonts privilegiades el testimoni de les quals necessitava per elaborar la seva gran crònica.

Però hi ha una ciutat que emergeix especialment com a protagonista de *Los años del*

boom, i és Barcelona. Aquí és on es gesta l'arrencada del boom, on s'instal·len els seus protagonistes, des d'on es despleguen els tentacles editorials que el consoliden. La Barcelona cultural que vivia un moment d'or, consolidada en el seu esperit de grup per l'antifranquisme, i es reafirmava en el seu històric paper –que mai no hauria d'oblidar, i ara menys que mai– de ciutat oberta.

No puc evitar sentir-me orgullós que un company de *La Vanguardia*, d'una generació més jove que la meva, hagi culminat amb èxit un projecte tan ambiciós, i de formar part del jurat que li ha brindat el seu primer reconeixement. Estic segur que n'hi haurà molts més.



TVE reordena el departament d'informatius

La direcció de Televisió Espanyola va nomenar ahir Luis Javier Alcalá nou cap de l'àrea de nacional dels serveis informatius del canal públic. Nascut a Madrid el 1976 i vinculat a la corporació estatal des del 2003 -tot i que fins ara havia desenvolupat la seva carrera a Ràdio Nacional-, Alcalá substitueix Cristina Ónega, que dijous va anunciar que deixava el càrrec per convertir-se en la nova responsable de comunicació del Consell General del Poder Judicial. A més, Ana Marta Ersoch editarà a partir d'ara els *Telediarios* del cap de setmana -fins ara n'era editora adjunta-, en substitució d'Ángeles Bandrés.

Coincidint amb aquests dos nomenaments, TVE ha decidit convertir María Oña en la seva nova corresponçal a Rio de Janeiro, una plaça de nova creació. Durant els últims cinc anys, Oña ha estat la corresponçal de la televisió estatal a Lisboa, i anteriorment havia treballat a les delegacions de París, Londres i Jerusalem.

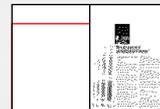
D'altra banda, Ràdio Nacional va anunciar dijous dos nomenaments més. Paola Callieri és la nova subdirectora de Ràdio 4, un càrrec que fins ara ocupava Jacint Felip, mentre que José López-Terradas es farà càrrec de l'àrea d'esports de l'emissora estatal.



NOMBRAMIENTOS

Luis J. Alcalá, nuevo responsable de Información en TVE

La pública ya ha encontrado sustituto ante la marcha de Cristina Ónega al departamento de prensa del CSPJ. El elegido es Luis Javier Alcalá, que se convierte de esta forma en el nuevo responsable de Información Nacional de TVE. El periodista lleva vinculado a la casa desde los inicios de su carrera, cuando entró en RNE. Por su parte, Ana Marta Ersoch ha sido nombrada editora de los Telediarios del fin de semana, y María Oña se convierte en la primera corresponsal del ente en Río de Janeiro (Brasil).



TONI CRUANYES



10
11

DOMINGO 12 DE ENERO 2014



“No vull caure en el periodisme de trinxeres”

— El 16 de gener encetes un repte professional: liderar el nou *Telenotícies* de TV3. Quant vas triar a dir que sí?

— Tres dies.

— Què vas valorar?

— Havia fet coses davant de pantalla, però no havia fet mai cap *Telenotícies*. Em va semblar molt agosarat per part de la direcció. A més era a París, de fet torno per fer això. I em va semblar prudent pensar-m'ho bé. Sortir cada dia a les nou del vespre per TV3 té unes implicacions de compromís que mereixien ser pensades i reposades. Hi van insistir, van donar-me les raons per les quals pensaven que jo podia ser la persona adequada i ja no m'hi vaig poder resistir. I aquí em tens.

— Quins raons et van donar?

— Que es volia fer una aposta per gent de la casa en una renovació generacional del *Telenotícies*. Que volien fer un projecte nou que s'adequava bastant a les idees que jo tenia del que s'ha de fer ara en un informatiu a les nou del vespre. I em van donar caramells, com per exemple un equip fantàstic i carta blanca sobre l'esquema i el model.

— Deixar París et costava?

— Sí, perquè París no només era una aventura professional sinó també personal. Hi vaig arrossegar el meu company i hi hem estat tres anys i mig. I de fet ara he tornat a corre-cuita i ell s'ha de quedar allà per acabar el que està estudiant. Hi havia la voluntat de tornar, però no de manera tan apressada.

— Hi haurà moltes mirades posades sobre què expliqueu i com ho expliqueu.

— El que em fa més por sobretot és agafar el relleu de 30 anys de *Telenotícies* de TV3 amb professionals d'una gran talla professional i periodística. El meu repte és intentar estar a l'altura. Modernitzar les coses però mantenint l'esperit de TV3 de l'any 1983.

— Serà un informatiu d'autor?

— Malgrat que hi haurà un sol presentador assegut a la taula del *Telenotícies*, mai com ara haurà sigut tan coral la participació de la redacció, dintre del mateix plató i en l'elaboració dels continguts. Hi haurà un autor, però l'autor és la redacció de TV3.

— Serà més intencional?

— És un informatiu amb més context, amb més anàlisi. Però no és una tertúlia ni vol ser una tribuna per a gent que pensa de color blanc posada al costat d'uns que pensen de color negre. L'objectiu és acostar-nos a la veritat al màxim, amb totes les eines que tenim els periodistes.

— Juguem a les semblances i diferències amb el *TV actual*.

— És a la mateixa hora, de les nou del vespre fins a tres quarts de deu o les deu. El format del temps, igual que el dels esports, s'assemblarà molt al d'ara.

— Com seran la sintonia i el decorat?

— Canvien molt. Apostem per una sintonia i un decorat que busquen una certa tranquil·litat, que volen convidar a la reflexió. Un plató amb colors clars i una música d'un to més mediterrani si ho comparem amb els tons més estridents dels informatius anglosaxons. Serà un any complicat políticament, intentem temperar el to perquè el contingut ja ens escalfarà.

— Tu estaràs assegut en una taula?

— Estaré assegut, però també estaré dret. Anirem utilitzant la realitat augmentada, que és l'ús de gràfics i d'objectes reproduïts a escala natural dintre del plató. Amb els gràfics de les nits electorals la gent ja hi està acostumada. A l'estat espanyol no hi ha cap televisió que utilitzi això als seus informatius, serem els primers.

— Corbata?

— Sí, sí. Corbata i màxima solemnitat per a aquesta cita tan important: el millor plató i la millor corbata.

— Ja estan triades?

— Sí. Corbates llises i fosques, molt boniques.

— Hi haurà entrevistes?

— Intentarem jugar-hi al màxim, però tenint en compte que és un informatiu dinàmic i que explica les notícies del dia. Volem protagonistes de la notícia o gent que ens doni un punt de vista interessant. El que serà habitual, un parell de cops per dia, serà l'entrada al plató dels nostres especialistes, que ens ajudaran a explicar la informació. No volem que sigui un espai d'opinió, no volem que es reproduïxin els esquemes de tertúlia o debat.

FOTOS: FRANCESC MELDON

DIJUMENGE 12 DE GENER 2014



Reclamo més autoestima nacional i més autoestima per la feina que fem. I a la v

—Teleprompter?

—Amb teleprompter i sense, farem totes dues coses. En algun cas jugarem amb l'espontaneïtat o amb la memòria del presentador.

—¿S'assemblarà més al TN actual que a La nit al dia?

—És veritat que és un pas més cap a l'anàlisi. I per tant tindrà alguna cosa de La nit al dia. Jo hi vaig treballar dos anys, i part de l'equip també hi va treballar. A La nit al dia de TV3 es va formar molta gent que està participant en una certa renovació de la redacció, i bevem de les fonts d'aquella experiència. Però serà un Telenotícies.

—Abans parlaves de contextualitzar. ¿Fer-ho vol dir renunciar a notícies?

—Sí. La quantitat de notícies es reduirà per guanyar espai per analitzar una mica millor aquelles per les quals nosaltres apostem.

—Hi haurà alguna cosa semblant a un editorial?

—Aquest no és el meu interès, ni tampoc el de la redacció. En els moments que ara ens vénen a sobre és important que TV3 mantingui les portes obertes a tots els espectadors, que intentem guanyar en pluralitat, no reduir, que és el que significaria donar molta veu a un protagonista.

—¿Et preocupa l'entorn que tenen i tindran els mitjans públics en general i, encara més, TV3 i Catalunya Ràdio?

—La situació política ens afecta i afecta la manera com ens veuen el altres. De tota manera, l'únic barem vàlid per a mi és el professional, si estem fent bé la feina o no. No vull caure en el periodisme de trinxeres, la màxima preocupació que tenim és no caure en un periodisme de trinxeres molt establert, però bé i per mal. Per exemple, quan llegeixo l'article del Wall Street Journal en què es diu que TV3 només entrevista en castellà prostitutes, pinxos i lladres, em sembla que qui ha fet aquest reportatge ha caigut en la simplificació, en l'exageració i en l'apriorisme. M'agradaria que no caigués sim en això.

—¿Podràs superar el mecanisme de les rèpliques de cada partit en el tema del dia, a imatge dels blocs electorals?

—Estem entrant en una etapa de més flexibilitat. Hi ha d'haver un cert còmput a final de mes o a final de temporada per garantir uns equilibris bàsics. Però que això no ens segresti la nostra feina, que és la de dir què és l'important i què no ho és. Si es tracta de ser una màquina calculant el temps de cada partit polític, pleguem els periodistes i que ho faci un cronòmetre.

—Et preocupa el Cuní?

—No em preocupa gens. A mi l'informatiu de Josep Cuní m'agrada molt. És un amic, a més d'un mestre. I el que està fent està molt bé. Ha sigut sempre pioner en totes les aventures que ha tirat endavant i la majoria li han sortit



Mireu el vídeo a Ara TV



molt bé. I espero que aquesta també li surti bé, perquè en molts aspectes, i en aquesta franja horària informativa també, 8TV i TV3 ens complementem bé. Per mi la competència és Telecinco, Antena 3 i Televisió Espanyola.

—L'objectivitat existeix?

—Crec que no existeix, però en canvi el compromís amb l'honestat sí que existeix, i molta gent l'està practicant. M'agradaria que em consideressin en aquest grup de periodistes. Intentar ser honestos, explicar les coses tal com són, tal com les veiem, i no ama-

gar que ho mirem des d'una perspectiva lògicament subjectiva.

—¿La barreja d'opinió i informació és un dels problemes del periodisme actual?

—Sí, i per això m'agradaria poder reivindicar que des del punt de vista de mitjans tècnics, TV3 és una de les poques redaccions que queden a Catalunya amb prou gent per poder-ho cobrir pràcticament tot. Des de conflictes internacionals fins a petits esdeveniments que es produeixen en pobles de Catalunya. Per tant, inten-



egada també més autoexigència



tem salvar aquesta redacció i treure'n el màxim profit des del vessant informatiu. Per donar opinions dels que estan a favor o estan en contra ja hi ha altres plataformes, ja hi ha altres moments, i fins i tot ja hi ha altres empreses.

— Ets pessimista sobre el futur del periodisme?

— Estic a la banda optimista de cara al futur a llarg termini. Però ara, quan molts companys s'estan trobant amb una situació laboral precaritzada, els costa trobar feina o l'estan perdent, se'm fa difícil parlar d'optimisme. Als Estats Units i Europa, el sector on s'han perdut més llocs de treball ha sigut el de la comunicació. Nosaltres tenim una sort, i és que vivim a Europa, on hi ha unes referències de mitjans públics potents. TV3 i Catalunya Ràdio en són una mostra. I sota el seu aixopluc ha nascut tot un món de mitjans en català que deuen alguna cosa a les dues grans marques. Això ens guarda d'aquesta tempesta que s'està vivint en altres autònòmiques.

— Passaran moltes coses el 2014?

— Segur que sí. No sé si totes bones.

— ¿Entre aquestes coses hi haurà la sortida de la crisi?

— Hem d'explicar les coses en la seva mesura per no crear un fals optimisme. La població no es mereix mentides, encara que siguin amb bona intenció per millorar la moral. Tindrem algunes dades positives, però la majoria continuen sent negatives, la situació no és prou bona per dir que la crisi s'ha acabat. I hem d'explicar aquesta transició de model econòmic amb tots els problemes que comporta. I, evidentment, sobre el calendari del 2014 hi ha la qüestió política: el *procés* i la voluntat de fer un referèndum al mes de novembre. Serà el tema estrella dels titulars del *Telenotícies* els pròxims 365 dies.

— Hi haurà consulta?

— Potser sí, si es compleixen les previsions del Govern. O no, si el govern espanyol se surt amb la seva i no hi ha cap mesura de negociació perquè es pugui fer de manera legal. Tant si es fa com si no es fa, les coses no seguiran igual l'endemà del 9 de novembre.

— Com veus Europa?

— Hi ha un creixement de l'extrema dreta amb unes dades que no s'havien vist fins ara. I un desencaix respecte a Europa. Això és el que trobo més preocupant, just quan es compleixen 100 anys de la Primera Guerra Mundial. Si fóssim capaços per un moment de no parlar de la crisi de la zona euro i veure Europa com un projecte d'èxit que ha tancat la porta a molts conflictes violents, veuríem el got mig ple i no mig buit. Em resisteixo a parlar només d'Europa en termes negatius, m'agradaria que poguéssim parlar-ne més en el vessant positiu, constructiu, dels intercanvis culturals, acadèmics, de feina.

— L'estatus de presentador del TN porta incorporat la pregunta "Quina notícia t'agradaria donar?"

— Sí, ja m'ho han preguntat. No, em sap greu, però és

una notícia seriosa, sincerament. Per qüestions més familiars que de cap altre tipus m'agradaria molt poder donar notícies positives respecte a la recerca per acabar amb el càncer.

— El setembre d'aquest 2014 faràs 40 anys.

— Sí, sí. Però prefereixo no pensar-hi.

— És el teu any de maduresa.

— El meu períple és estrany. Durant molts anys la feina de presentador era pròpia d'algú que des de ben jove ja feia de presentador. La meua història és una altra. He fet molt de carrer, he estat en mitjans diferents, ràdio, premsa... I ara de cop m'arriba una responsabilitat molt important. Si això ho havia de fer en algun moment, segurament havia de ser ara.

— Se't veu tranquil.

— Sóc tranquil de mena. I això lliga amb la idea que volem donar d'uns *Telenotícies* tranquils. Amb el benentès que tranquil no vol dir deixar d'explicar res o rebaixar la gravetat de les coses. Però crec que precisament ens toca ser madurs. A TV3 ara li toca ser madura, i a mi també.

— Què has après a París?

— És l'estat per excel·lència, hi he après la sensació de prendre's les coses seriosament, de creure's molt a si mateix com a país. I això a nosaltres ens falta molt. Ens falta la sensació, basada en fets reals, que som capaços de fer coses, que som importants. I l'autoexigència que ens hem d'aplicar a les coses que fem. Ens ho hem de creure una miqueta més i potser, com deia el filòsof, llevar-nos ben d'hora ben d'hora i posar una estona més de feina perquè el resultat sigui millor.

— Per tant, quan parlem d'estructures d'estat, a Catalunya també trobes a faltar l'actitud personal d'estat.

— Jo crec que sí, sigui quina sigui l'estructura política que acabi tenint Catalunya els pròxims anys. Però ens hem de creure seriosament que som capaços, que ho podem fer, que ho hem demostrat a través de la història, i que no tenim altre remei que fer-ho bé. Reclamo més autoestima nacional i per la feina que fem. I a la vegada més autoexigència.

— Vas ser director de l'Avui durant uns mesos, com veus el futur de la premsa?

— Em sento molt orgullós d'haver estat al diari *Avui*, on es començava a parlar d'algunes coses que ara són majoritàries a Catalunya. Coses que en aquell moment pràcticament només es parlaven a l'*Avui*, a *El Punt* i en mitjans digitals. Els diaris petits, o relativament petits, poden marcar tendències, aquesta premsa pot ser l'avantguarda. Es pot marcar la pauta d'un país, i vosaltres des de l'ARA l'esteu marcant ara mateix.

— ¿Creus que el públic del TN ha de saber què opines?

— L'honestat, de tothom, és molt bona, és molt bo en-

PERFIL Toni Cruanyes (Canet de Mar, 1974), llicenciat en periodisme i en ciències polítiques, és un vell conegut dels telespectadors catalans. Ha estat corresponsal de TVC a Londres i a París, i ara s'enfronta al repte professional de conduir el nou *Telenotícies vespre* de TV3 amb el propòsit de fer-lo més reflexiu i obert a l'anàlisi. Durant la seva llarga trajectòria ha sigut reporter de la BBC i de la ràdio de les Nacions Unides a Nova York, i ha dirigit l'*Avui*. També és autor de diversos llibres.

senyar les cartes. Em vaig formar a TV3, he treballat majoritàriament en mitjans públics de televisió i de ràdio que sempre m'han ensenyat que estem al servei de la població, del país per al qual treballem. I que, per tant, faria un trist favor a la meua feina i a la meua empresa si em dediquéssim a donar les meves opinions obertament sobre qualsevol cosa. La línia editorial del *TN* serà com ha sigut en els últims anys a TV3: defensa de les institucions del país, de la cultura del país, dels equips de futbol del país.

— ¿Hi ha algunes causes que hagi defensat públicament?

— Jo sóc soci d'Intermón, d'Amnistia Internacional i d'un parell d'organitzacions locals més del meu poble. I vaig publicar un llibre crític sobre l'extrema dreta.

— Vas fer un article a l'Avui que es deia Dissabte em caso en què explicaves que, saltant-te el pudor, escrives en primera persona defensant el matrimoni homosexual.

— Em semblava una obligació fer-ho. Un dels problemes del col·lectiu de gais i lesbianes és donar-se a conèixer, ho ha sigut històricament. I en el moment que jo sóc una persona pública, sense fer escarafalls de res, he de contribuir a fer que la gent entengui amb normalitat que hi ha homosexuals a tot arreu, som de tots colors, fem tot tipus de feines, som alts, baixos, grassos i primers. Em vaig treure una espina que tenia clavada, perquè una persona pública ha d'estar en pau amb els seus espectadors. I així com hi ha coses més íntimes o més privades que segurament no cal explicar, em semblava que aquesta valia la pena posar-la sobre la taula. Ara, de la mateixa manera que ho vaig posar aquell dia sobre la taula també m'agradaria tornar-ho a recollir i no parlar gaire més del tema, que forma part de la meua vida privada.

— Ara passaràs a ser un famós, a Catalunya.

— De moment tinc molta sort. La gent et veu fent informació seriosa i et respecta, sempre he tingut comentaris positius. Et diuen: "Ànims, endavant, continua amb aquesta feina".

— A part de tenir una imatge seriosa, ets seriós?

— Fins i tot diria que una mica avorrit. Intentaré no avorrir la gent al *Telenotícies*, però sóc de tarannà seriós.

— Quines aficions tens?

— M'agrada llegir i caminar. La natació és l'únic esport que faig. Quan sóc sota l'aigua m'agrada la sensació de desconectar, de pensar en les coses que el dia a dia no et permet. M'agrada estar amb els amics i amb la família, esgarrapar hores d'allà on sigui per poder-les passar amb ells. I viatjar és la meua debilitat més gran.



REPORTAJE

Los hermanos que rompieron el veto de Franco

EE UU acató la censura impuesta por el franquismo sobre el accidente de Palomares, según los últimos documentos desclasificados. Pero dos periodistas se apañaron para saltarla. Uno de ellos sigue viviendo en la zona

Por RAFAEL MORENO IZQUIERDO

Tito's es uno de los chiringuitos más concurridos de la playa de Mojácar (Almería). Con palmeras, mirador al mar, cocina de toque oriental y música en directo los domingos. Pocos de sus clientes conocen, sin embargo, la historia completa de su propietario, un norteamericano bonachón, de larga melena plateada, que aún no ha perdido el acento pese a llevar casi 50 años en España. Como tampoco saben que llegó a la Península siguiendo a su hermano. "André vive ahora recluso en Filipinas. Solo le interesa el windsurf", relata Tito del Amo, 75 años, dos más que André.

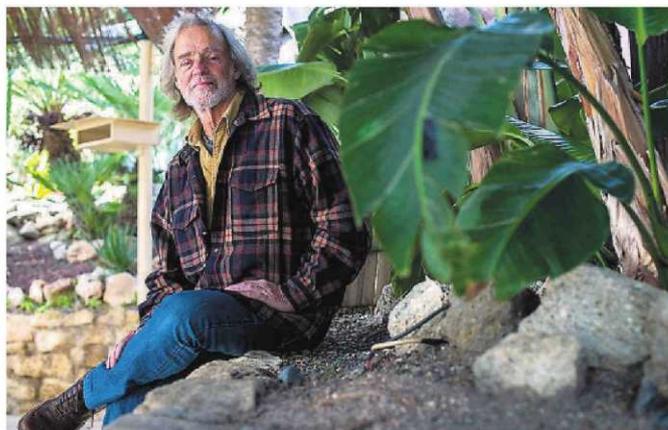
Los Del Amo, que nacieron en Los Ángeles en plena II Guerra Mundial, decidieron regresar a la tierra de sus antepasados. André llegó primero y encontró trabajo en la oficina de United Press International (UPI) de Madrid dirigida por Harry Stathos, un veterano periodista que había combatido en la Guerra de Corea. Luego llegó Tito. "Nada más aterrizar, en 1965, André me dijo que tenía que conocer dos cosas: Mojácar y Pamplona. Decidí empezar por el primero y me enamoré al instante", recuerda ahora.

Así empieza la relación de André y Tito con las bombas de Palomares. A primera hora del 17 de enero de 1966, un bombardero del Mando Aéreo Estratégico de Estados Unidos, que transportaba cuatro bombas atómicas, cada una con un poder de destrucción 75 veces superior a las lanzadas sobre Hiroshima, choca con un avión cisterna KC-135 durante una operación de reabastecimiento sobre el cielo de Almería. Todos los miembros de la tripulación del KC-135 fallecen y solo sobreviven cuatro de los siete del B-52. Tres de las bombas caen en tierra y dos de ellas sufren una pequeña explosión convencional esparciendo material radioactivo. La cuarta se hunde en el mar.

Inmediatamente, la Embajada de EE UU en España informa al Gobierno de Franco. La comunicación se establece a través de Agustín Muñoz Grandes, entonces vicepresidente del Gobierno, y del Ministerio de Asuntos Exteriores, por una parte; y el embajador estadounidense en Madrid, Angie Duke, por otra. Prácticamente en el mismo momento, las agencias de noticias extranjeras comunican la noticia del "accidente aéreo" sin mención alguna al armamento atómico. Muñoz Grandes se apresura a "coordinar" con los estadounidenses la información que debe darse a la prensa. El comunicado del Ministerio del Aire español evita incluso especificar que se trata de un bombardero —habla de un "jet de gran radio de acción"— y se limita a señalar que buscan recuperar "elementos de carácter secreto militar". Franco había dado instrucciones de lo que se podía decir y no y vetó cualquier

referencia al armamento atómico, según confirma ahora el informe del Proyecto de Investigación Histórica Número 1421 del Departamento de Estado de EE UU, desclasificado recientemente para la ONG National Security Archives, y que en principio debía permanecer secreto hasta 2035.

La preocupación de Franco consistía en no dañar la principal fuente de ingresos del

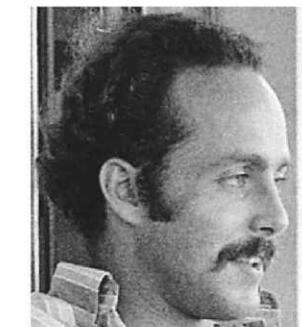


Arriba, André y Tito del Amo, en los años sesenta. Encima de esta línea, Tito del Amo el pasado jueves en su chiringuito de Mojácar, Tito's. Fotos: Tito del Amo y Francisco Bonilla

Tras desvelarse la noticia, el embajador de EE UU comunicó a Washington que la situación era de "emergencia" y "crisis"

régimen, el turismo. Pero Washington también tenía su propio objetivo para acatar el veto de la dictadura. Según el informe del Departamento de Estado, Duke recibió instrucciones de hacer todo lo posible para mantener la autorización española para seguir sobrevolando su territorio, algo que, sin embargo, quedó prohibido cinco días después del accidente. "En un principio, el Departamento de Estado quiso dar publicidad al tema nuclear. El Gobierno español, sin embargo, se negó rotundamente a facilitar cualquier detalle a la prensa", explica el documento oficial.

En un primer momento, la estrategia funcionó. El 19 de febrero, dos días después del accidente, la prensa pareció perder interés, para satisfacción de los políticos. El director general de Norteamérica del Ministerio de Exteriores, Ángel Sagaz, se reunió con Duke para resaltar el temor de las repercusiones que podría tener en la opinión pública espa-



ñola que se supiera la pérdida de una de las bombas (la que cayó al mar no se había localizado) y las consecuencias de la radiación atómica. Las reticencias españolas eran tan grandes que incluso rechazaron la propuesta estadounidense de dar el visto bueno a un comunicado en el que se agradecía a España su colaboración. Preferían el silencio. Lo que no sabían los dos diplomáticos es que André del Amo ya había salido en coche hacia Almería en compañía de Leo White, corresponsal del británico *Daily Mirror*. El coronel Barnett Young, jefe de Prensa de la Fuerza Aérea, les advirtió de que no husmearan. "No es lugar para historias escandalosas o hipótesis descabelladas", respondió cuando le preguntaron si el bombardero transportaba bombas atómicas.

Según relata Tito del Amo, su hermano logró la exclusiva en el viaje de vuelta. "Cuando regresaba se encontró con un policía militar estadounidense que buscaba a alguien que pudiera traducirle. Quería que unos locales se marcharan de la zona porque existía peligro de radioactividad. André no dijo nada y tradujo. Al regresar al coche, le preguntó inocentemente si estaban preocupados por las bombas. Y, sin más rodeos, el militar estadounidense le confirmó todo". Al día siguiente, *The New York Times* publicó la historia de UPI y, además de reconocer que había una bomba atómica, describía la masiva operación de búsqueda que se realizaba en las proximidades de Palomares.

Los documentos estadounidenses descla-

sificados ahora señalan que cuando Franco leyó la información de UPI enfureció hasta tal extremo de que ordenó censurar la publicación de esa noticia en España, prohibió la distribución de la prensa extranjera y ordenó a Sagaz que se quejara duramente ante Duke y amenazara con "medidas unilaterales". De acuerdo con el telegrama enviado a Washington que resume la reunión, Sagaz habló de "extrema preocupación", "emergencia" y "crisis". El embajador estadounidense también llamó por teléfono a Stathos retándole a que revelara las "fuentes diplomáticas estadounidenses". Preocupado, el delegado de UPI reconoció que la confirmación la había obtenido por "otras fuentes" y pidió disculpas por haber enviado la información sin comprobarla con la Embajada.

El Gobierno estadounidense tardó 40 días en reconocer oficialmente la existencia de bombas atómicas a pesar de las pruebas. Para ello había que retorcer la verdad. En otros documentos desclasificados, en este caso de la Comisión de Energía Atómica, se encuentra un argumentario preparado ex-



REPORTAJE



La playa de Palomares, en 1966, durante la carga en el barco estadounidense de los bidones (abajo) con la arena contaminada. Foto: Tito del Amo

Lenta negociación

Los restos de las bombas de Palomares no son solo un estigma para la población. Son también un incordio diplomático entre Estados Unidos y España. Los dos países negocian desde 2005 (cuando prorrogaron los pactos de 1966 y 1997) cómo llevar a cabo una limpieza definitiva. El Gobierno español realizó un amplio muestreo en el que detectó que quedaban unos 50.000 metros cúbicos de tierra contaminada con plutonio (medio kilo en total), que se estaba empezando a desintegrar en americio. Ante la posible dispersión de la radiación por las obras en la zona, los terrenos fueron expropiados y vallados (pese a que durante décadas se cultivó en ellos). Estados Unidos colaboró con 1.983.000 dólares para el estudio.

Sin embargo, la negociación avanza muy lentamente. "Sigue siendo un tema en las relaciones bilaterales, pero los americanos dan la impresión de arrastrar los pies", resume una fuente española. El asunto salió en la visita que el secretario de Energía estadounidense, Ernest Moniz, realizó en noviembre a Madrid, como antes en las reuniones entre altos cargos de Washington y Madrid.

En febrero de 2012, Margallo anunció que había "recibido garantías [de Estados Unidos] de que retirará con rapidez las tierras contaminadas de Palomares". En abril de ese año, Hillary Clinton auguró buenas noticias en breve y que dejaría el caso resuelto antes de dejar la Secretaría de Estado. La dejó sin arreglarlo, Obama ganó la reelección, cambió el embajador en Madrid y el tema sigue ahí.

A falta de avances significativos, la discusión se centra en asuntos técnicos. El Ciemat, el centro español encargado de la vigilancia, presentó al Consejo de Seguridad Nuclear un plan para compactar la tierra y reducir el volumen a tratar. Estados Unidos lo considera innecesario y sostiene que, de llevarse los residuos, se llevaría toda la tierra. Además pidió un informe sobre si el terreno contenía otro tipo de residuos como fertilizantes o metales pesados.

Washington quiere el compromiso de que, si se lleva la tierra, España renuncia a cualquier reclamación posterior, algo que Madrid puede aceptar. El principal escollo es el precedente que supone para EE UU retirar los bidones con tierra contaminada, ya que ha realizado pruebas atómicas en muchos lugares remotos y teme recibir reclamaciones similares.— Rafael Méndez



presamente para unificar el mensaje de los portavoces oficiales de EE UU. Un cuestionario de 23 preguntas —las más difíciles que podía formular el periodista más agresivo— cuidadosamente respondidas para defender la versión oficial. Las instrucciones eran claras: negarse a contestar sin rubor, desviar la atención e incluso poner en cuestión al propio periodista. A la pregunta, "¿ha perdido Estados Unidos una bomba atómica?", la respuesta sugerida era:

"El Departamento de Defensa señaló que llevaba a cabo una búsqueda de 'material clasificado'. Por razones de seguridad, no podemos hacer más comentarios. [Y si fuera necesario] No confirmamos o desmentimos la localización de ninguna bomba atómica".

Y si alguien preguntara por el riesgo que corría la población. La respuesta sería:

"No puedo hablar de cantidades porque es un tema clasificado. ¿Conoce usted cuando se puede considerar peligroso? Lo que podemos decir es lo que hemos dicho: los expertos tienen pruebas

de que no es peligroso para la salud".

Quizá por los problemas con Franco o porque los norteamericanos no encontraban la cuarta bomba, Stathos y el corresponsal de AP, la otra agencia estadounidense en España, propusieron al otro hermano Del Amo que persiguiera el tema. "Como la cosa se alargaba, me contrataron para que lo cubriera sobre el terreno. Yo tenía casa allí. Me pagaban 500 pesetas al día, una pequeña fortuna. Me alquilé un Seat 600 y así me quede seis semanas en Palomares", recuerda Tito. El trabajo consistió en seguir la búsqueda de la bomba en el mar y las tareas de descontaminación y enviar toda la información y las fotografías que obtuviera. El material gráfico era tan abundante [alguno se publica junto a este texto] que cada dos días viajaba en su Seiscientos a Murcia para darle los carretes al maquinista del tren de Madrid. "Era difícil porque nadie quería decir nada. Pero era mi trabajo", recuerda Tito desde el chiringuito que levantó a 18 kilómetros del lugar de sus recuerdos. ●



Siempre han estado ahí, porque son inherentes al ser humano. Pero, en los últimos tiempos, el auge de internet y las redes sociales, y la crisis, con la incertidumbre que provoca y sus efectos devastadores sobre las instituciones, parecen haberles dado un nuevo impulso. Son los rumores, informaciones de origen anónimo y no contrastadas, muchas veces erróneas y que causan efectos nocivos. Tanto es así que algunas personas, colectivos y administraciones han decidido pasar a la acción para luchar contra ellos y los efectos que provocan.

Texto de **Antonio Ortí**

Fotos de **Carlos González Armesto**

Guerra a los rumores tóxicos

Marc Argemí

Tras publicar *Rumors en guerra* (Rumores en guerra, editorial Acontravent), ha creado la consultoría Sibilare para desmentir rumores y reforzar la credibilidad de particulares y empresas. Antes, trabajó en la oficina de prensa del Opus Dei, donde se encargó de desmontar los rumores que salpicaron a la Iglesia tras publicarse la novela de Dan Brown *El código Da Vinci*.



El mecanismo acostumbra a ser siempre el mismo. El rumor o la expectativa de que la empresa A puede ser adquirida por la empresa B, o de que la compañía Z tendrá unos beneficios menores de lo esperado, o de que el Banco Central Europeo modificará los tipos de interés, o de que la entrada en guerra de un país productor de petróleo es inminente... Cualquiera de estas informaciones no confirmadas puede enriquecer o arruinar a miles de inversores en todo el planeta. Millones de euros en el debe o en el haber, por un simple rumor.

En el ámbito político, la creencia de que Barack H. Obama (por cierto, H. de Hussein) era musulmán y de que tal vez podía tener simpatías con terroristas tuvo impacto en cierta parte del público estadounidense, e incluso estuvo a punto de erosionar su carrera presidencial en el 2008. En el 2011, un pirata informático difundió que Obama había muerto, y el chisme se convirtió en el cotilleo *top* de internet durante unos minutos. Algo parecido le sucedió a Steve Jobs en el 2008 cuando un tuit lo declaró *fiambre-fake*. Tras su obituario prematuro, el creador de Apple, que falleció en realidad en el 2011, recurrió a una frase de Mark Twain: "Los rumores sobre mi muerte han sido un poco exagerados". Por no hablar de Fidel Castro, cuyo deceso ha sido difundido en Twitter en incontables ocasiones, sin que se haya producido, hasta el momento de cerrar esta edición.

En el terreno religioso, el propio Opus Dei encargó al periodista Marc Argemí que le ayudara a combatir los rumores surgidos a raíz de la publicación del libro de Dan Brown *El código Da Vinci* y, muy especialmente, la posibilidad de que la Iglesia estuviera ocultando un secreto inconfesable relacionado con María Magdalena. Gracias a la metodología que puso en práctica Argemí mientras trabajó para el Opus Dei, ha creado la consultoría Sibilare (en latín, "susurrar"), especializada en reforzar la credibilidad de instituciones de todo tipo y en asesorar a particulares víctimas de rumores.

Estas tres situaciones dan una idea de la fuerza que puede llegar a tener un rumor, de sus repercusiones, muchas veces perfectamente tangibles, y de las fuerzas (desde los despachos del poder hasta los barrios, pasando por los púlpitos y las empresas) →



→ que se pueden llegar a movilizar para contrarrestarlos. Unas consecuencias, las de los rumores, que ahora, con la crisis económica y con el infinito altavoz de internet, conocen una nueva era.

Los rumores en sí mismos no son una novedad, son inherentes a la especie humana. En la antigua Roma había, incluso, profesionales del rumor, los *subrostanti*, que se ganaban la vida traficando con informaciones subterráneas o fabricando noticias sensacionalistas infundadas. Ya en el año 51 a.C., por ejemplo, se dijo que Cicerón había muerto, cuando lo cierto es que se encontraba de viaje en Sicilia. Ocho años más tarde, cuando el orador fue realmente asesinado, su cabeza tuvo que ser mostrada en el Foro Romano para disipar las dudas. Noticias falsas eran en la edad media desencadenantes de los pogromos contra los judíos, o movieron siglos después a los conquistadores a buscar El Dorado, o a los mismísimos nazis a buscar el Santo Grial en la montaña de Montserrat, en Catalunya, por apuntar unos pocos ejemplos.

Sin embargo, es posible que en la actualidad nos encontremos ante la *tormenta perfecta*. En una especie de edad dorada del rumor en la que los chismorreos campan a sus anchas y gozan del favor del gran público.

Tanto es así, que el asunto comienza a ser estudiado con detenimiento por antropólogos, sociólogos y politólogos, caso de Cass R. Sunstein, asesor de Obama, quien en el 2010 publicó *Rumorología* (Debate) para responder básicamente a dos preguntas: ¿por qué los seres humanos normales aceptan los rumores, incluso los que son falsos, destructivos y estrambóticos? y ¿por qué algunos grupos, e incluso países, acep-

tan unos rumores que otros grupos y países consideran absurdos? Por su parte, el folklorista estadounidense Jan Harold Brunvard –santo y seña en todo lo relacionado con las leyendas urbanas– cree que la creciente *rumorización* que experimenta la sociedad guarda relación con que cada vez hay más zonas oscuras y de incertidumbre que los ciudadanos tienen que rellenar por su cuenta y riesgo, dado que hoy en día es imposible aclararse con lo que está sucediendo, son tiempos de inseguridades.

También el alemán Hans-Joachim Neu-

bauer, autor de *Fama. Una historia del rumor* (Siruela), un interesante libro que estudia la evolución de los cotilleos a lo largo de los siglos, defiende que “estamos ante una nueva era del rumor” donde la habladería ha encontrado cobijo en internet. De hecho, dice Neubauer, a la gente parece importar muy poco si los rumores son falsos, pues de lo que se trata es de compartir preocupaciones colectivas que no pueden expresarse de manera racional.

Visto así, los rumores se han convertido en armas de intoxicación masiva en la gue-

**La crisis económica
–y la incertidumbre
que provoca–, el
desprestigio de las
instituciones y la
eclosión de las redes
sociales han creado
la ‘tormenta perfecta’
para la difusión
de rumores**

**Lola López**

Además de dirigir el Centre d'Estudis Africans, esta antropóloga contribuye a formar a los agentes antirumores que patrullan desde el 2010 por las calles de Barcelona. Son, en total, unas mil personas a las que se les enseña a rebatir todo tipo de clichés xenofobos. Y aunque corre el rumor de que los agentes antirumores cobran dinero, no es en absoluto cierto.



rra de guerrillas que se libra en el siglo XXI para dominar y dirigir la información, muchas veces de forma espontánea entre la población, pero otras desde el mismo poder. Un escenario, este último, que el sociólogo Salvador Cardús compara con la situación que se vivió en la Segunda Guerra Mundial, cuando ingleses y alemanes se enzarzaron en propagar rumores de todo tipo, hasta el punto de crearse auténticas estructuras de Estado que intoxicaron a fuentes de información neutrales para transmitir toda clase de noticias tendenciosas e interesadas. Cardús prologó el libro *Rumors en guerra* (Rumores en guerra, ed. Acontravent), donde el consultor Marc Argemí documenta de qué manera durante la Segunda Guerra Mundial los británicos crearon una agencia, la Political Warfare Executive, que difundió hasta 8.000 bulos como, por ejemplo, que los ingleses disponían de una nueva arma secreta que podía incendiar el mar.

Sobre la posibilidad de que algo así pudiera estar ocurriendo actualmente, fuentes próximas a las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado aseguran que ni el Ministerio del Interior ni la policía disponen de una maquinaria para difundir rumores. En todo caso, cuando se detecta un bulo, "lo que puede pasar –dicen esas mismas fuentes– es que se aporte una réplica para que el rumor no suplante a la realidad. El objetivo es instalar la versión oficial, porque si la historia que se comunica es cierta, entonces ya no tiene categoría de rumor".

Volviendo a Marc Argemí, un buen día se apercebó de que, en tiempo de paz, el hábitat más favorable del rumor era, precisamente, un entorno sin confianza en las instituciones, los líderes, los medios de comunicación y los mercados. Y también de que con la actual crisis económica que afecta al mundo globalizado, los rumores, además de distraer, cumplían una serie de cometidos sociales y personales, como confirmar los propios prejuicios, autoexculparse de cualquier responsabilidad en lo sucedido o buscar significado en medio del caos, en vista de que los grandes faros (la religión, la política, la economía...) se han apagado para muchas personas y que la única forma de alumbrarse es mediante farolillos.

"Ahora mismo se dan todas las condiciones objetivas para que circulen rumores", confirma Argemí. "Cuando las instituciones no son percibidas como creíbles, la gente



Daniel de Torres

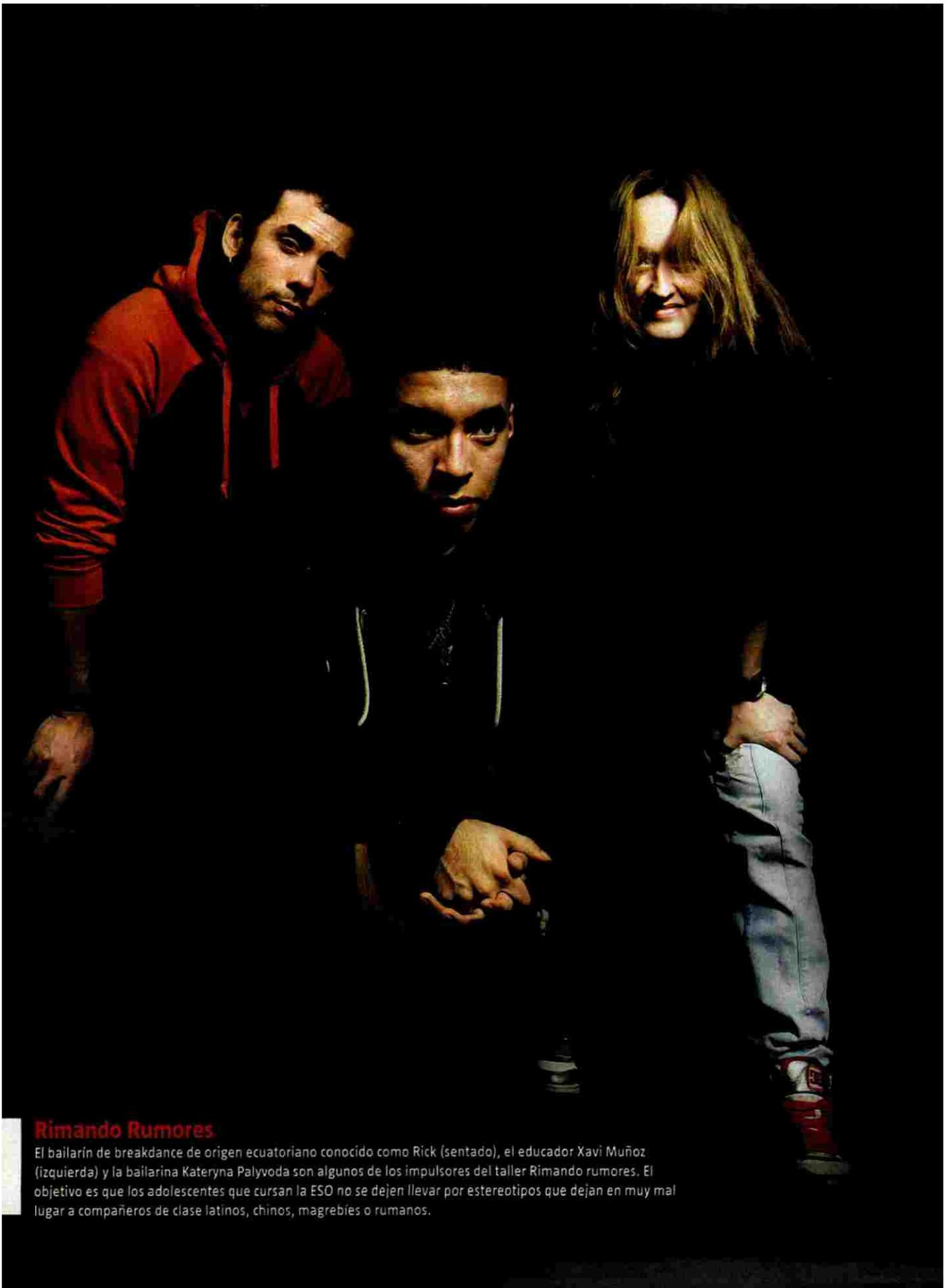
Probablemente, puede considerarse el padre de la estrategia antirumores que impulsan cuatro ciudades españolas (Barcelona, Tenerife, Fuencabrada y Getxo). En la actualidad, es consultor del Consejo de Europa y asesora a diecisiete ciudades europeas de Portugal, Alemania, Francia, Polonia, Grecia, Suecia y España a punto de sumarse al proyecto.

busca instintivamente cubrir esa necesidad con el panadero o con el vecino de escalera", explica. Aunque muchas de las cosas que cuenta Argemí son interesantes ("con internet –explica– hemos pasado del imperio de la noticia a la república del rumor"), hay una que destaca sobre las demás: "Antiguamente –recuerda– había un adagio que decía: los hechos son sagrados, y las opiniones, libres. Sin embargo, ahora hemos pasado a que las opiniones son sagradas y los hechos son libres", ironiza.

En relación con este tema, un antropó-

logo como Max Gluckman ha llegado a formular una teoría del chismorreo de la que se desprende que el chisme "desempeña importantes funciones sociales". Es más, cuanto más desarrollada está una sociedad, más importancia tiene en ella el chisme. Y es que las habladerías, por su carácter secreto, hacen sentirse poderosas a las personas que trafican con informaciones confidenciales, al mismo tiempo que crean vínculos sociales entre quienes comparten sus teorías.

Tal vez esto podría explicar el éxito que →



Rimando Rumores

El bailarín de breakdance de origen ecuatoriano conocido como Rick (sentado), el educador Xavi Muñoz (izquierda) y la bailarina Kateryna Palyvoda son algunos de los impulsores del taller Rimando rumores. El objetivo es que los adolescentes que cursan la ESO no se dejen llevar por estereotipos que dejan en muy mal lugar a compañeros de clase latinos, chinos, magrebíes o rumanos.



Administraciones, oenegés, grupos musicales y ciudadanos de a pie se coordinan para combatir rumores en los barrios, donde pueden ser más dañinos

→ cosechan en la actualidad los rumores, las leyendas urbanas, los *hoax* (cuya traducción libre podría ser “engaños masivos”), las falsas cadenas solidarias, las dietas milagro, los mitos, las tertulias, los foros, los tópicos, los cotilleos, las alcahueterías y, en general, las ideas contagiosas. Delia Rodríguez, la redactora jefe de *El Huffington Post* y autora del blog *Trending Topics*, ha investigado este fenómeno y ha llegado a varias conclusiones. La primera de todas es que “hoy en día, casi todo sirve de excusa para compartir emociones, que es lo que nos tiene de verdad enganchados”, dice. “El problema es que la emoción quita espacio para la reflexión”, comenta, antes de reseñar que con la nueva cultura digital estamos viviendo una vuelta a la oralidad. Algo a lo que también se ha referido la revista *The Economist* al alertar sobre “el retorno de las conversaciones de café”.

Rodríguez publicó en septiembre del 2013 *Memecracia. Los virales que nos gobiernan* (Gestión 2000), para estudiar las “ideas virus” que triunfan ahora mismo, pero también el irresistible encanto de “es-

tar a un solo meme de distancia de la fama global”, así como para dar pistas sobre la razón por la que triunfó *Gangnam Style*, el baile del caballo. Pese a que tras la lectura del libro queda claro que un meme no es lo mismo que un rumor, Rodríguez cree que ambos tienen en común ser ideas contagiosas que tienen lo que el sociólogo Malcolm Gladwell denomina “la cualidad de lo pegajoso” (*stickiness*). Y también que, efectivamente, estamos en la edad dorada del rumor.

Pero si internet está evolucionando para ser más divertido y proporcionar aquellas cosas que atraen a nuestro cerebro (rumores, cotilleos, sexo, juegos, música, relaciones...), cuando esa rumorología se traslada a la calle, las consecuencias pueden ser más serias, porque los rumores se ceban con los más débiles. “Los rumores sirven para encontrar culpables”, interviene Daniel de Torres, consultor del Consejo de Europa y alma máter de la estrategia antirrumores que puso en práctica el Ayuntamiento de Barcelona en el 2010, cuando De Torres era el comisionado de Inmigración.

Por ese año, cuando la crisis económica era ya una realidad, crecían rumores como que los emigrantes abusaban del sistema sanitario, colapsaban las ayudas sociales, no pagaban impuestos, no cumplían los horarios, conseguían ayudas para abrir tiendas y otras lindezas con las que algunos aborígenes intentaban exteriorizar su frustración por la pésima situación económica.

La sorpresa fue que este plan intercultural, que luego ha tenido continuación con un partido político distinto en la alcaldía, “en lugar de quedarse en el típico plan del Ayuntamiento, fue acogido con un gran entusiasmo por muchas entidades (al principio, unas 40 o 45, y hoy, más de 300) de corte muy transversal que quisieron contribuir a propagar uno de sus principales lemas: del estereotipo al conocimiento”, indica De Torres. “Esto causó un alivio personal a muchas personas que hasta entonces combatían en solitario contra estos clichés xenófobos, ya que les ayudó a sentirse bajo un paraguas de gente que estaba en lo mismo, lo que fortaleció la trinchera”, explica De Torres. Es decir, guerra al rumor.

¿Cómo? Para empezar, desmontándolos utilizando datos reales en institutos, asociaciones de padres y madres, mercados municipales, centros de salud, entidades cívicas, oenegés y ateneos. Pero además se procedió a formar a agentes antirrumores

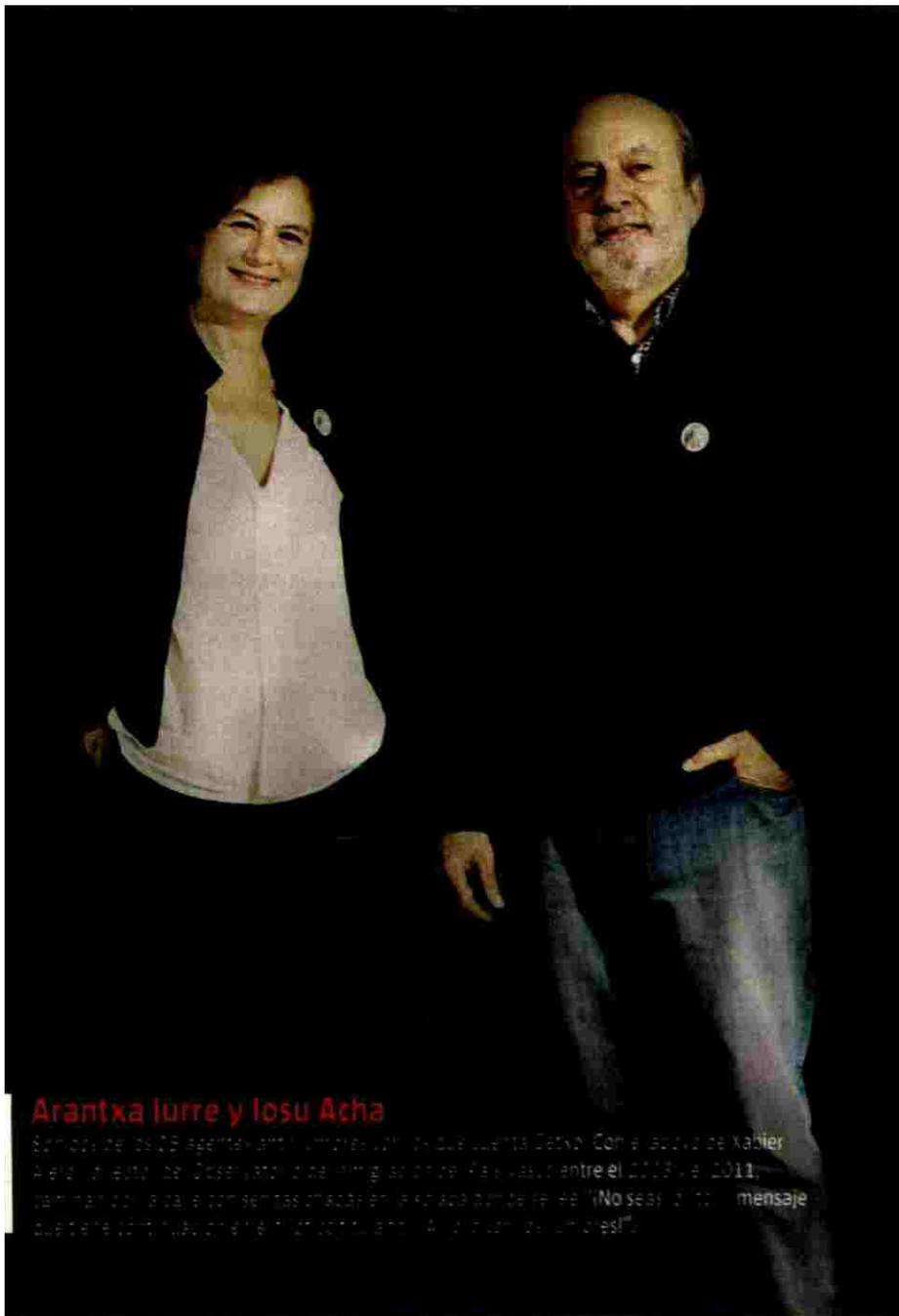
(ahora mismo, hay alrededor de mil en Barcelona), lo que sirvió para contrarrestar algunos mitos xenófobos. También se llevaron a cabo acciones muy divertidas: el dibujante Miguel Gallardo, sin ir más lejos, se prestó para escribir un cómic titulado *Blanca, Rosita, Barcelona*, una parodia de *Vicky, Cristina, Barcelona*, la película de Woody Allen, donde Rosita es una jubilada residente en el Eixample barcelonés que llegó a Catalunya hace muchos años procedente del sur y que ahora está preocupada por la posibilidad de que los inmigrantes que llegan de otros países se conviertan en mayoría. En cuanto a Blanca, es una chica peruana que cuida de Rosita.

En la práctica, la red antirrumores engloba a un conjunto de personas y entidades que se comprometen voluntariamente a difundir en su entorno datos y argumentos positivos sobre la inmigración que les proporciona el Consistorio y que contrarrestan algunos de los prejuicios más extendidos. Aquí hay desde alguna señora mayor que *patrulla* en solitario por el mercado de la Boquería de Barcelona en busca de restablecer el honor de los forasteros hasta matrimonios mixtos que tienen que combatir los prejuicios de sus familiares, pasando por entidades ciudadanas, profesores, médicos, grupos de teatro, etcétera, unidos por una misma causa. Una experiencia que han adoptado también Tenerife, Fuenlabrada y Getxo y que están a punto de hacer hasta diez ciudades europeas, como Patras (Grecia), Erlangen (Alemania) o Botkyrka (Suecia).

La antropóloga Lola López, por ejemplo, ayuda a formar a agentes antirrumores para desmentir que en las tiendas chinas sea habitual dormir a los clientes y robarles un riñón (“como yo misma he escuchado en el supermercado”, comenta), que las latinas son unas frescas que sólo quieren quitarles los hombres a las españolas o que el carrito con el que las mujeres marroquíes pasean a sus bebés lo paga el Ayuntamiento.

“En este trabajo se puede considerar un éxito –indica López–, más que convencer a la gente, hacerla reflexionar, plantándole la semilla de la duda. La ignorancia genera odio mal enfocado”, apunta esta mujer que también combate los comentarios racistas que aparecen en las ediciones digitales de los diarios.

Rosa López y el educador Xavi Muñoz impulsan, con el soporte del Centro de Estudios Africanos e Interculturales, el →



Arantxa Iurre y Iosu Acha

Símbolo de los 25 agentes antimurmullos de Getxo. Con el apoyo de Xabier Arera, director del Observatorio de Rumores de Euzkadi, entre el 2009 y el 2011, caminaron la calle por personas anónimas en la zona donde se le "No seas" el mensaje que tiene continuación en el artículo. A la izquierda: Arantxa Iurre y Iosu Acha.

→ taller Rimando Rumores, que utiliza el hip-hop para que los jóvenes de diversos institutos catalanes se inmunicen contra los prejuicios que planean sobre los estudiantes nacidos fuera de España. Para conseguirlo, les animan a escribir letras que rimen sobre los estereotipos que escuchan en su escuela, en su barrio, en su vida, que luego recitan sobre una base pregrabada de hip-hop. En la iniciativa colabora Rick (el joven que aparece en la portada de Magazine), un peruano de 21 años que les enseña a bailar break dance en los ratos libres que le deja su trabajo en un local de comida rápida. Y lo mismo la bailarina de origen ucraniano Kateryna Palyvoda, que colabora en esta iniciativa intercultural desde el 2008.

Algo parecido hacen Iosu Acha y Arantxa Iurre en Getxo (Vizcaya), donde ya hay 25 agentes antirumores como ellos que impulsan la estrategia conocida como "bola de nieve", consistente en ganarse para la causa a diez personas para ser pronto 250 (el objetivo es llegar a 2.500). "Cuando escucho en la calle a alguien soltar una

JON G. IRURZUN

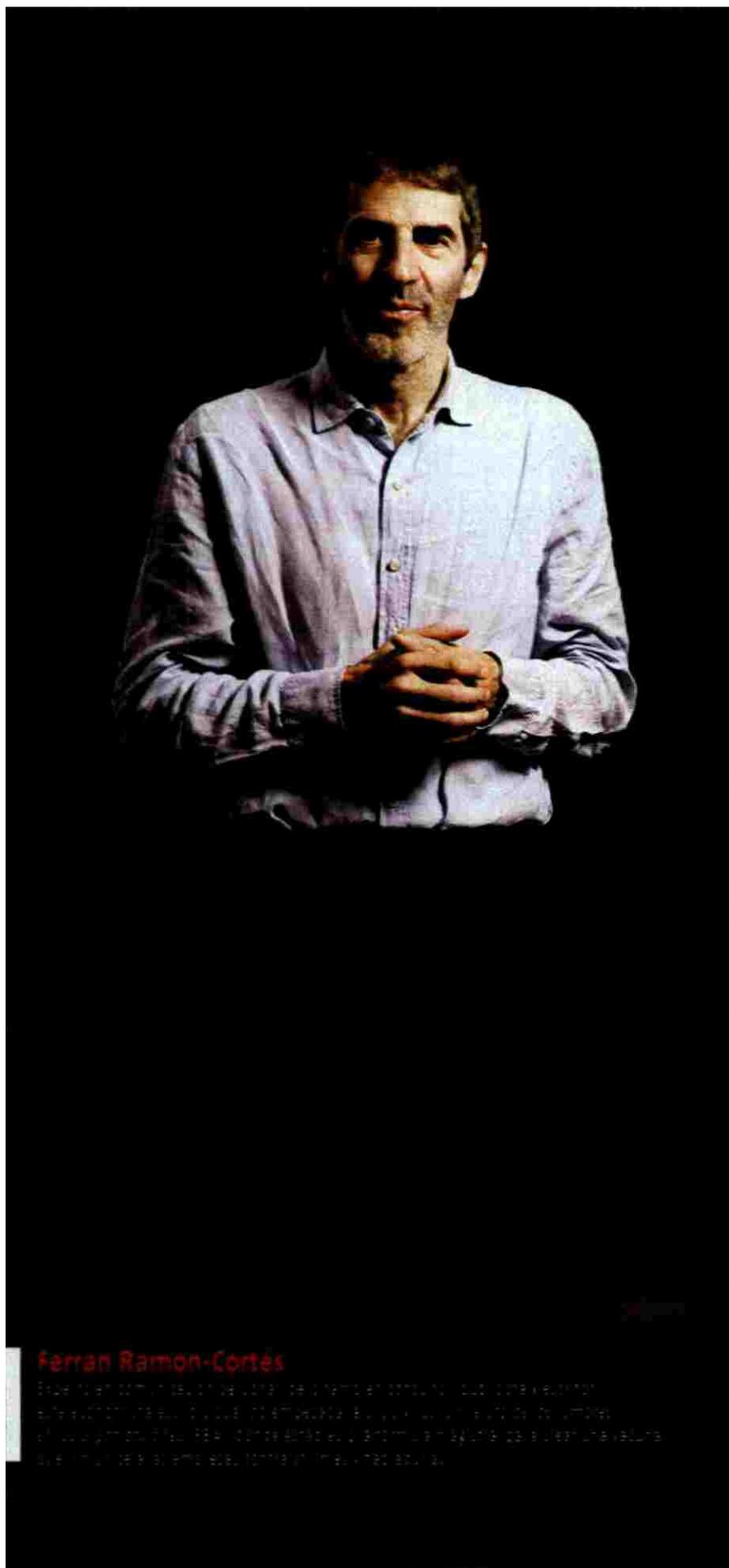
LOS CHISMES INFECTAN A LAS EMPRESAS

La crisis económica ha enrarecido el ambiente de muchas empresas españolas y ha motivado que circulen infinidad de versiones extraoficiales sobre lo que se cuece entre bastidores: "Me han dicho que preparan un ERE", "nos sustituirán por becarios", "controlan todas las llamadas telefónicas y e-mails"... El rumor sería una forma de combatir la falta de transparencia que preside el funcionamiento de muchas

organizaciones, pues cuando hay una diferencia importante entre la información que tienen unos y la que conocen otros lo normal es que circulen informaciones clandestinas. Un libro de referencia sobre este fenómeno es *Virus. Un relato sobre el peligro de los rumores en las organizaciones* (RBA). En él, Ferran Ramon-Cortés, experto en comunicación personal y consultor, desarrolla la tesis de que una epidemia médica no es demasiado

diferente a la transmisión de un rumor, pues infecta y produce fiebre a las personas afectadas, creando un ambiente irrespirable. El exdirector de la agencia de publicidad Tiempo BBDO también explica otro aspecto digno de mención: "Hay gente que infecta a los demás con mayor facilidad: las personas emocionalmente más expresivas son más contagiosas". En cuanto a los "oportunistas del rumor", utilizan la información

golosa para reforzar sus relaciones y ser el centro de atención. El nivel de defensas para inmunizarse contra los rumores se corresponde con el nivel de motivación, "así que cuanto más bajo es el estado de ánimo, más informaciones tendenciosas", explica Ramon-Cortés. La mejor vacuna para inmunizarse, pues, es ser claro, rápido, íntegro y tener el valor para afrontar que detrás de un rumor hay normalmente un trabajador insatisfecho.



Ferran Ramon-Cortés

Es un hombre común, con un trabajo de oficina en común, pero con una actitud que le permite ser un agente antirrumores. Su objetivo es desmentir a pie de calle los falsos mitos contra la imagen de los inmigrantes.



Getxo cuenta ya con un total de 25 agentes antirrumores cuyo objetivo principal es desmentir a pie de calle los falsos mitos contra la imagen de los inmigrantes

barbaridad –dice Iurre–, le pregunto: ‘¿Tú has visto eso? ¿Y dónde? ¿Y quién había?’, para intentar crearle dudas, pero siempre en un tono amable”. “Y también, si puede ser, con sentido del humor, que es lo que mejor funciona en estos casos”, añade Acha. “Ahora mismo –explica este agente antirrumores–, muchos alemanes me imagino que deben de estar diciendo que los españoles les roban el trabajo, cuando en realidad se van a labrar un porvenir”. Xabier Aierdi, que fue director del Observatorio de Inmigración del País Vasco entre el 2003 y el 2011, que acompaña a Acha e Iurrea en la charla, agrega: “En los tiempos que corren, el verdadero potencial transformador está en los ascensores, en el recreo de un patio de colegio, en la barra de un bar. Cualquier sitio es bueno para hacer como los yudocas y utilizar la fuerza del otro para tumbarlo e invertir la carga de la prueba”.

Y en Navarra, Rebeca Germán y el brasileño Ricardo Spilborghs impulsan el colectivo Alter Nativas, que pretende favorecer la comprensión de los procesos migratorios. Para ello, han puesto en práctica la estrategia 59’ Antirrumor, cuyo objetivo es juntarse una vez al mes durante 59 minutos y que cada persona intente incorporar (o contagiar...) a otra persona para la causa. “Con la crisis económica, la gente ha perdido el pudor y dice cosas bestiales”, recalca Rebeca.

Es posible que los rumores que afectan a los inmigrantes sólo sean la punta del iceberg. Como se ha dicho, los rumores son inherentes a la historia de la humanidad y, cuando se convierten en un fenómeno sociológico, ganan en peligrosidad. La mejor prueba es que numerosos ciudadanos se han puesto en marcha contra ellos. ○



“

Hi ha periodisme ben fet i periodisme mal fet, i això tant val per al periodisme polític com per al de successos

Lidia Heredia. Periodista

“Per norma, no m'agrada el to agressiu”

A partir del dilluns 20 substituirà Ariadna Oltra a 'Els matins' de TV3

GEMMA BUSQUETS

● Com afronta el retorn i el canvi?

Els matins me'l conec i me l'estimo, i per tant tornar-hi és un repte, però amb l'avantatge que estaré acompanyada d'un equip que conec i que fa molt temps que greixa la màquina perquè tot funcioni. Pel que fa a l'actualitat política, doncs amb ganes d'arremangar-me i posar-m'hi en un any que es preveu apassionant.

Considera que ara juga a primera?

Per mi no hi ha periodisme de primera i de segona divisió depenent dels temes dels quals t'ocupis. Hi ha periodisme ben fet i periodisme mal fet, i això tant val per al periodisme polític com per al de successos. La nostra responsabilitat és intentar fer-ho bé sempre, ja sigui des de la televisió pública del país o des de l'últim racó d'un mitjà local i petit. Tot és important.

L'entrevista a Artur Mas va ser com un pròleg per a aquesta nova etapa?

De fet, va ser una casualitat. Perquè tant al Carles Prats com a mi ens van encarregar l'entrevista al president Mas força abans que es concretés que jo aniria a *Els matins* al gener. Per tant, no hi ha relació entre una cosa i l'altra. Tot i així, un cop feta, sí que es podria llegir com que s'inaugurava la meva nova etapa, molt més a prop de la informació política.

Amb Twitter, el judici és instantani. Què pensa de les crítiques?

Doncs que són lliures, només faltaria! I algunes ajuden. Dit això, crec que els que ens dediquem a una feina tan exposada, i per descomptat en un moment en què hi ha tants ulls posats sobre una entrevista al



Lidia Heredia ha treballat els últims mesos al departament de nous formats. /TV3

lladar al teu interlocutor, en aquest cas el president, les preguntes que es poden estar fent els ciutadans.

Es critica els periodistes perquè no pregunten i, si ho fan, se'ls critica perquè tallen. El més difícil és el to? Ni servil ni de fiscal?

Doncs, segurament, sí. Personalment, no sóc partidària del to agressiu en les entrevistes, com a mínim com a regla general.

No em sembla que sigui sempre garantia d'obtenir el màxim de la persona que tens a l'altra banda. Crec que el millor és que cada professional adopti el to en què es trobi més bé, perquè si no es corre el risc de ser esclau d'un estil que no és el propi.

Els polítics són els més difícils? Perquè són hàbils esquivant preguntes?

Esquivant-les o no contestant-les directament... Intento no tenir gaires prejudicis sobre la persona que haig d'entrevistar, tant si és un polític com si no, perquè em sembla que és una manera, encara que sigui inconscient, de limitar el recorregut de la conversa. Si l'entrevistat ja sap què vol que li diguin, i l'entrevistador ja sap què vol dir, doncs... home, potser obtindrà algun titular, però com a exercici periodístic de conversa potser haurà estat poc enriquidor.

A *Els matins* hi haurà algun canvi?

En principi, no. La temporada està en marxa i és un programa que funciona. Tant l'entrevista com la tertúlia són gènere nous per a mi. No em són estranys, perquè poc o molt n'he fet, però no amb la responsabilitat diària.

Considera que té un perfil polivalent?

No sabia què dir-te, però el cert és que, si miro pel retrovisor del meu recorregut a TV3, sí que és veritat que he passat per uns quants llocs. Són diferents, sí, però la informació i l'actualitat són el denominador comú. Sóc molt afortunada per haver pogut canviar de registre. De tot se n'aprèn.

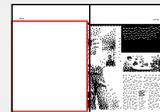
Estava preparant *Collita pròpia*.

El que hem fet amb *Collita pròpia* és accelerar la meva participació per poder incorporar-me a *Els matins*. L'equip hi continuarà treballant fins a la primavera, que és quan previsiblement s'estrenarà, amb el Francesc Mauri, que és l'altre presentador. I, efectivament, en relació amb la polivalència, és un registre molt diferent i en el qual m'he sentit també molt còmoda. ■

BIOGRAFIA

Inicis. Lidia Heredia (Badalona, 1971) ha treballat a Ràdio Ciutat de Badalona, Ràdio Barcelona i Onda Rambla, Canal+ i Tele 5.

TV3. L'any 2000 va fitxar per TV3, on ha estat reportera d'*En directe* i presentadora del 3/24, el *Telenotícies vespre* i *Els matins* (2007-2010). El 2008 va presentar *La Marató* i la nit electoral del 2012



TESTIMONI DIRECTE

EL DIA EN QUÈ TV-3 ES VA CONVERTIR EN LA TEVA

PER **ENRIC CALPENA**

Érem espantosament joves, sens dubte. Els més madurs de tots arribaven just als 40 anys i n'hi havia molt pocs d'aquests. La majoria estàvem per sota dels 30 i la nostra experiència professional no era, en cap cas, gaire llarga. Però el 16 de gener de 1984 això, els ho ben asseguro, no ens pesava en absolut. Estàvem del tot convençuts d'estar immersos en un moment meravellós i que tots els que allà treballàvem, ho faríem millor que ningú.

La primera emissió regular de TV-3 i del producte estrella de la casa, els *Telenotícies*, anava a arrencar aquell dia públicament, però tots els que hi participàvem ja feia temps que, com si fos una obra de teatre, assajàvem i assajàvem. ¡Assajar un *Telenotícies*!, la veritat és que ho escric i sona francament estrany, però era així. Encara que costí d'imaginar, un artefacte tan complex com un informatiu no es pot fer en un sol dia. Gran part de les informacions podien estar precuinades, a l'espera de donar-les-hi el toc final d'actualitat. Això és el que es va fer en aquell primer TN, bona part de les informacions les teníem mig fetes per tal de no fallar. No haver sortit amb un informatiu complet, ben fet i amb aspecte professional hauria representat fer un ridícul espantós que no volíem passar de cap manera.

PERÒ MALGRAT TANTA PREPARACIÓ, tot estava una mica fet amb una sabata i una espardeña. La nostra redacció era una planta d'un edifici de la Diagonal, cantonada Numància. El plató era un local de la planta baixa de l'edifici, on ara hi ha un restaurant. Inicialment, ni tan sols hi havia un control de realització amb aquest nom. L'única unitat mòbil de TV-3 estava aparcada al costat de l'edifici, a tocar de la discoteca Up & Down, i des d'allà es realitzava tot. Els *Telenotícies* tenien un minúscul control propi a les golfes del restaurant, vull dir el plató, i poca cosa més.

Els que vam fer aquell primer *Telenotícies* teníem, en general, molt poca experiència. Uns quants venien del món del cinema i de la ficció feta per a Televisió Espanyola, com Jaume Santacana o Lluís Maria Güell. Uns altres tenien una certa trajectòria en alguns diaris, com era el meu cas o el de Josep Maria Ureta, Enric Canals, Pepe Sanz, Josep

Maria Ràfols, Vicenç Villatoro, Tatxo Benet, Jaume Vilalta o Pau Camps. Altres havien treballat en l'incipient món de l'audiovisual, com Carles Gené, Joan Ubeda o Lluís Diumaró, mentre que Maria Gorgues venia de la ràdio. Però el gruix de productors, de reporters o de redactors tenien experiències professionals de tota mena, ben allunyades del periodisme o de l'audiovisual. Jaume Roures, productor, havia treballat en una editorial; Pau Pons, Gerard Romy o Marià de Delàs havien estat companys de lluita de Roures i, com ell, tenien un gran sentit de l'ordre i del treball en equip. Jaume Barberà era mestre, Mònica Huguet i Àngels Barceló acabaven de sortir de la facultat... Sincerament, no m'estranya que des de fora es dubtés que tota aquella colla de gent tan heterogènia, tan jove, tan moderna, fos capaç de tirar endavant aquella empresa.

EL 16 DE GENER DE FA 30 ANYS tots vam arribar a la feina molt aviat. De fet, gairebé no havíem sortit d'aquell edifici des de feia setmanes. Recordo que, a casa, els meus pares -jo tenia 23 anys- em van ajudar a triar la roba que duria. El vestit, com el de tots els presentadors, no ens el pagava ningú i nosaltres mateixos feiem d'estilistes, amb resultats de vegades un pèl heterodoxos.

A la redacció hi havia una certa eufòria continguda. Tots teníem ganes de començar. L'únic que estava una mica neguitós i ho demostrava era l'home amb més experiència televisiva de tots, el meteoròleg Antoni Castejón, probablement perquè era el més conscient de tot el que no estava encara ben lligat per a l'emissió en directe. Castejón, a més, patia perquè s'havia d'enfrontar a un monstre tecnològic acabat d'arribar, el croma. Aquell dia donaria la informació meteorològica per primera vegada a l'Estat sense tenir el mapa físic davant dels nassos. Castejón era un tros de pa, un home divertit i intel·ligent, profundament empàtic, però aquell dia va estar més capficat que mai fins que va acabar el *Telenotícies*.

El plató, per primer cop des que havíem començat els assajos, es va tancar i dins només ens vam quedar, pocs minuts abans de dos quarts de nou, tots aquells que érem del tot imprescindibles. L'Eduard Berraondo i la Maria Gorgues, serens com sempre, i en Castejón i jo, més extravertits i xerraires. Si no recordo ma-

ELS QUE VAM PARTICIPAR EN AQUELL PRIMER 'TN' FEIA TEMPS QUE, COM SI FOS UNA OBRA DE TEATRE, ASSAJÀVEM. NO VOLÍEM FER EL RIDÍCUL DE CAP MANERA





PEPE BAEZA

TÁNDEM INAUGURAL Enric Calpena i Maria Gorgues, abans de l'emissió del 'Telenotícies', l'informatiu estrella de TV-3, el 1984.

Dijous que ve es compleixen 30 anys de la primera jornada d'emissió regular de TV-3. Aquell dia la cadena autonòmica va arrencar a les vuit del vespre amb els dibuixos animats 'Pac-Man' i va acabar quatre hores després amb la pel·lícula 'Miquel Strogoff'. Entre tots dos, es va estrenar el producte estrella de la casa, el llavors ultramodern 'Telenotícies'. El primer copresentador -formava tàndem amb Maria Gorgues- escriu aquí el seu record del debut.



A PUNT Eduard Berraondo, Gorgues i Calpena, al plató de l'edifici de la Diagonal.

lament, aquell dia va ser en Jaume Santacana, que després arribaria a ser cap de programes de TV-3, qui va fer de regidor, encara que era una feina en què al principi s'alternava amb en Jaume Roures.

Tot va sortir bé. Tant, que fins i tot en acabat recordo una sensació d'un cert anticlímax. ¿Ja estava? ¿Tanta feina, tants nervis i en mitja hora sense cap error tot s'havia acabat? ¡Ni de molt! Aquell només era el primer dia i el primer *Telenotícies* d'una sèrie que dijous vinent, si no hi ha vaga pel mig, farà 30 anys.

Aquella nit vam anar a sopar a un bar, una mena de taverna del barri de les Corts, el Ciurana. Molts dels qui vam estar en aquell sopar, per desgràcia, ja no estan amb nosaltres: Castejón, Diumaró, l'Albert Viladot, la Sara Creus, en Joan Fornell i alguns més. Tots massa joves. Però aquella nit portàvem massa alegria al cos per estar gens ni mica preocupats pel futur.

Els *Telenotícies* van causar impacte. Vistos amb ulls del 2014, sembla estrany que tothom coincidís que la imatge que projectàvem era tan moderna, que mai s'havien vist uns informatius com aquells. Ara se'ls veu antiquats, però hem de pensar d'on veníem, d'una televisió única molt encarcarada, que s'havia quedat ennere de les noves tendències en els informatius televisius. Els *TN* seguien, més malament que bé, tot s'ha de dir, la manera de fer dels informatius que es feien en aquells mo-

ments a mig món, especialment als Estats Units i a França: dos presentadors generals en lloc d'un; un presentador específic d'esports; una meteorologia on primés l'espectacle; l'ús continuat de la infografia; vídeos més curts; sumaris i resums... Tot això que ara trobem tan normal, en aquell moment va ser revolucionari per als espectadors catalans.

DEFET, AQUELL GÈNER MOLT POC eren científics -jo no, sens dubte- de la importància que tenia aquella televisió que acabàvem d'engegar. En poques setmanes els equips de reporters de TV-3 descobriren amb sorpresa que quan arribaven a qualsevol lloc eren rebuts per l'alcalde i tractats a cos de rei, i els presentadors, que començàvem a ser cares conegudes. I també que l'entusiasme popular no estava necessàriament acompanyat per les crítiques publicades. Així doncs, la gent d'aquella primera TV-3 ens vam trobar per primer cop amb un fet que ha estat constant en la història de la cadena: una gran acceptació de l'audiència, al mateix temps que unes acusacions que crec que eren i són sovint infundades, de manipulació i partidisme.

Per a tots els que vam viure aquella estrena, el 16 de gener de 1984 ha quedat com un dels moments més lluminosos de la nostra vida. I això, sincerament, sempre ho agrairé a tots amb els qui ho vaig compartir. ■

L'ÚNIC QUE ESTAVA UNA MICA NEGUITÓS ERA EL METEORÒLEG ANTONI CASTEJÓN, QUE S'HAVIA DENFRONTAR PER PRIMER COP A UN MONSTRE TECNOLÒGIC: EL CROMA



WILLIAM ECCLESHARE

Consejero delegado de Clear Channel

“La situación en España no va a empeorar”

GERARD MARTÍNEZ

Clear Channel es un gigante de la publicidad exterior. Esta compañía estadounidense tiene un valor en Bolsa de más de 2.600 millones de euros y en el ejercicio 2012 su facturación superó los 2.100 millones. Se nota que su consejero delegado William Eccleshare (1955) lleva años trabajando en la publicidad. Escucha atentamente sin apartar la mirada del entrevistador, calla unos segundos y contesta de forma clara y concisa, lanzando fórmulas certeras.

Pregunta. Usted estudió historia en Cambridge, ¿cómo acabó trabajando en la publicidad?

Respuesta. Estudié historia porque era algo que me interesaba, pero no me planteaba trabajar en ello ni convertirme en profesor. Cuando acabé la universidad con 22 años, asistí a una presentación de una agencia de publicidad y pensé que sería interesante trabajar en este sector. Hice una entrevista y me dieron un empleo. La empresa era [la estadounidense] J. Walter Thompson y estuve allí 17 años.

P. ¿Qué es la publicidad para usted?

R. Me encanta la mezcla de creatividad y negocios que permite esta profesión. Hay que usar la creatividad para conectar un negocio con los consumidores. Hace cuatro años, me contrató Clear Channel y traje conmigo esa forma de entender la publicidad y una voluntad de que la empresa estuviera mucho más enfocada a los consumidores y a los anunciantes.

P. ¿Cuáles son los mayores cambios a los que se ha enfrentado en este negocio?

R. Creo que el mayor cambio ha sido el aumento del número de medios con los que se puede trabajar. Cuando empecé, los soportes publicitarios eran la televisión, las revistas o los carteles. Ahora, con la revolución digital, las marcas disponen de más canales para entrar en contacto con los consumidores, y creo que eso ha cambiado su forma de pensar en la publicidad. Junto a esto, supongo que el mayor cambio ha sido la fragmentación de los medios, sobre todo, en la televisión. Ahora hay una multitud de canales y una mayor tendencia a zapear; los telespectadores prestan mucha menos atención a los anuncios, y a menudo tienen algún dispositivo móvil en la mano mientras ven la televisión.

P. ¿Cuál es la mayor virtud de la publicidad exterior?

R. Somos el último medio de

comunicación de masas porque uno no puede pulsar el botón de avance rápido con un cartel o saltárselo. Además, cada vez más gente pasa más tiempo fuera de casa, así que estamos donde están las audiencias.

P. ¿Qué aporta la publicidad exterior que no tengan soportes para anuncios?

R. Creo que nuestra mayor ventaja es la capacidad de llegar a una amplia audiencia en un mismo instante. Varios estudios realizados en agencias de publicidad dicen que se establece una mayor confianza entre el consumidor y la marca cuando esta recurre a los carteles y se anuncia en espacios públicos. El hecho de saber que uno está viendo algo en compañía de otras personas produce un mayor impacto. Es un poco como la diferencia entre ver un DVD solo en casa o ver la misma película en el cine. La experiencia compartida ayuda a crear la conexión emocional que convierte algo en marca. Una marca es eso, en definitiva: la relación emocional que un consumidor establece con un producto. Las empresas acuden a Internet porque es un medio donde es muy fácil determinar grupos de consumidores concretos, con mucha precisión. Pero Internet no permite esa conexión con la gente. Hay un hecho interesante; las compañías tecnológicas como Apple utilizan la publicidad exterior para sus campañas, en vez de anunciarse en Internet.

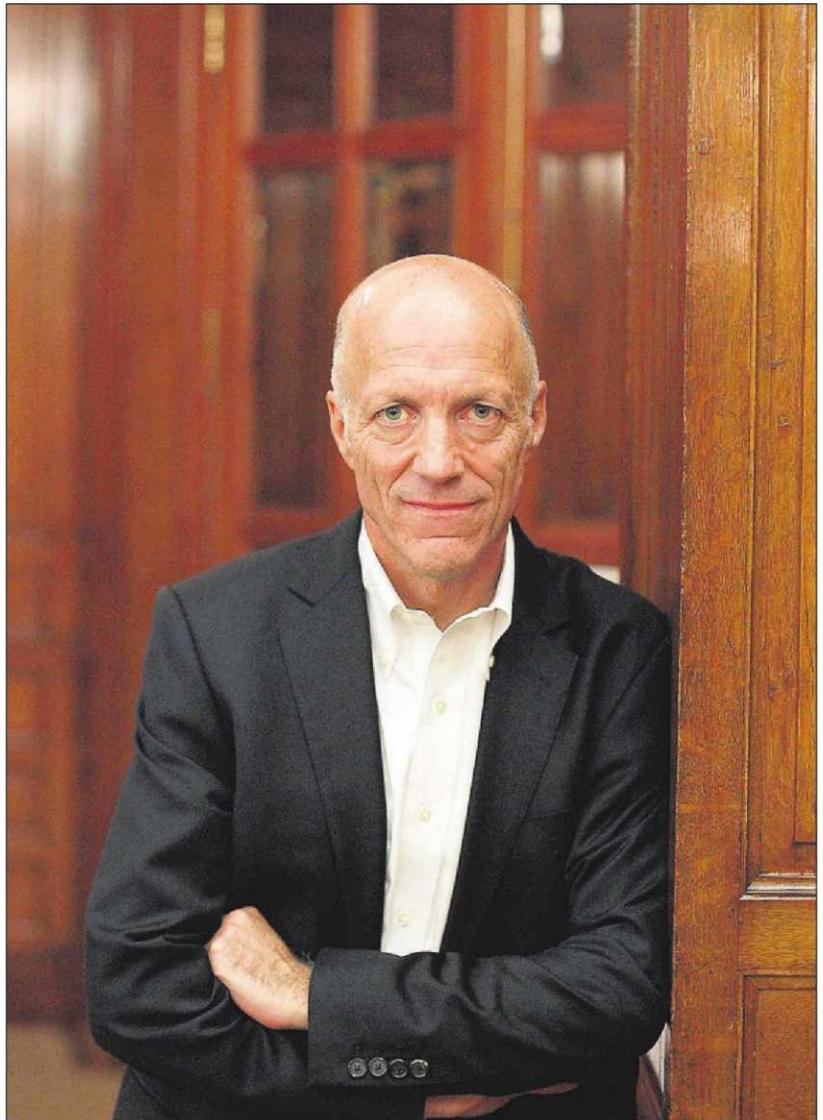
P. ¿Cómo ha atravesado la crisis su negocio?

R. La publicidad exterior ha ga-

“Los telespectadores cada vez prestan menos atención a los anuncios”

“Algunos siguen viendo las vallas como soportes poco sofisticados”

nado cuota de mercado respecto al conjunto de la publicidad en todo el mundo; pero ha sido difícil como para cualquier actividad en el entorno actual. Hemos hecho todas las cosas que un buen negocio hace en tiempos difíciles: controlar los costes y hacer un esfuerzo por seguir creciendo. El punto clave de nuestra estrategia ha sido seguir invirtiendo en los mer-



William Eccleshare, consejero delegado del gigante de la publicidad exterior Clear Channel. / LUIS SEVILLANO

cados emergentes: China y América Latina, sobre todo, en Brasil y Chile. Y seguir invirtiendo en soluciones digitales, que se van a convertir en una parte cada vez mayor de nuestro negocio. Desde hace tres años, hemos doblado nuestros ingresos en este segmento en cada ejercicio.

P. ¿Y cuál es la situación en España?

R. España ha sido claramente uno de los mercados más difíciles en la eurozona. Creo que lo que hay que hacer en estos casos es seguir invirtiendo. Uno no puede decir: “Esto es duro, vamos a abandonar”. Hemos contratado a gente muy talentosa porque entendemos que esto no va a durar siempre. Hay que pensar en el largo plazo. Empezamos a ver señales positivas y, aunque es pronto para pensar en conseguir un gran crecimiento, creemos que la situación ya no va a empeorar. Somos optimistas respecto a las inversiones que hemos hecho aquí, sobre todo, en soluciones digitales. España ha sido uno de los destinos pioneros en el uso de grandes carteles digitales en Europa.

P. Hace cuatro años, dijo en una entrevista para el *Financial Times* que existían “prejuicios instintivos” hacia la publi-

dad exterior. ¿Sigue siendo cierto?

R. Sí, pese a todo lo que tratamos de hacer, algunos nos siguen viendo como poco sofisticados, poco innovadores y como algo de lo que se puede prescindir. Si un responsable de marketing dice “vamos a hacer una campaña de tele-

“Quien mantuvo la inversión en publicidad está ahora mejor situado”

“Con la tecnología seremos también un medio para hacer transacciones”

visión”, sus jefes dirán “muy bien, buena idea”; si dice “vamos a poner nuestra marca en carteles”, le preguntarán, “¿en serio?”. Pero tenemos que seguir luchando contra esos prejuicios. Creo que lo digital tiene un papel que desempeñar en este aspecto. Hay marcas de moda como Burberry que nos han elegido para mostrar su oferta por la calidad de imagen

de nuestras grandes pantallas.

P. ¿Cómo se consigue que las empresas, que tienden a reducir sus costes durante la crisis, inviertan en publicidad?

R. Siempre es complicado, pero las marcas que han seguido invirtiendo durante la recesión son las que están mejor situadas ahora para aprovechar la mejora. Esto es así porque consiguen mantener la confianza y la relación con sus consumidores. Aun así, si tú eres una empresa que sufre grandes presiones para reducir costes, lo más sencillo siempre será recortar en los gastos de publicidad y marketing. Es algo que puedes hacer sin provocar daños inmediatos como el cierre de fábricas, los despidos, etcétera. Así que tenemos que luchar por convencer a las empresas de que la publicidad es primordial.

P. ¿El futuro de su negocio?

R. La tecnología lo está cambiando. El hecho de poder pagar con un móvil es algo que va a cambiarlo todo. Uno podrá estar en una parada de autobús, ver un anuncio en la marquesina, sacar el móvil, apuntar a la pantalla y comprarlo directamente. Ya no solo seremos un soporte para anunciarse, sino también un medio para realizar una transacción. ■



ENTREVISTA

“Els mitjans de l'Església han de ser respectuosos amb Catalunya”

José María Gil Tamayo, secretari general i portaveu de la Conferència Episcopal Espanyola

MARÍA-PAZ LÓPEZ
Madrid

A l seu despatx de la Conferència Episcopal, José María Gil Tamayo té emmarcada una foto seva al costat dels també sacerdots Federico Lombardi i Thomas Rosica, feta a la Capella Sixtina just abans que comencés el conclave que el març passat va elegir el papa Francesc. Gil Tamayo va ser aquells dies la veu en espanyol de les rodes de premsa vaticanes, amb Lombardi -director de l'Oficina de Premsa de la Santa Seu- com a encarregat de l'italià i Rosica, de l'anglès i del francès. L'ara secretari general i portaveu de la Conferència Episcopal Espanyola (CEE) riu en recordar que els anomenaven “la Trinitat”. El perfil de comunicador de Gil Tamayo, de 56 anys, ha estat decisiu en la seva elecció per al càrrec dels bisbes el novembre passat.

Se sent vostè el primer signe visible d'un canvi de cicle a l'Església catòlica a Espanya?

L'Església catòlica no es mou per alternatives, encara que estigui prevista la renovació de la cúpula de la Conferència Episcopal a l'assemblea plenària de març. Però el mateix papa Francesc ha dit que la seva exhortació apostòlica *Evangelii gaudium* té caràcter programàtic, i lògicament els bisbes espanyols tocaran aquesta partitura. Jo he arribat per coincidència diguem-ne temporal, però la meua feina és ajudar els bisbes en aquest pla. No em considero una alternativa a res; jo sóc un servidor, que ve a complir un encàrrec dels bisbes.

Què espera el papa Francesc d'Espanya, què planeja?

Jo no he parlat amb el Papa directament d'això. A la visita *ad limina* dels bisbes, de finals de febrer a començaments de març, el Papa els transmetrà quins són els accents que vol per a l'Església a Espanya. Però el fons ens el dona ja l'*Evangelii gaudium*. Hem de ser cada cop més testimoni creïble de l'Evangeli de Jesús en el nostre temps, posant en primer pla els pobres i les *periferies*, des de la pobresa material, que hi ha tanta gent a Espanya que la pateix, des dels aturats als ancians o els joves. El missatge de l'Església ha de ser d'ànim, positiu, de donar esperança.

Sobre la situació política a Catalunya, vostè ha recordat un text de la Conferència Episcopal del 2002 que diu: “Posar en perill la convivència dels espanyols, negant unilateralment la sobirania d'Espanya, sense valorar les greus conseqüències

que aquesta negociació podria portar, no seria prudent ni moralment acceptable”.

Vaig parlar com a portaveu dels bisbes espanyols, que van dir això en un document de l'assemblea plenària de novembre del 2002. És una citació textual; José María Gil Tamayo no ha posat una paraula de més. En segon lloc, els bisbes de Catalunya tenen la paraula. Són pastors directes i immediats del ramat que els ha estat confiat, i són excel·lents pastors; jo tinc amistat amb la ma-

NOVA LLEI D'EDUCACIÓ

“Estem satisfets amb la Lomce sobre la classe de religió, però queden serrells”

QÜESTIÓ CATALANA

“Els bisbes de Catalunya tenen la paraula; són pastors directes i immediats”

LLEI DE L'AVORTAMENT

“Sobre l'avortament, l'Església catòlica té coses a dir, com a actor social que és”

joria d'ells, i el record grat d'un gran català com va ser el bisbe Carrera. Però jo no puc ni he de dir una altra cosa que el que els bisbes de la CEE han assenyalat en documents públics.

Aquest recordatori ha generat malestar en una part de l'Església catòlica a Catalunya.

Jo voldria insistir que hi ha altres fragments. Després del document a què vostè es refereix, n'hi

va haver un altre de la plenària de novembre del 2006. I el més recent és la declaració *Davant la crisi, solidaritat* de la Comissió Permanent de la CEE, l'octubre del 2012, que remet als anteriors. En aquesta declaració es diu, i és important destacar-ho: “Propostes polítiques unilaterals a la desintegració unilateral d'aquesta unitat ens causen una gran inquietud. Al contrari, exhortem encardiment al diàleg entre tots els interlocutors polítics i socials. S'ha de preservar el bé de la unitat, alhora que el de la rica diversitat dels pobles d'Espanya”. Aquesta declaració del 2012 remet al document del 2006 dient: “En aquesta qüestió, la veu de l'Església es limita a recomanar a tothom que pensin i actuïn amb la màxima responsabilitat i rectitud, respectant la veritat dels fets i de la història, considerant els béns de la unitat i de la convivència de segles i guiant-se per criteris de solidaritat i de respecte envers el bé dels altres”. I diu també: “Les propostes nacionalistes han de ser justificades amb referència al bé comú de tota la població directament o indirectament afectada”. Jo crec que tot això és una crida al diàleg.

Alguns ordes religiosos i algunes entitats catòliques de Catalunya argumenten que l'anomenat dret a decidir encaixa amb la doctrina social de l'Església. Com s'orienta el catòlic català?

El meu paper és de portaveu de la CEE i, com que no ha hagut un pronunciament sobre això en aquests moments, em correspon remetre'm als documents dels bisbes espanyols. Insisteixo també que hi ha una veu de l'Església pròpia i immediata, que és la dels bisbes de Catalunya. Aquestes referències són el marc per a la reflexió dels cristians.

Els bisbes de Catalunya s'han



Gil Tamayo, aquesta setmana a la seu de la Conferència Episcopal

queixat del to agressiu d'alguns programes de la televisió episcopal, 13 TV, quan abordem la qüestió catalana. Hi haurà correccions?

Als estatuts de la Cope, referència traslladable a 13 TV, queda clar que l'Església posa mitjans per evangelitzar. Però utilitza mitjans humans, que poden contenir la càrrega de defectes que comporta l'humà. És a dir, podem equivocar-nos. Hem de jugar el principi editorial d'evangelització, d'acord amb la moral cristiana, amb la llibertat d'expressió. I unes indicacions d'uns bisbes, per a nosaltres tenen una consideració de primer grau en importància, i són tingudes en compte. Es treballa en aquesta claredat. Per això el 3 de desembre es va crear una comissió de continguts, el responsable de la qual és Isidro Catela, perquè 13 TV sigui element d'unió i cohe-

sió. Si hi ha defectes o errors, els corregirem. I repeteixo: si aquestes indicacions vénen d'uns bisbes, seran ateses amb urgència.

Vostè defensa per a l'Església “transparència contra els tòpics”, i no ser “profetes de calamitats”. Fins ara l'Església espanyola ha estat poc transparent en l'informatiu i molt malastruga en la profecia?

Dir que no hem de ser profetes de calamitats no significa reconèixer que fins ara s'hagi fet això. Es tracta més aviat del to que cal tenir, de positivitat, d'alegria. Però no és una alegria d'hostessa de congressos o d'anunci de dentifrici; és la que neix de la convicció, la coherència i, sobretot, de l'Evangeli. I això no vol dir la renúncia al sentit profètic o al sentit crític, ni a la denúncia del pecat, sigui el de les persones, el de les estructures, el de la maldat moral o la injustícia. Algú ha pogut presentar-nos davant l'opinió pública com si fóssim uns *cutas*. Vejam, no, l'Església té el rostre amable de Déu, el de tanta gent bona de les parroquies, de l'acció missionera, no d'una Església de pàgines de successos, que és d'un minoritari que no es pot elevar a categoria.

Amb la Lomce, la classe de religió guanya pes a l'escola pública en primària i secundària, la qual cosa aixeca crítiques dels que reclamen escola laica i l'amenten la fi de l'assignatura Educació per a la Ciutadania. Respecte a l'educació, la Constitució espanyola consagra el dret de tots els pares a educar els seus fills segons les seves conviccions. I hi ha també a la Constitució, que és aconfessional, una consideració del fet religiós com a posi-

PERFIL

Sacerdot i periodista, fill d'emigrant

■ José María Gil Tamayo va néixer el 1957 a la localitat extremeña de Zalamea de la Serena (“la de l'alcalde de l'obra de Calderón de la Barca”, puntualitza) i va poder estudiar gràcies a les anomenades beques d'emigració, ja que el seu pare va emigrar a Alemanya. D'aquesta experiència familiar li ha quedat gran sensibilitat cap als immigrants. Formà part d'una de les primeres promocions de clergues que van fer

la mili (“vaig ser capellà de bateries de costa a Tarifa”), i després va ser mossèn d'un poble extremeño. Allà va començar a fer ràdio, i el seu bisbe, Antonio Montero, el va enviar a estudiar periodisme a la Universitat de Navarra. Diu que li apassiona el periodisme i la història contemporània, i li fa mal “el drama dels joves que surten de les facultats amb seus infims a les empreses informatives”. Ha treballat en

programes religiosos de ràdio i televisió, i va estar trefze anys a la comissió de Mitjans de la Conferència Episcopal Espanyola. Abans de ser elegit secretari general dels bisbes espanyols per al quinquenni 2013-2018, va participar en el dispositiu informatiu vaticà del conclave l'any passat. Mira amb atenció cap a Llatinoamèrica, i no oblidia “l'alba ensançonada de monsenyor Romero” que va veure a El Salvador al lloc on el van assassi-



DANI DUCH

“El Papa vol una Església creïble també a Espanya”

tiu, com ja deien Tocqueville i altres pensadors polítics de la democràcia. Amb aquestes claus cal interpretar el dret a la classe de religió. Amb la Lomce es compleixen formalment els acords sobre ensenyament entre l'Estat espanyol i la Santa Seu, que tenen rang de tractat internacional, possibilitant el dret dels pares —que marca la Constitució— a educar els seus fills segons les seves conviccions. Estem més satisfets que abans, però falta l'encaix de l'ensenyament religiós en educació infantil i batxillerat.

Però hi ha ciutadans que el veuen regressiu. Temen els bisbes que s'enverinïn postures? Discrepo del terme regressiu. Això de vegades es converteix en material d'oposició política, quan el que l'Església catòlica planteja és que es compleixin els pactes, com ha de ser. Però més enllà de la cosa pactada, és tracta que es possibiliti en la nostra democràcia l'exercici ple dels drets de les persones, per a un catòlic, per a un protestant, per a un musulmà, per a un jueu. L'ensenyament religiós no és una qüestió només catòlica; la llei Wert parla de les altres confessions religioses amb què l'Estat té acords, i que tenen en això les mateixes possibilitats que la catòlica.

També l'avantprojecte de llei de l'avortament fa que una part de la societat vegi la mà de l'Església en polítiques del PP. No els amoïna aparèixer com una 'Església de partit'?

L'Església no és un contrincant polític. La vida democràtica és més viva, més rica, que la vida política. Si es constreny la vida pública a la vida política, qualsevol intervenció d'agents o d'organitzacions que no siguin polítiques és considerat una intromissió. L'Església no es fica en política, però és un actor social i té una paraula a dir, perquè almenys el 70% de la ciutadania d'aquest país és catòlica. I si volem rebaixar la xifra als que van a missa els diumenges són entorn de vuit o nou milions de persones. Per tant, l'Església com a actor social té coses a dir en qüestions públiques que afecten la vida dels ciutadans.

Vostè, fill d'emigrant a Alemanya, ha criticat les fulles a les tanques de Melilla.

Tinc una vivència personal; sóc de terra d'emigrants. El meu poble, Zalamea de la Serena, és un dels que més gent va enviar a Amèrica. El meu avi es va quedar, però el meu pare i els meus oncles van emigrar a Alemanya als anys seixanta. I també es va

donar l'emigració a Catalunya des de la resta d'Espanya. El meu pare va treballar primer a Barcelona, a la Seat, i jo tinc cosins a Sant Boi. El meu pare va morir als 49 anys durant unes vacances, i es va ocupar de tot la Missió Catòlica Espanyola a Alemanya. L'Església ha acompanyat els emigrants.

La posició de l'Església sobre immigració acaba per ser incòmoda per a tots els governs.

El Papa és fill d'emigrants, i durant la seva visita a Lampedusa va defensar el dret a la mobilitat i a la recerca de millors condicions de vida. Es tracta de donar resposta a la gran pregunta bíblica: on és el teu germà? Incomodi a qui incomodi, l'Església recorda a qui governa que la immigració és un bé social. Però cal regular-la. Perquè si no hi ha regulació, hi intervenen altres que s'aprofiten dels pobres i es dona un veritable tràfic humà. Però la immigració és un element de construcció social i de renovació de la capa social del país. En el nostre cas, si aquesta immigració ve de Llatinoamèrica, encara millor, ja que hi ha una naturalitat cultural, lingüística i religiosa. Com posar fronteres al món global? Les fronteres han quedat superades.●



Periodistas en las redes sociales

DEFENSOR DEL LECTOR. Ningún código de conducta, por más prolijo que sea, anticipa y resuelve todos los conflictos que pueden surgir con las intervenciones de redactores en los foros

**TOMÀS
DELCLÓS**



Las redes sociales son un espacio de proyección del trabajo de los periodistas, fuente informativa y terreno para establecer una interlocución distinta con los lectores. Pero la intervención del periodista no puede tener la misma franqueza que en una taberna y hay un largo repertorio de episodios conflictivos en esta relación, necesaria, que se establece en las redes sociales. En noviembre de 2012, la dirección de *The New York Times* destinó un editor a tutelar preventivamente

los mensajes en las redes sociales de su responsable del despacho en Jerusalén después de que publicara comentarios o enlaces (a un diario libanés favorable a Hezbolá, por ejemplo) que fueron muy criticados por lectores que los consideraban una toma de partido. La defensora del lector del diario apoyó la medida del medio para asegurarse que las intervenciones en las redes sociales de su periodista fluyeran más suavemente. Se trataba, escribió, de aprovechar la promesa de compromiso de los medios de comunicación social con los lectores sin exponer *The Times* "a los pensamientos sin filtrar y sin editar de un reportero". Otros finales han sido más penosos. La CNN, por ejemplo, despidió a una redac-

tora, Octavia Nasr, en 2010 por un "controvertido" mensaje político en Twitter. Nasr comentó posteriormente que en las redes sociales no se trata de lo que dices y de lo que quieres decir, se trata de la percepción de lo que has dicho y de lo que quisiste decir. "¿Qué guía puede abordar eso?", se preguntaba.

En dos años, he recibido muy pocas quejas sobre el tono de alguna réplica de periodistas o colaboradores de este diario en las redes sociales. Quejas de envergadura dispar y nada comparable con el asedio injurioso que algunos foreros practican en sus comentarios sobre distintos redactores. La última llegó recientemente. Una periodista de este diario enlazó en su cuenta de Twitter una viñe-

ta de El Roto publicada por EL PAÍS. Mostraba una mujer embarazada que se hacía la siguiente reflexión: "¿Cómo es eso de que el embarazo es mío y el aborto de un psiquiatra, un cura, un juez?". Y un lector replicó que cómo era eso de que la pensión de manutención de los hijos es del padre y la decisión de abortar solo de la madre. Esta intervención motivó un segundo mensaje de la periodista que concluía con la frase: "¿En qué mundo vives?". Otros miembros de la red entraron en el debate, uno de ellos tratando al citado lector de "zopenco". Y este me remitió una carta, de quien mantengo el anonimato para no multiplicar el insulto, en la que manifiesta que es

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



Periodistas en las redes sociales

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

profesor universitario, "me presento con mi nombre, apellidos y fotografía, me he limitado a rebatir un argumento fundado en un conocimiento deficiente del Derecho de familia español" y considera una afrenta pública la expresión "en la que se me tutea y se me dice que no sé en qué mundo vivo, hecho con el salvoconducto de ser periodista de EL PAÍS" y jaleada, prosigue, por trolls, condición que algunos intervinientes en el foro achacan, a su vez, al lector. La periodista se inhibió en el cruce de mensajes posteriores y no publicó ninguna otra réplica. Los diálogos en la red social admiten un registro más cotidiano y de mayor emotividad, pero la interjección no es la respuesta apropiada. En todo caso, la periodista no fue la autora del insulto.

Pero al margen de episodios concretos, la cuestión de cuál ha de ser la conducta de un periodista en las redes sociales está abierta y no hay recetas únicas.

La empresa editora de este diario publicó, la versión definitiva data de 2012, un breve código en el que se enumeran principios generales aplicables a toda persona vinculada de una forma u otra a las empresas del grupo y en cualquier entorno digital, ya sean redes sociales o blogs personales o profesionales. En el mismo se tratan cuestiones como la asunción de los valores democráticos, confidencialidad sobre futuros productos u operaciones de la compañía, respeto a la legalidad, responsabilidad en el empleo de fuentes, evitar los rumores,

corregir los errores... y se añade un protocolo de respuesta en caso de crisis, entendida como daño a la empresa o a sus empleados. Sobre la cuestión de la relación con los lectores, el artículo 5 fija que "siempre debemos utilizar un lenguaje y tono correctos, siguiendo las normas básicas de educación socialmente establecidas" y termina con una apelación, en el artículo 10, al sentido común. Se trata de un código breve y genérico, muy distinto a los que se prodigan en el mundo anglosajón.

The Washington Post en su guía de conducta en redes sociales recuerda a sus periodistas que cuando intervienen en ellas siempre son periodistas del diario y les recomienda, antes de publicar un mensaje, preguntarse si su contenido suscitará las dudas del lector sobre su capacidad para hacer el trabajo de manera objetiva y profesional. "Si es así, no lo publiques", concluye. El texto incluye recomendaciones prácticas como la de contactar hasta 10 antes de responder a una crítica, no tomarla como algo personal y nunca replicar en nombre del diario.

En el código de la agencia AP figura una advertencia sobre activar un "me gusta" de la página de un político o hacerse seguidor de la web de determinadas organizaciones, porque ello puede crear la percepción "entre las personas no familiarizadas con el protocolo de redes sociales" de que aquel miembro de AP es un defensor de sus postulados. Es una prevención que figura en más de una guía de este tipo. Algunas, ante la necesidad informativa de seguir estas páginas, establecen que el periodista también figure como seguidor de sitios digitales que mantienen posiciones opuestas para que no se confunda el propósito

informativo de este seguimiento con nada que pueda acercarse a una adscripción ideológica.

El de la BBC, por ejemplo, establece que si a un corresponsal político le interesa por razones profesionales unirse a un grupo de Facebook del partido laborista también debe hacerlo con uno del conservador, uno de los liberales y uno de los nacionalistas. En el código de AP se llega a detallar que sus directivos "no deben emitir solicitudes de amistad a los subordinados. No pasa nada si los empleados quieren iniciar el proceso de amistad en línea con sus jefes". En la guía de la BBC, algunas normas son más restrictivas para los periodistas que trabajan en los contenidos editoriales, particularmente los políticos, que para el resto de personal. Es recurrente en varios supuestos el deber de consultar previamente a un superior.

Un aspecto que se reproduce también

La prudencia de los profesionales nunca será un error

en más de una guía es el de mantener el diálogo con los lectores, pero evitar, como describe el de AP, "entrar en prolongados intercambios de ida y vuelta con la gente enojada que se vuelve menos constructiva con cada nueva ronda". Los comentarios abusivos deben reportarse, prosigue, a la compañía que actuará para conseguir su borrado.

Reuters ha optado por unas recomendaciones más genéricas y breves. Tras advertir que se debe evitar, "a toda cos-

ta", la retórica incendiaria o el hablar por hablar, termina con un "tener cuidado" y antes de colgar un mensaje aconseja reflexionar sobre el impacto que pueda tener en "nuestra profesionalidad o reputación colectiva".

Ningún código, por más extenuante que sea su articulado, anticipará y resolverá todos los conflictos que pueden presentarse. Con todo, los principios generales que establecen los códigos éticos, aunque daten del periodo analógico, son aplicables igualmente. Los periodistas de un medio han de tener presente que, sea cual sea el tema que traten, se identifiquen o no como tales miembros de la Redacción, muchos de sus seguidores lo son por su condición profesional y la prudencia en las redes sociales nunca será un error, particularmente si se comentan temas que se siguen profesionalmente.

El juicio sobre una práctica profesional se establece analizando el tratamiento dado a una información, pero las intervenciones del periodista en las redes sociales pueden confundir este análisis o propiciar conclusiones erróneas. Una cosa es atender la crítica razonada, para rebatirla o asumirla, y otra responder a provocaciones que únicamente pueden alimentar una riña inútil y que seguramente está en la intención de quien la inicia. La paradoja reside, como escribió la defensora de *A Folha* en un polémico asunto, en que quien necesita y trabaja por la libertad de expresión debe limitar la propia para proteger su credibilidad y la del medio.

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



Vuits i nous

Periodistes

Manuel Cuyàs



Un migdia d'aquests tenia la ràdio posada i vaig sentir el periodista Joan Garcia que retransmetia una informació sobre trànsit ferroviari des de l'estació de Sants de Barcelona. Vaig deixar el que en aquell moment tenia entre mans, un fricandó que em sortia molt bé, i com que estava dret em vaig haver d'asseure. En Joan Garcia, que és de Badalona, que havia col·laborat en aquest diari i que és un amic atent i simpàtic, durant molts anys va ser el subdirector del programa matinal d'Antoni Bassas a Catalunya Ràdio.

Fixin-se que parlo del programa insígnia de l'emissora, el que més gent escolta i del qual depèn en bona part l'audiència de tot el dia. En ràdio, és ideal que un programa condueixi l'audiència

que acumula al programa que el segueix. La cadena no es pot trencar i l'objectiu és que els "radioescotes", que en deia en Salvador Escamilla, es mantinguin fidels al dial fins que se'n van a dormir. D'aquesta manera quan es lleven l'endemà troben l'emissora sintonitzada i la roda torna a començar. Què vull dir amb això? Vull dir que el programa matinal en qualsevol emissora és el de més compromís de tots i que en Joan Garcia va tenir durant molts anys un grandíssim paper en el de Catalunya Ràdio. Doncs bé, aquest mateix Joan Garcia és el que, havent perdut el càrrec que tenia un cop l'Antoni Bassas se'n va haver anat, l'altre migdia informava d'un fet en aparença tan banal com la circulació dels trens en una estació.

La grandesa del periodisme és o hauria de ser aquesta: un dia tens un nom a la porta d'un despatx i l'endemà ets a peu de carrer o a



ANTHONY GARNER

peu d'andana, que és d'on has sortit i que és on passen les coses i tu t'ho passes bé. Per això no entenc els periodistes que tenen per objectiu no haver-se de moure de les redaccions amb calefacció a l'hivern i aire a l'estiu. Per això, escoltant en Joan Garcia que entrevistava una passatgera com abans preparava una entrevista a un cap de govern em vaig emocionar i vaig haver de córrer a buscar una cadira mentre el fricandó feia xup-xup.

En Josep Cuní dirigeix i presenta l'informatiu *8 al dia* de 8TV. Els dies que no hi és, el jove Pol Marsà el

substitueix. Quan ocupa el lloc del cap, el mimetisme és extraordinari: en Marsà fa veu i posat de Cuní i dirigeix la tertúlia com si ho hagués fet tota la vida. Quan en Cuní torna, va a l'andana o al lloc on s'ha produït un crim. No tinguis pressa, Pol, dilata tant com puguis la presència a la intempèrie, que en Cuní ja sap el que es fa.



La Fiscalía toma la iniciativa para abortar la «guerra mediática»

PABLO MUÑOZ
MADRID

La nueva imputación de la Infanta ha provocado un giro de 180 grados en la estrategia de la Fiscalía, así como en la de defensa de Doña Cristina. Las dos partes están convencidas de que no hay pruebas para acusarla, pero también saben que había que tomar la iniciativa para, al menos, empezar a ganar la batalla de la opinión pública, uno de los tableros en el que se mueve el caso Nóos desde hace muchos meses. «Esto no tiene recorrido jurídico, se ha convertido en un asunto mediático y, sobre todo, de poder», dicen fuentes del caso.

Estrategia de la Fiscalía

El pasado miércoles, las reuniones y contactos al más alto nivel se sucedieron en el Ministerio Público. Desde hace tiempo, el análisis era que si Castro se empeñaba en volver a imputar a Doña Cristina lo mejor era no

recurrir esa decisión. Primero, porque había que salir al paso de la imagen falsa, cultivada con esmero por determinados medios y algunas de las partes personadas, de que la Fiscalía se había convertido en una especie de «abogado defensor» de la Infanta. Es cierto que se corría el riesgo de que se le acusase de falta de coherencia procesal, pero se valoró que desde hace un año su posición es diáfana, con escritos muy contundentes. Y en segundo lugar, el fiscal Anticorrupción Pedro Horrach tenía muy presente que había sido la Audiencia de Palma la que había animado al juez a abrir la nueva línea de investigación, por lo que un eventual recurso tenía pocas posibilidades de prosperar. Había una tercera cuestión, no menos importante: si la Sección Segunda respaldaba al instructor –al menos uno de los tres jueces de la Sala está a favor de la imputación– la postura de éste quedaba muy reforzada. Una vez más, el análisis de Horrach fue plenamente com-



partido por el fiscal general del Estado, Eduardo Torres-Dulce, y el fiscal jefe Anticorrupción, Antonio Salinas.

La defensa acepta el reto

Para que la estrategia de la Fiscalía fuese más eficaz era necesario que tampoco recurriera la defensa de la Infanta. Y ello porque, como se ha señalado, si lo hacía y la Audiencia de Palma no atendía sus criterios, esa imputación adquiriría de alguna forma más firmeza. El martes, cuando se conoció el auto de Castro, el penalista Jesús María Silva ya sugirió que Doña Cristina podría declarar «si eso realiza al juez». En un primer momento se tomó la frase como una ironía más o menos desafortunada, sobre todo porque el otro letrado de la hija menor de los Reyes, Miquel Roca, anunció la presentación de un recurso. Pero el estudio del auto de imputación, mucho mejor estructurado que el primero de Castro, y el análisis del conjunto de la situación, acabó por cambiar el criterio de la defensa. Los letrados están convencidos de que la declaración de la Infanta será relativamente sencilla, aunque tendrá que admitir alguna irregularidad como la contratación de personal de servicio a través de Aizoon, a los que además se paga-

ba en negro. Algo sin duda éticamente reprochable, pero que es una simple falta administrativa. Asimismo, saben que el delito fiscal no va a prosperar con el criterio en contra de la Agencia Tributaria -además, la técnica utilizada por Castro para esa imputación es muy pobre-, y en cuanto al blanqueo es muy complicado construir una acusación solvente. Había otra razones, no jurídicas sino de Estado, para no recurrir: la Casa Real necesita cerrar ya este triste capítulo y la opinión pública cree que si la justicia es igual para todos, como sostuvo el Rey, la Duquesa de Palma debe explicarse ante el juez.



MIQUEL ROCA

El futuro

Si no ocurre nada extraño, la declaración de la Infanta dará paso, en poco tiempo, a que Castro dicte el auto de conclusión del procedimiento abreviado. Es posible que entonces levante la imputación de delito fiscal -sabe que en ningún caso llegará a juicio al no acusar ni el fiscal ni la acusación particular, que ejerce la Abogacía del Estado-, y quizá mantenga el de blanqueo. Entonces sí recurrirían ante la Audiencia de Palma, que tendrá la última palabra, ya que en este caso solo con la acusación popular se puede llegar a juicio.





La tele segueix renyida amb internet

Tot i els intents de les tecnològiques, la pantalla de televisor es resisteix a l'empenta de la xarxa

TEXT JORDI SABATÉ

El de la televisió i internet semblava que havia de ser un matrimoni unit per la força de la lògica, però amb el pas dels anys -i per a sorpresa de tots- la relació entre aquests dos mitjans no ha anat més enllà de contactes esporàdics i de poc recorregut. La gran pantalla de la llar es resisteix a mostrar els continguts de la xarxa, per molt que la imatge d'una família navegant unida des del saló il·lustrat novel·les de ciència-ficció com *Fahrenheit 451*, *Els andròides somien xais elèctrics?* o *1984*.

No han estat pocs els intents de les grans empreses de l'era tecnològica de guanyar aquest camp en exclusiva per als seus productes i serveis, conscients que pot produir grans beneficis, però sempre hi ha hagut algun factor que ha fallat: en alguns casos ha estat el maquinari que havia de fer de pont entre els dos mons; en d'altres, el programari que l'acompanyava, o els continguts addicionals que havien de donar sentit al nou invent; i, gairebé sempre,

l'interès dels consumidors, als quals mai han convençut les propostes existents.

Els primers intents

Curiosament, els primers intents d'unir la televisió amb internet procedeixen d'iniciatives independents que van tenir un relatiu èxit entre el públic avançat de mitjans de la dècada passada. El 2005 va aparèixer MythTV als EUA, un aparell basat en programari lliure que es comprava per correu i que es connectava tant a l'ordinador com al televisor. Com que eren els temps daurats de les xarxes P2P, molts usuaris el van fer servir per descarregar pel·lícules i veure-les directament a la pantalla televisiva, però també per programar la gravació sense anuncis de sèries de televisió, gràcies al seu accés als servidors a la xarxa de les principals

cadena televisives. El problema de MythTV és que era complex d'instal·lar i depenia de les compatibilitats entre l'aparell i les targetes gràfiques dels ordinadors.

Inspirat en aquesta filosofia, però amb gran afany simplificador gràcies a la universalitat del sistema operatiu Windows, Microsoft va llançar al cap de poc el seu sistema Windows Media Center, que pretenia convertir l'ordinador en un gravador digital de programes, a més de facilitar l'ús de la pantalla del televisor com a pantalla principal de l'ordinador, ja fos per navegar, reproduir continguts multimèdia o jugar a videojocs.

El Media Center, que venia instal·lat als ordinadors per defecte, es basava en el Windows XP i s'acompanyava d'un comandament a distància per facilitar el maneig del televisor. Va ser un fracàs. En bona part perquè era difícil fer-ne usos polèmics, com veure continguts descarregats d'eMule, però també perquè Microsoft va apostar pel desenvolupament de la videoconsola Xbox 360 com a



La gran majoria d'usuaris d'una Smart TV mai l'han connectat a la xarxa ni saben com fer-ho. D'altres queden decebuts per l'escassetat de continguts digitals. DIDIER KOBI

principal aparell per connectar-se al televisor.

Apple TV i Google TV

Potser el primer intent seriós de fondre el món de la televisió amb el de la xarxa ha estat Apple TV, encara que, curiosament, de tots els projectes d'Apple, aquest és el que la companyia s'ha pres menys seriosament. La raó és que les vendes d'aquest petit dispositiu

que connecta televisors, si bé sempre han estat bones, mai han estat espectaculars des del seu llançament el 2007.

És possible que Apple cregui que el gran públic no ha arribat a la maduresa en aquest camp, ja que no dóna suport a Apple TV amb una bona oferta de continguts digitals. Tot i això, si s'utilitza un iPhone o un iPad com a comandament a

distància, l'aparell permet navegar plenament des del televisor i reproduir vídeos de manera espectacular.

Per la seva banda, Google també va provar en el seu moment l'assalt al televisor amb Google TV, un desenvolupament conjunt del cercador, Sony i Logitech que es va comercialitzar el 2010 als EUA i que va ser un fracàs absolut de públic i resul-

Una de les limitacions d'Apple TV és la falta d'una bona oferta de continguts



tats. Haurien de passar tres anys perquè Google tornés al menjador de casa. Ho va fer amb un aparell més humil: una mena d'Apple TV basada en Android anomenada Chromecast.

Males connexions

També els fabricants de televisors, davant les indecisions de les companyies informàtiques, han desenvolupat els seus propis projectes. El més notable ha estat sens dubte la tecnologia Smart TV, simbolitzada sobretot pels televisors de nova generació de la coreana

▶▶▶ Les vendes de LG han crescut notablement amb el llançament de la Smart TV

LG. Des de la seva aparició, el 2012, les vendes de pantalles de LG han crescut notablement gràcies al fet que incorporen aquesta tecnologia que els permet connectar-se directament a internet. Ara bé, segons estudis de diverses consultores, la gran majoria dels usuaris amb una Smart TV mai l'han connectat a la xarxa ni saben com fer-ho. I molts dels que ho han intentat han desistit perquè cal comprar un captador de xarxes wifi addicional o s'han vist decebuts pels pocs continguts digitals que ofereix la plataforma LG. ■



EL OYENTE

Lecciones de corresponsal

LUIS OZ

Guardo como tesoros las reflexiones de Steve Hurst en la CNN sobre su trabajo como corresponsal de la cadena en Rusia durante 14 años, emitidas el 3 de enero de 1994, y las de John Burns al final de sus años al frente de la corresponsalía del *New York Times* en Bagdad tras la invasión de 2003.

Una sensación parecida he sentido con las reflexiones de Daniel Utrilla tras sus 11 años de corresponsal de EL MUNDO en Moscú. Recupero algunas, salpicadas sin orden en las 500 páginas del libro que acaba de publicar: *A Moscú sin kaláshnikov*. Una crónica sentimental....

- Los periodistas occidentales siempre han mirado a Rusia desde el lado oscuro.

- El periodismo de guerra tiene más de testosterona que de estilo. En periodismo, la batalla se libra atrincherado entre líneas de renglones.

- La grabadora tergiversa y mata la espontaneidad de la declaración en el momento mismo de registrarla.

- Más que oficina, incluso más que casa-oficina, la sede de EL MUNDO en Moscú que me dejó Julio Fuentes era una oficina-casa.

- «¡Hechos!, ¡Escribe hechos!», me gritaba Julio Fuentes cada vez que en las crónicas me iba por las ramas.

- En 2000, la cobertura de una noticia de largo alcance, como el hundimiento del Kursk, todavía se hacía en compartimentos estancos... Hoy sería transmitida al segundo, en un mar de tuits, filtraciones, rumores...

- ¿Vida o periodismo?, el gran dilema ante el que esta profesión (sobre todo si eres jefe o corresponsal) te acaba colocando varios cientos de veces al año.

- Una solución a ese dilema: «Allá él». (Lean el libro para entenderlo).

- 2.425 textos publicados en 11 años: unos 220 por año.

- El periodista pincha con mirada de alcance corto, como el guardabosques que inserta hojas muertas a sus pies. El escritor observa la vida como un satélite espía, instalado en su órbita tranquila, incluso en medio de aterrizajes helicoidales.

- En 2000 internet no era el saco sin fondo que es hoy, no existía Wikipedia y obtener información fresca no era sencillo: había que estar abonado a una agencia o acudir a las ruedas de prensa. Yo la conseguía corrigiendo las traducciones al español de las noticias que necesitaba.

- «Eres el primer español de España que entra (a trabajar) aquí», me dijeron mi primer día en la agencia Itar-Tass. Y me sentí un poco como Gagarin, un pionero entrando en una nueva dimensión ignota.

- Mis 3 momentos más felices como corresponsal fueron mi primera crónica firmada desde Moscú -sobre un acto de campaña Putin-Luzhkov en 2000-, el día que me fichó EL MUNDO y el día que dejé el diario.

**PREMI LITERARI**

El periodista Xavi Ayén s'endú el Gaziol

El periodista i escriptor Xavi Ayén ha guanyat la 13a edició del Premi Gaziol de Biografies i Memòries amb *Los años del boom*. El llibre analitza l'eclosió de la literatura llatinoamericana durant la segona meitat del segle XX i la seva relació amb Barcelona, que va ser clau en aquell moment. El premi està dotat amb 10.000 euros.



PREMIS

Gabilondo guanya el Miguel Delibes de periodisme

El periodista Iñaki Gabilondo ha estat guardonat amb el Premio Nacional de Periodismo Miguel Delibes, dotat amb 6.000 euros, pel seu treball *La lengua que nos une*, emès a la Cadena SER el 27 d'octubre del 2013.

El jurat ha reconegut "l'exquisit ús del llenguatge i la defensa de l'idioma" feta per Gabilondo.



● **MIREIA ACOSTA** ha sido nombrada directora del área de ficción de la productora Magnolia TV España. Especializada en creación y coordinación de proyectos para televisión, ha sido directora de ficción de Videomedia y Sony Producciones España (Sony Pictures), además de directora general de contenidos de Veralia (Vocento).



● **LORENA VOCES** es la nueva directora de relaciones públicas de Ediciones Condé Nast (editor de revistas como *Vogue*, *Vanity Fair*, *Glamour*, *AD* o *GQ*). Esta licenciada en Periodismo, de 32 años, trabajaba hasta el momento en la agencia Avory International Celebrity Access.



BuzzFeed: cruspir-se internet amb virals

Amb 130 milions de visitants únics al mes, s'ha convertit en un portal tan imitat com criticat

Reportatge

SELENA SORO
BARCELONA

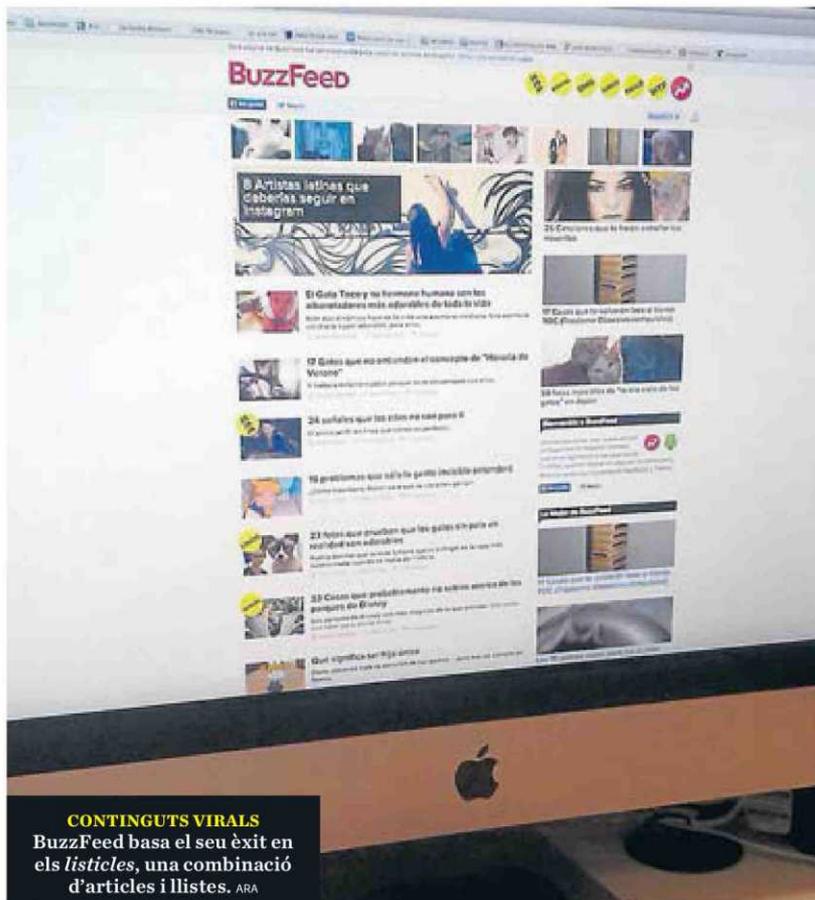
“**L**es 33 raons per les quals Miley Cyrus és el millor que li ha passat al 2013”, “41 gats que han tingut un any pitjor que el teu”, “29 intents de ser sexi completament fallits”, “43 coses que et faran sentir vell”. Són alguns dels *posts* que cada dia es publiquen a BuzzFeed, un portal amb 130 milions de visitants únics mensuals que ha trobat la clau del seu èxit en els virals humorístics i els anomenats *listicles* –una combinació de les paraules *list* (llista) i *article* (article)–, i que des de la seva fundació, el 2006, s'ha convertit en un mitjà tan criticat com imitat.

El seu creador, Jonah Peretti, de 39 anys i un dels fundadors de The Huffington Post, va començar a experimentar amb la viralitat quan encara estudiava al MIT i es movia en cercles d'activisme anticapitalista. Per a una de les seves accions, el 2001, va aprofitar que Nike permetia encarregar vambes amb missatges personalitzats i va demanar que li posessin la paraula *sweatshop* (taller clandestí). Nike s'hi va negar, i Peretti va compartir els correus electrònics que havia intercanviat amb la marca amb els seus amics. En pocs dies es van fer virals –en un moment en què encara no hi havia ni Facebook ni Twitter– i la història va acabar en publicacions com *Time*, *The Guardian* i *The Independent*.

Ara a tots els seus treballadors els dona una llista amb les regles d'or de la compartibilitat, amb consells com aquests: “No utilitzeu trucs, a la gent no li agrada sentir-se estúpida”, “No publiquem mai coses que la gent no compartiria per vergonya”, “Creeu contingut que generi emocions”.

Un mitjà no exempt de polèmica

Una de les principals crítiques –i ara l'atribuït més copiat– és que proporciona *fast food* informatiu a l'audiència, amb categories que es reduïen a expressions populars a internet com ara *LOL*, *Win*, *OMG*, *Fail* i *WTF*. Per exemple: “¿Un home mor ofegat pels seus calçotets?”, un *What The Fuck* rotund; “33 maneres elegants de menjar encara més Nutella”, sens dubte, *Oh My God*. A l'hora d'elaborar aquest tipus d'articles,



CONTINGUTS VIRALS
BuzzFeed basa el seu èxit en els *listicles*, una combinació d'articles i llistes. ARA

d'altra banda, s'ha acusat diverses vegades BuzzFeed de plagiar-los d'altres portals, com ara Reddit, sense citar-ne la font original.

Un altre dels arguments que esgrimeixen els detractors de BuzzFeed és la manera com integren la publicitat al seu portal: no hi ha bàners, només continguts patrocinats, que tenen la mateixa aparença que la resta d'articles produïts per BuzzFeed, amb la diferència que, quan és publicitat, en el lloc de l'autor hi diu el nom de la marca. També n'hi ha que, per contra, veuen aquest tipus d'anuncis com un aspecte positiu per al lector, ja que no se'l molesta amb bàners i finestres emergents, i es parla, en aquest cas, de *branded content* o publicitat nadiua.

Fitjar periodistes de Pulitzer

Des del 2011 BuzzFeed ha anat intentant incorporar el periodisme d'investigació al portal, costat per



Novetats
BuzzFeed ha fitjat Mark Schoofs, guanyador d'un premi Pulitzer

costat dels *listicles*, sota el paraigua *Big stories*. Per fer-ho, Jonah Peretti va fitjar fa tres anys com a redactor en cap Ben Smith, una de les principals firmes de Politico.com, un portal que segueix l'actualitat política de la Casa Blanca. A l'octubre va contractar també el periodista Mark Schoofs, guanyador d'un premi Pulitzer. Un altre dels fitxatges, Shani Hilton, abans a l'NBC a Washington i ara editor executiu adjunt a BuzzFeed, explicava a *Wired* que volien guanyar credibilitat periodística encara que impliqués sacrificar trànsit: “No passa res si una peça només arriba a 50.000 visites, mentre sigui prou bona per arribar a les 50.000 persones que *haurien* de veure-ho”.

Tot i el canvi de rumb, el trànsit de BuzzFeed no para de créixer, i Business Insider ja ha fixat el seu valor en 300 milions de dòlars, amb un potencial de fins a 2.000 milions. —

Mitjans digitals

Un model d'èxit amb molts imitadors a la xarxa

● Criebo

Sota el lema “Les notícies que voldràs compartir”, *La Vanguardia* digital va estrenar al novembre –en col·laboració amb Memondo– el portal *online* Criebo, que es presenta com una oferta de “peces per consumir ràpidament i articles creatius d'alta viralitat”. Entre els *listicles* hi ha “Les veritables històries darrere dels contes de Disney” i “Al·lucina amb el que fan aquestes xineses per no adormir-se”. Com al portal BuzzFeed, els continguts de Criebo es poden classificar sota les categories: *Seriously?*, *Memondo*, *Lo flipo*, *iQué penat!*, *iQué horror!* i *Me encanta*.

● Gonzoo

El gener del 2013, el grup *20 Minutos* va llançar Gonzoo, un mitjà que “aposta per un públic jove” i que vol “desmarcar-se dels mitjans tradicionals”. Les categories del portal es divideixen en: *Zoom*, *Flash*, *Frikadas*, *Creadores*, *Sexo*, *Starz* i *Aulas*, i alguns dels articles que s'hi poden trobar són “Com demanar matrimoni amb el mòbil i altres aplis imprescindibles” i “Fer l'amor els dies de regla”.

● The Huffington Post

Tenint en compte que Jonah Peretti, el creador de BuzzFeed, va ser també un dels fundadors de The Huffington Post, segurament en aquest cas el contagi ha estat mutu. Tant l'edició americana de The Huffington Post com l'espanyola aposten fort pels *listicles*, que, de fet, a la versió dels EUA es poden trobar sota aquesta mateixa etiqueta, en què sovint també s'ironitza sobre aquests tipus de llistats. Així, al costat de “25 plats que has de provar abans de morir” i “L'única pregunta que no hauries de fer mai en una cita”, hi ha textos com el de Nathan Holic, que escriu una carta oberta als *listicles* i, en tres punts, els diu: “No us importa si sou útils, només si genereu clics; el vostre veritable propòsit és fer-nos perdre temps, i ens ensenyen a ser menys exigents amb el que llegim, condensant-ho tot en consells i oblidant l'anàlisi”.



CONVIVÈNCIA

On posem els límits als discursos

La justícia tolera expressions racistes si no inclouen provocacions directes i els experts aposten pel rebuig social

Reportatge

AURI GARCIA MORERA
BARCELONA

Una fotografia d'un nen negre amb una estelada penjada a l'esquena i un comentari: "Estem arreglats. Si aquests han de ser els nous catalans, jo marcho de Catalunya. Primer els de casa". Aquest és el missatge racista que va tuitejar fa uns dies el dirigent de Plataforma per Catalunya Josep Anglada, i que va provocar una reacció contrària multitudinària amb l'etiqueta #sócunnoocatalà.

El secretari d'immigració de Convergència Democràtica de Catalunya, Àngel Colom, va anunciar que ho denunciaria a la fiscalia, i Anglada li va respondre que evités fer el ridícul als tribunals. Només unes setmanes abans, un jutge havia absolt l'alcalde de Badalona, Xavier García Albiol, d'un delictes de provocació a la discriminació, l'odi o la violència per uns pamflets electorals que vinculaven els gitanos romanesos amb la delinqüència. On són els límits d'aquest tipus de discursos?

Legislació encotillada

Els delictes de provocació i d'injúries són restrictius

"El problema amb el delictes de provocació a la discriminació, l'odi o la violència és que el Tribunal Suprem ha interpretat que hauria de ser una provocació concreta", diu l'advocada penalista Olga Tubau. La justícia només castigaria Anglada o Albiol per aquest delictes si demanessin explícitament accions discriminatòries o violentes contra els immigrants, i el que passa amb el delictes d'injúries és similar. "Dir que la totalitat d'un grup ètnic o nacional són lladres o delinqüents seria injúries", explica Tubau. Això, però, no és el que fan Anglada o Albiol.

Mercedes García Arán, catedrática de dret penal de la Universitat Autònoma de Barcelona, coincideix amb el diagnòstic: "El delictes de provocació no és només expressar una opinió. El que castiga el Codi Penal és que aquesta opinió suposi un determinat perill, que pugui fer que determinades persones actuïn contra aquests col·lectius". García Arán creu que "és lògic que un article com aquest s'interpreti de manera restrictiva", i el mateix amb el delictes d'injúries: "Per molt que ens repugnin determinades manifestacions, les hem de reprimir només quan suposin un perill per a les persones. El dret a l'honor pot col·lidir amb la llibertat d'expressió".

Condemna improbable

SOS Racisme admet que acudir als tribunals dona pocs resultats. Ricard Zapata-Barrero, director del Grup de Recerca Interdisciplinari sobre Immigració de la Universitat Pompeu Fabra, considera que "un jutge no té mecanismes per sancionar aquests actes". Alba Cuevas, portaveu de SOS Racisme, defensa que l'entitat presentarà tots els recursos que calguin contra l'absolució d'Albiol, però reconeix que aconseguir una condemna és improbable: "Veiem que hi ha poques possibilitats, som conscients de la dificultat, però alhora som conscients que ho hem de fer". Cuevas subratlla que "haver arribat al judici ja va ser un gran pas".

En relació a l'últim missatge racista d'Anglada, la portaveu de SOS Racisme revela que l'entitat ja ha debatut internament la possibilitat d'acudir als tribunals, però deixa entreveure que també hi hauria poques opcions d'èxit. "En l'aspecte jurídic ens tornàrem a trobar el mateix problema", reconeix Cuevas, fent referència a la interpretació restrictiva del Codi Penal. "Però no per això creiem que no s'hagi de denunciar", matisa a continuació.

Reforma complicada

Canviar el Codi Penal seria difícil per les garanties constitucionals. Reformar la llei perquè castigues aquestes conductes tampoc seria una tasca fàcil. Olga Tubau recorda que "qualsevol nou tipus delictiu hauria de ser respectuós amb les llibertats i drets fonamentals que garanteix la Constitució, i la llibertat d'expressió té valor precisament quan l'opinió és repugnant". L'advocada opina, però, que un canvi del Codi Penal "no és impossible" i que "seria una qüestió d'ajustar el redactat". Si es definís molt bé, diu, es

Ofensiva francesa contra l'humorista antisemita

Les autoritats franceses han iniciat una ofensiva jurídica contra l'humorista antisemita Dieudonné M'bala M'bala, que ha popularitzat la salutació de la *quenelle*. El gest, a mig camí entre una botifarra i una salutació nazi a la inversa, està considerat antisemita, tot i que alguns dels que el fan defensen que és senzillament irreverent. Després de molt temps al centre de la polèmica, a finals de desembre Dieudonné va acabar amb la paciència del ministre de l'Interior, Manuel Valls, amb unes declaracions sobre un periodista jueu que



Opció
Es podria introduir al Codi Penal un nou delictes de provocació indirecta

podria introduir al Codi Penal un nou delictes de provocació indirecta. "Això és el que falta", conclou.

Ricard Zapata-Barrero està d'acord que s'hauria de reformar la llei contra els discursos racistes: "Això hauria de poder ser sancionable jurídicament, i un debat jurídic a Catalunya sobre aquest tema seria molt saludable. S'ha de veure fins on es pot arribar perquè accions com les d'Albiol no quedin impunes". La portaveu de SOS Racisme Alba Cuevas pensa el mateix: "Es tracta de revisar les legislacions europees,

com l'alemanya i l'anglesa, que no permeten aquests discursos. Tocaria caminar en aquesta línia".

Aposta pel rebuig social

Els experts demanen respostes des de les institucions i els partits. Els especialistes consultats coincideixen a demanar respostes des de l'àmbit polític. "Hem de fer política", reclama Mercedes García Arán, que va formar part del Comitè d'Ètica dels Mossos d'Esquadra. "Un codi ètic serveix d'alguna cosa quan hi ha un òrgan que actua com a observatori i diu qui ho ha fet bé i qui ho ha fet malament", afegeix García Arán, que creu que aquest model es podria aplicar al seguiment dels discursos racistes dels polítics.

"Cal que ens plantegem fer política antirracista", diu Alba Cuevas, que afegeix que "a nivell dels mateixos partits hi ha certs mecanismes". Hi coincideix Ricard Zapata-Barrero, que recorda que "políticament es pot fer pressió" i demana que "els partits polítics s'autoregulin i s'autosancionin entre ells". Creu, per exemple, que el suport de la plana major del PP català a Albiol no va ser prou criticat per la resta de partits, i denuncia que "la indiferència és negativa". Per contra, celebra el rebuig social espontani contra Anglada: "El millor va ser que la societat es va pronunciar".



Dieudonné ha popularitzat la salutació de la *quenelle*, considerada antisemita. EFE

feien referència a les cambres de gas. Poc abans Dieudonné s'havia mofat de l'Holocaust. Valls va decidir prohibir l'espectacle de l'humorista, que s'havia de començar a representar dijous passat. Després de diversos recursos, la màxima autoritat administrativa del país va donar la raó al ministeri de l'Interior i va impedir que Dieudonné actués dijous i divendres. Dissabte l'humorista va renunciar a l'espectacle actual, tot i que va anunciar una nova creació amb la qual intentarà burlar la prohibició i reprendre la gira ja programada.



Discursos xenòfobs?



IMPUNITAT
Xavier García Albiol va ser absolt en un judici en què va tenir el suport de la plana major del PP. MANOLO GARCÍA

Els assessors de la Generalitat demanen contundència política

A.G.M.

BARCELONA. El Consell Assessor de Polítiques Socials i Familiars (CAP-SiF) de la Generalitat va considerar, en un informe centrat en els límits del discurs polític sobre la immigració, que "és al Govern a qui pertoca proposar i impulsar aquest debat si ho estima pertinent". L'informe, aprovat el gener del 2012 però que no es va fer públic fins al desembre del 2013, demanava més contundència contra les expressions racistes: "Tot i valorar positivament les campanyes antirumors que alguns municipis, com el de Barcelona, i ara la mateixa direcció general per a la Immigració estan promovent, entenem que cal reforçar una posició clara de les institucions per denunciar amb consens democràtic i amb contundència política els discursos no desitjables".

En aquesta mateixa línia, l'informe demanava que els partits polítics amb representació al Parlament firmen "un compromís per a la no uti-

Lideratge
El Consell de Polítiques Socials creu que el Govern ha d'impulsar el debat

lització instrumental del fet migratori, especialment en períodes electorals". Una petició que, de fet, ja es va assumir dins del Pacte Nacional per a la Immigració (PNI), firmat l'any 2008 per diverses organitzacions, entre les quals CiU, ERC, PSC i ICV-EUiA. Sis anys després aquell compromís no s'ha materialitzat, ni tan sols per part d'aquests partits que van donar suport al PNI.

Seguiment de discursos polítics

La direcció general per a la Immigració col·laborarà a partir del mes vinent en la difusió d'un projecte de recerca sobre la monitorització de discursos polítics xenòfobs. L'estudi, promogut pel Grup de Recerca Interdisciplinari sobre Immigració de la Universitat Pompeu Fabra i dirigit per Ricard Zapata-Barrero i Gema Rubio Carbonero, té l'objectiu de construir un marc per fer un seguiment de qualsevol possible tendència dels partits polítics a radicalitzar la seva posició respecte a la xenofòbia i el racisme.

La direcció general també acollirà una presentació dirigida a professionals de l'àmbit de l'estrangeria i la immigració de la memòria 2012 de la Fiscalia Provincial de Barcelona contra els delictes d'odi i discriminació. —



Telefónica vuelve a crecer en televisión de pago

REACTIVACIÓN/Tras encadenar siete trimestres de caídas, MovistarTV capta 64.000 nuevas altas en los tres últimos meses de 2013 y suma ya 670.000 clientes.

I.del Castillo. Madrid

Telefónica ha empezado a darle la vuelta al negocio de la televisión de pago gracias a las fuertes promociones que ha puesto en marcha durante el último trimestre. La compañía ha cerrado en diciembre el mejor mes de su historia por el número de clientes captados para su oferta Movistar TV -la antigua Imagenio- con 52.000 nuevos usuarios.

En el conjunto del trimestre, la operadora ha logrado captar 64.000 nuevas altas, con lo que el volumen total de clientes se sitúa por encima de los 670.000.

Para Telefónica, esta evolución supone un cambio de tendencia en el mercado de la televisión de pago, que ha sufrido un fuerte deterioro en todos los sectores (televisión por satélite, por cable, por Internet y a través de TDT) en los últimos años.

De hecho, el pico máximo de clientes de televisión de pago se alcanzó en el cuarto trimestre de 2011, con 4,405 millones de usuarios. En los primeros años de la crisis -desde

2008- el parque de clientes de TV de pago siguió creciendo ya que se contemplaba como una alternativa de ocio más barata que, por ejemplo, el cine. Desde entonces y hasta el tercer trimestre de 2013, el volumen de usuarios de televisión de pago en todas las modalidades no ha hecho más que caer, trimestre a trimestre, hasta situarse, en septiembre del año pasado, en 3,740 millones, lo que supone una caída de 665.000 usuarios y del 15%.

Televisión por Internet

El mercado de la televisión por Internet, básicamente protagonizado por Telefónica, también ha sufrido una fuerte caída, desde los 913.000 clientes del tercer trimestre de 2011 hasta los 673.000 del tercer trimestre de 2013, último dato disponible.

Eso supone haber perdido 240.000 usuarios, o lo que es lo mismo, un 26%, la cuarta parte del mercado. Aunque inicialmente la totalidad de estos clientes de televisión de pago IP o por Internet correspondían a Telefónica, en los

últimos años otros grupos como Orange, Jazztel o Vodafone se han unido al mercado de televisión a través de ADSL o de fibra con paquetes propios o con la comercialización de la oferta de Canal Plus.

En el caso de Telefónica, el número máximo de clientes

de televisión IP, con la antigua marca Imagenio, se alcanzó en el cuarto trimestre de 2011, fecha en la que llegó a 833.000 usuarios. Desde entonces hasta el tercer trimestre del pasado año, cuando llegó a 609.000, se había dejado un 26%.



Luis Miguel Gilpérez, presidente de Telefónica España.



Homenaje a Luis del Olmo

De todo corazón

JESÚS MARIÑAS



Servirá de merecidísimo y gran broche a una carrera excepcional por lo brillante, innovadora y dilatada. Un caso único e irreplicable en la radio española cuyas «mañanas se vestían de fiesta» como optimistamente presagiaba el pregón del presentador leonés afincado en Barcelona. **Amancio Ortega** acaba de comprar el emblemático Edificio Banesto de Plaza de Cataluña con Paseo de Gracia, que durante muchos años en sus áticos y terrazas cobijó una especie de Casa de la Radio al estilo parisense. Aunque aquí era más modesto e inmediato: RNE quedaba a un paso de todo y mantenía enfrentamiento no sólo de ubicación con Radio Barcelona, emisora decana donde **Manuel Tarín Iglesias** hizo nacer los Premios Ondas, que todavía estimulan a compañeros. Época dorada de la radio barcelonesa, siempre adelantada a la más provinciana que prodigaba Madrid, donde la cita de los «Ondas» traía a lo mejor de la actualidad mundial, **Roger Moore** haciendo «El Santo», **Mannix** o lo que quedaba del esplendor físico de **Silvana Pampanini**. De allí nació el Festival de la Canción Mediterránea al que eran asiduos **Mina**, la para mí más sentida **Iva Zanicchi**, la menos comunicadora **Ornella Vanoni**, el caricaturizador **Renato Rascel**, los empalagosos **Romina** y **Albano**, y otros grandísimos del panorama cantor como **Raimón** y **Salomé**. Era cita de resonancia mundial como televisivamente «Los amigos del lunes», luego cambiados al martes, de **Artur Kaps** y el risueño **Franz Johan**. Unidos al mítico **Bernard Hilda** llevaron a una Barcelona abierta y apenas independentista

mundanos aires aperturistas que **Oriol Regás** y su «Bocaccio» ampliaron contratando lo mejor de la «chanson». Él presentó desde **Brassens** a **Bábara** mientras **Juan Rosselló** hizo lo mismo con **Aznavour**, **Adamo** y **Matías Colsada** —sí, sí, el de «las alegres chicas»—, y nada menos que contrató a **Lisa Minnelli**, entonces recién consagrada con «Cabaret».

La radio se hacía eco de tanto famoso ampliado con las estancias de **Dalí** en el «Ritz» de **Antonio Parés** y fueron famosas sus tertulias con **José Luis de Villalonga**, **Modesto Cuxart** y **Xavier Cugat**. Tuve el privilegio de disfrutarles mientras «Protagonistas» se hizo clarín mañanero y, cuando Luis vacaba, lo sustituían **Pepe Ferrer** —ideador del programa— o el más informal **Fernando Rodríguez Madero**. De aquella Casa de la Radio hoy acogedora sede de Zara. ¡Qué ojo el de **Amancio** también para los inmuebles!, compró las mejores esquinas mundiales en la Quinta Avenida, la Gran Vía madrileña, Serrano o los Campos Elíseos. Mientras

«EL EDIFICIO BANESTO cobijó una especie de Casa de la Radio en Barcelona»

Antonio Cano y **Mayte**, siempre a la sombra de Luis, ponen en marcha este gran homenaje nacional en primavera —cuando su promotor vuelve de la India, donde proyecta afincarse tras una vida dedicada al recientemente fallecido **Pierre Fabre**—, no estaría mal que una placa recordase que en este céntrico edificio surgieron figuras como **Mercedes Milá**, **Mercé Remolí**, **José Félix Pons**, el de la sonrisa comprensiva, **Mario Beut**, **Soler Serrano** e **Hilario López Millán**, ya enciclopedia del conocimiento de la copla. El **Miguel Rey** hoy centrado en la publicidad de Marina D´Or comenzó con nombres como **Mingote**, **Ussía**, **Tip y Coll** o **Paco Martín Morales** a quien del Olmo hizo debutar. Toda una historia para no olvidar.



AUTONÓMICAS

Marcha en
contra del ERE
en Telemadrid

R. FRAGUAS, Madrid

Centenares de personas participaron ayer en Madrid en una marcha cívica convocada por los despedidos de Telemadrid en el primer aniversario de la salida de los más de 600 trabajadores afectados por el expediente de regulación de empleo (ERE) decidido por el Gobierno preside Ignacio González, del PP. Tras ser recurrido por los sindicatos, el ERE está pendiente de la sentencia de Supremo después de que el Tribunal Superior de Justicia de Madrid lo declarara no ajustado a derecho. Los participantes corearon consignas a favor de una televisión regional pública. A la marcha se unieron trabajadores de TV3 y de la extinta Canal 9.



Trabajadores despedidos de Telemadrid, en la manifestación de ayer en Madrid. / ALBERTO MARTÍN (EFE)



Las 'efes' de Efe

En relación con el artículo publicado en su periódico del 4 de enero, titulado *75 años de información global en español*, relativo al 75º aniversario de la agencia Efe, llama la atención que se manifieste que "así, las noticias internacionales se firman bajo la marca Efe; las nacionales, Cifra, y las deportivas, Alfil. Nadie sabe a ciencia cierta el origen de las siglas, un enigma que ninguno de los miles de periodistas que han trabajado para la agencia ha sabido descifrar".

Al respecto, y desde mi más modesto conocimiento, intentaré aportar un granito de arena a la labor de conocer el significado de la sigla Efe, que da nombre a toda la agencia.

Los orígenes de la agencia están en 1865 cuando nace el "Centro de Corresponsales", primera agencia de noticias de España, promovido por el periodista Nilo María Fabra. En 1919 se crea la agencia Fabra, cuando la agencia de noticias francesa Havas entró a formar parte del accionaria-

do del "Centro de Corresponsales". Havas se retiró del accionariado en 1926 al mismo tiempo que entraban en la sociedad el Banco Central, el Banco Santander y el Banco Hispano-Americano. Así se mantuvo la sociedad hasta que, al final de la guerra civil española, fue absorbida por el bando vencedor, fusionándose con las agencias Faro y Febus, pasando a llamarse agencia Efe (en relación a la inicial de las tres agencias), en 1939.

Esta información es la que nos ha llegado, investigando en Internet y recordando lo que familiarmente le han transmitido a mi marido, cuyo abuelo, Antonio de Luque, fue redactor jefe de Política de la agencia Fabra, antes de que la reconvirtieran en agencia Efe. El interés periodístico le venía de casta, pues su padre, Ángel de Luque y Calvo, fue director del periódico *El Resumen*, en cuya calidad fue socio fundador de la Asociación de Prensa de Madrid en 1895.— **Paloma Vera Sierra**. Toledo.



Manifestació de Telemadrid un any després de l'ERO

► Els treballadors de Telemadrid es van manifestar ahir en complir-se un any de l'expedient de regulació d'ocupació (ERO) que va suposar l'acomiadament de 861 persones. La manifestació, convocada per la plataforma Salvemos Telemadrid, va reclamar que es recuperi la qualitat informativa del mitjà. Va anar des de la plaça de la Villa a la Puerta del Sol, on es va llegir un manifest per reclamar que la cadena de televisió Telemadrid i l'emissora de ràdio Onda Madrid "deixin de ser l'altaveu del Govern de la Comunitat" i tornin a ser "la veu dels ciutadans". Teresa García, presidenta del comitè d'empresa, va denunciar que la tasca que feien els treballadors acomiadats "la duu a terme una altra empresa amb un cost superior". / Efe



APOSTA DE RÀDIO

Nuria Roca obre el matí de Melodía FM

Melodía FM, la nova emissora del grup Atresmedia (fins ara Onda Melodía), s'inaugura avui amb l'estrena de *Lo mejor que te puede pasar*, un programa que uneix humor, informació i música a càrrec de Nuria Roca. A la presentadora i directora de l'espai, que s'emet entre les sis i les deu del matí, l'acompanya el seu marit, Juan del Val. ≡



INTERNET

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col.legi de Periodistes de Catalunya

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
12/01/14	Oberta la convocatòria del VII Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere a Lleida / AraPonent	71	1
12/01/14	Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cybermedios / Grupo ThinkEPI	72	3

Periodisme i Mitjans de comunicació

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
11/01/14	El periodismo ciudadano de Youth Ki Awaaz, ganador del Manthan Award 2013 en India / Periodismo Ciudadano	76	1
12/01/14	Glenn Greenwald: El objetivo de la NSA es eliminar la vida privada / Periodistas en Español	77	3
12/01/14	2ª edición del libro Herramientas Digitales para Periodistas de Sandra Crucianelli / Periodismo Ciudadano	80	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Oberta la convocatòria del VII Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere a Lleida

Diumenge, 12 de gener de 2014

Col·legi de Periodistes, concurs, igualtat de gènere, VII Premi Mila de Periodisme El guardó es concedeix als treballs que tracten sobre la promoció de les dones i la igualtat de gènere i hi poden optar aquells que difonguin experiències per a la igualtat de gènere, publicats en els mitjans de comunicació, en format paper o digitals, d'àmbit local, català i estatal amb presència a Lleida entre l'1 de gener de 2013 i el 31 de desembre de 2013. El premi el convoquen conjuntament la Paeria i el Col·legi per animar els periodistes dels mitjans de comunicació de Lleida a prendre consciència sobre la feina que es realitza en defensa de la igualtat de gènere. El jurat valora la qualitat professional dels treballs, l'originalitat dels temes abordats, el tractament crític i la capacitat analítica. El premi reconeix les persones i la seva feina i promociona els treballs que resultin guanyadors. El VII Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere a Lleida es regeix estrictament pels valors del periodisme. La dotació econòmica és de 1.500 euros per a cadascuna de les quatre categories import subjecte a les retencions legalment establertes-. Consultar les bases. Aquest premi de periodisme porta el nom de Mila en homenatge a la protagonista de la novel·la Solitud, obra més coneguda de Caterina Albert i Paradís, que signava les seves obres amb el pseudònim Víctor Català. L'obra relata l'itinerari vital i interior de la Mila, fins que arriba a conèixer a sí mateixa.

Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cibermedios

Diumenge, 12 de gener de 2014

Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cibermedios

29 noviembre, 2010

Por Pere Masip en

Notas ThinkEPI 2011

Cómo citar este artículo: Masip, Pere. Comentarios de las noticias: la pesadilla de los cibermedios. Anuario ThinkEPI, 2011, v. 5, pp. 106-111. LOS MEDIOS de comunicación han integrado con gran rapidez la participación de la audiencia en sus sitios web. El abanico de herramientas ofrecidas es muy amplio: valoración de informaciones, comentarios de noticias, intervención en foros, encuestas, envío de contenidos noticiosos en cualquier formato (foto, vídeo, audio, texto), etc. Los comentarios de las noticias se han convertido en mecanismos de participación habituales en los cibermedios y han alcanzado gran aceptación entre los lectores. Según un estudio del Bivings Group¹, en 2008 el 75% de los medios digitales de los Estados Unidos brindaban a los lectores la posibilidad de comentar las noticias. En 2007, únicamente lo hacía el 33% y el año anterior un exiguo 19%. La participación es una característica propia de la comunicación en internet y una demanda de los usuarios. Los medios son conscientes de ello y han derivado de ser simples proveedores de información a intentar convertirse en comunidades online, convencidos de que esta estrategia es una vía eficaz para incrementar el número de usuarios y fidelizar a su público. Sin olvidar, las posibilidades que la cercanía con la audiencia ofrece como fuente de información durante el proceso productivo. En los últimos meses, sin embargo, han surgido algunas voces críticas con los espacios de participación en los medios, muy en particular con los comentarios a las noticias². Y es que el éxito de esta forma de participación ha derivado en una problemática inicialmente no prevista: su gestión. Los principales medios reciben miles de comentarios cada día. Algunos, pocos, son aportaciones interesantes que alimentan ricos debates, pero entre ellos se escabullen, cada vez con más frecuencia, mensajes con insultos, descalificaciones y alegatos racistas y xenófobos³. Un estudio reciente⁴ demuestra que no existe un auténtico debate entre los participantes. Aunque los insultos no son habituales, sí que lo son las descalificaciones; y, en general, los hablantes no se reconocen como interlocutores válidos. Las descalificaciones tienen como destinatarios a los actores principales de las noticias, instituciones del Estado (gobierno, judicatura), políticos, los autores de las noticias o los medios que las publican, grupos sociales identificados como el enemigo y otros lectores que han intervenido previamente. Tampoco muestran interés por los argumentos de otros; y las interpelaciones entre los participantes son escasas y sin carácter crítico, cuando aparecen suelen tener un tono peyorativo. El estudio no ha hecho más que evidenciar una preocupación que muchos responsables de medios ya habían constatado previamente y que se ha traducido en la decisión de cancelar o establecer limitaciones en los mecanismos de participación. El diario Segre, por ejemplo, decidió suprimir los comentarios de las noticias,

tras tener que afrontar una querrela por injurias a raíz de un comentario de un lector en un fórum. Otros medios, como Avui5, Público6 o 20 minutos7, han instaurado sistemas de moderación, han prohibido el anonimato o han establecido restricciones, clausurando ciertos contenidos a comentarios. Los medios norteamericanos no se han librado del mismo problema. La mayoría de los grandes cibermedios, USA today, Wall Street journal, New York times, Los Angeles times, Washington post, Chicago tribune, han establecido algún sistema de control de los contenidos generados por la audiencia, que van desde la existencia de equipos de moderación a la posibilidad que sean los propios lectores los que informen de mensajes inapropiados. USA today, Los Angeles times, Washington post, Philadelphia inquirer, Denver post o el Houston chronicle, por ejemplo, exigen un registro antes de poder comentar noticias; el New York times o el Chicago tribune revisan los comentarios antes de su publicación. El New York daily news y el Denver post emplean ambas estrategias: registro y moderación. Algunos medios han ido más allá, como el Sun chronicle, que ha establecido un sistema de pago para poder comentar las noticias (99 centavos). En Europa, en Le monde sólo los abonados (6 ¤ al mes) pueden comentar. Sobre el control de los comentarios Aceptado el principio de que la libertad de expresión no puede conculcar otros derechos fundamentales y que no debe estar por encima del respeto y la responsabilidad, buena parte del debate se ha centrado en discutir sobre la eficacia de los sistemas de control y sobre quién debe ejercer ese control; y, muy especialmente, en torno a la necesidad o no de prohibir los comentarios anónimos. Aunque no faltan las voces que reniegan de cualquier forma de moderación, considerada una forma de censura, éste no deja de ser un discurso minoritario y, en general, se acepta la necesidad de alguna forma de gestión de la participación. Algunos medios han optado por externalizar la moderación, una solución económica, pero controvertida. Por un lado, se ha mostrado poco eficaz. Así lo reconocía, por ejemplo, la defensora del lector de El país, en respuesta a las quejas recibidas de los usuarios por el tono de algunos comentarios aparecidos8. Pero, sobre todo, parece contradictoria con los discursos que los medios han articulado sobre la importancia de la participación, lo saludable que es conocer la opinión de los lectores al instante, o la riqueza que aporta a la práctica periodística. Pocos son los medios donde los propios periodistas se responsabilizan de supervisar los contenidos de los comentarios de las noticias que han publicado, una práctica que podría contribuir a la mejora de las informaciones. Al fin y al cabo, los lectores siempre han sido una fuente de información importante a para los periodistas. La mayoría aducen falta de tiempo para no asumir esa labor y tampoco faltan los que defienden que controlar la opinión de los lectores no es tarea periodística9. Más habitual es encontrar equipos de gestión de comunidades, la mayoría formados por periodistas, sobre los que recae el peso de la gestión de la participación. Al ser estos equipos parte del staff del medio, se facilita la colaboración con el resto de la redacción y la derivación a los redactores los comentarios potencialmente interesantes. Aunque, como los anteriores, tienen los mismos problemas ante noticias que reciben un aluvión de comentarios. Una cuarta vía explotada por algunos medios es dejar en manos de los lectores el determinar qué comentarios se pueden mantener y cuáles eliminar. Esta opción refuerza el punto de vista del medio, pero se ha mostrado poco eficaz para atajar la publicación de comentarios inapropiados y, además, con frecuencia, genera discriminación ideológica. Un paso adelante en la política de

ceder a la audiencia la moderación es el que ha anunciado The Huffington post. Este cibermedio propone un sistema de moderación basado en la confianza que los propios autores despiertan en el resto de lectores, un karma cimentado en el historial de las contribuciones y su calidad. 20 minutos tiene previsto desarrollar un sistema similar tras la puesta en marcha de su nueva web¹⁰. El debate entre los profesionales del periodismo ha sido especialmente intenso en los Estados Unidos, donde no han faltado los alegatos a favor de la prohibición de los comentarios¹¹. Compartidos, entre otros, por Jeff Jarvis, que considera que dejar que los usuarios comenten las noticias es un insulto para los periodistas¹². Jarvis aboga por una colaboración más estrecha entre periodista y lector en fases más incipientes del proceso de producción informativa. El temor por las repercusiones legales derivadas de los comentarios publicados también planea entre los argumentos de los defensores de la prohibición¹³. A pesar de estas posiciones más radicales, buena parte de la discusión se ha centrado en torno a la decisión tomada por algunos medios de prohibir el anonimato en los comentarios. Como la que vivieron a trav



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

El periodismo ciudadano de Youth Ki Awaaz, ganador del Manthan Award 2013 en India

Dissabte, 11 de gener de 2014

Crear una sociedad de la información enriquecida donde todo el mundo, sin distinción de casta, religión, raza, región, género, etc., esté facultado para crear, recibir, compartir y utilizar información y conocimientos a través de los contenidos digitales para su progreso y desarrollo económico, social, cultural y político. Así define su objetivo el Manthan Award, un premio instituido en 2004 en India y desde 2008 extendido a otros países del sudeste asiático con el fin de reconocer los mejores usos de las TIC y las herramientas digitales para crear un impacto global y efectivo sobre las personas. Estos premios, de convocatoria anual, se conceden en dos categorías generales, News and Journalism y Social Media and Empowerment. En la edición 2013 para India, y en ambas categorías, ha resultado ganador el proyecto Youth Ki Awaaz (La Voz de la Juventud), una plataforma digital de periodismo ciudadano creada para que los jóvenes expresen sus consideraciones sobre temas de relevancia. Lanzado en 2008, Youth Ki Awaaz asegura haber dado voz a más de 20.000 jóvenes de todo India y recibir casi 6 millones de visitas cada mes. Una trayectoria que avalan, aparte de este Manthan Award, los diversos premios recibidos por este proyecto, como World Summit Youth Award en 2010, ITU Young Innovators Competition en 2012 o Best Community Blog in India, de Indi Blogger, en 2013. Entre las razones del éxito de esta iniciativa está el haber habilitado un canal para la participación que no requiere del acceso digital. Con una simple llamada de teléfono se puede colaborar en el proyecto, algo que sin duda permite llegar a más jóvenes dentro del país. Pero quizá el aspecto más destacable del proyecto es su iniciativa Internship & Training Program, un programa de formación puesto en marcha en 2010 a través del cual Youth Ki Awaaz capacita a los jóvenes en la práctica periodística. La duración de cada curso es de 8 semanas y puede realizarse online, desde cualquier lugar en que se disponga de un ordenador y una conexión a Internet. Este pasado diciembre se iniciaba el último de estos cursos, y el siguiente comenzará en febrero.

Glenn Greenwald: El objetivo de la NSA es eliminar la vida privada

Diumenge, 12 de gener de 2014

Páginas: 1 2 La batalla por la libertad en Internet dependerá de las herramientas de liberación y democratización utilizadas para impedir que Internet se convierta en la peor forma de opresión del hombre de toda la historia Glenn Greenwald En el 30º Congreso sobre la Comunicación del Caos (CCC), una cita anual que organiza el Chaos Computer Club, cuya edición número treinta se celebró del 27 al 30 de diciembre de 2013 en Hamburgo, el periodista Glenn Greenwald (*), quien se ha hecho célebre por haber sido la persona elegida por el informático estadounidense Edward Snowden (hoy refugiado en Rusia **) para revelar los escándalos de las escuchas planetarias de la Agencia Nacional de Seguridad (NSA), tomó la palabra para hablar de su fuente, de como se conocieron, de su oficio de periodista (entonces en The Guardian), de las enormes dificultades con que se ha topado como consecuencia de las revelaciones, de Estados Unidos y del actual contexto de vigilancia global. Korben, el bloguero francés que es una de mis fuentes preferidas y una referencia internacional en materia de nuevas tecnologías, ha hecho una traducción al francés de la conferencia de Greenwald; a mi vez, yo he traducido el trabajo de Korben y espero que no haya perdido interés. También son mías las llamadas. Al final se encuentra el enlace con el vídeo de la charla, en inglés. Tras unos minutos de calurosos aplausos de los asistentes al Congreso, Greenwald toma la palabra y comienza agradeciendo la invitación a participar y preguntándose ¿Qué se espera de mí?. Y la razón de la pregunta es que mis competencias en materia de criptografía y pirateo no están reconocidas a nivel internacional. Ya saben ustedes, se ha contado muchas veces que yo he estado a punto de hacer fracasar la mayor historia de seguridad nacional de los últimos diez años y todo a partir del momento en que dije que la instalación del programa de cifrado y descifrado de datos (PGP) (1) era particularmente penosa y difícil. Hay otra historia muy parecida que ilustra el mismo punto de vista, que hasta ahora no me había parecido conveniente contar: poco antes de mi viaje a Hong Kong, pasé muchas horas en compañía de Laura Poitras (***) y Edward Snowden, intentando revisar mis conocimientos en materia de tecnologías de seguridad, porque iba a necesitarlos para contar todo esto. Intentaron enseñarme todo tipo de programas y llegaron a la conclusión de que, al menos de momento, el único que yo podía llegar a dominar era TrueCrypt. Me enseñaron los rudimentos de TrueCrypt y cuando fui a Hong Kong pasaba todo el tiempo estudiándolo. Intentaba descubrir algunas funciones que no me habían enseñado y conseguí alcanzar una confianza real en mis capacidades para descubrirlas. Al final del tercer o cuarto día fui a verles con un indecible orgullo. Les enseñé todas las cosas nuevas que había conseguido descubrir y hacer en TrueCrypt, y me autoproclamé Rey de la criptografía. Realmente había conseguido avanzar en mis conocimientos y pude ver que, tanto uno como otra, intentaban sin lograrlo del todo no mostrar el asombro y la sorpresa que sentían. Les dije ¿Por qué reaccionáis así? ¿No es un logro formidable?. Dejaron pasar un momento. Ninguno quería contradecirme, hasta que finalmente Snowden se vino abajo y me dijo:

TrueCrypt está concebido para que incluso tu hermano pequeño sea capaz de convertirse en maestro. No tiene nada de impresionante. Recuerdo que me sentí totalmente desmoralizado y quedé muy deprimido. De eso hace seis meses. En el transcurso de este lapsus de tiempo, las tecnologías de la seguridad y de la vida privada se han convertido en el centro de todo lo que he hecho. He aprendido cantidad de cosas sobre ambas y como funcionan. Y no soy el único. Yo creo que la enseñanza más significativa de estos últimos seis meses, la más indiscutible, es el número de personas que hoy ha entendido la importancia de garantizar la protección de sus comunicaciones. Si ustedes hubieran mirado mi buzón de correo en julio habrían visto que entre el 3 y el 5% de los correos electrónicos recibidos estaban compuestos con el código PGP. Este porcentaje se eleva ahora al 50%. Cuando hablamos de crear nuestra nueva sociedad de medios de comunicación dedicamos muy poco tiempo a hablar de esta cuestión. Simplemente suponemos que todos utilizaremos la forma cifrada más sofisticada que esté disponible para comunicar con otra persona. Y, en plan positivo, yo pienso que cada vez que me ha contactado alguien procedente del sector periodístico, el activismo u otros terrenos conexos, mayoritariamente han utilizado algún tipo de cifrado; y que quienes no lo hacen, o no saben hacerlo, sienten vergüenza y se prometen que van a aprenderlo cuanto antes. Resulta notable constatar este cambio radical cuando, incluso a medidos del año pasado, cuando hablaba con algunos periodistas especializados en el terreno de la seguridad nacional y que habían trabajado sobre informaciones muy sensibles, ninguno de ellos sabía qué era el PGP, el OTR (2) o cualquier otra tecnología de punta. Es muy alentador constatar hasta qué punto esta tecnología se está desarrollando y extendiendo. Y pienso que pone de manifiesto algo extremadamente importante, que me hace sentir optimista. A menudo me he preguntado si las historias que hemos conocido en los últimos seis meses, los informes y los debates que han suscitado, al final no van a cambiar algo y a imponer auténticos límites a la vigilancia del gobierno estadounidense. Generalmente, cuando la gente piensa que la respuesta a esta pregunta es afirmativa, lo que citan en primer lugar es probablemente el aspecto menos significativo: el hecho de que va a abrir un debate y que los representantes de nuestro gobierno democrático van a responder a nuestras inquietudes poniendo límites, mediante reformas legislativas. La seguridad nacional coartada para reforzar el poder de los gobiernos Pero eso no va a ocurrir. El gobierno estadounidense y sus aliados no van a restringir voluntariamente su capacidad de vigilancia de forma significativa. De hecho, la táctica que vemos todavía, y desde hace mucho tiempo, es justamente todo lo contrario. Cada vez que este tipo de cuestiones generan grandes polémicas o profundos escándalos, se simula una reforma mediante gestos simbólicos; pero el problema es que al mismo tiempo lo único que hacen es intentar calmar la rabia de los ciudadanos y aprovecharse para aumentar su poder en ese mismo aspecto que escandaliza. Ya pudimos ver a mediados de los años 1970, cuando existían preocupaciones serias y amenazas reales contra Estados Unidos, al menos tantas si no más que ahora, que el gobierno las aprovechaba todas para aumentar su capacidad de vigilancia y abusar ampliamente de ella. Lo que el gobierno hacía, y hace como respuesta, se puede resumir en vamos a emprender todas estas reformas, y eso salvaguardará todos estos poderes. Tenemos que crear un tribunal especial para obligar al gobierno a pedir sistemáticamente autorización para la vigilancia de personas concretas. Lo que decían

sonaba muy bien pero, al final, crearon un tribunal a cien leguas de las intenciones originales. Se trata de un tribunal secreto sobre el que únicamente tiene poder el gobierno, y para el que sólo se nombra a los jueces pro-nacionales. Este tribunal da la ilusión de tener el control pero, en realidad se trata de la más grotesca y retorcida de las iniciativas que ha adoptado el mundo occidental. Se trata simplemente de hacer que parezca que la ley y la justicia prevalecen sobre todo el resto de cosas. También dijeron que iban a crear comités en el Congreso. El comité de vigilancia encargado de supervisar a los comités de inteligencia que iban a crear parecía destinado a limitar cualquier uso abusivo de su poder. Lo que han creado en su lugar va directamente en contra, al colocar a los más leales y serviles a la cabeza de ese comité de vigilancia. Esto dura ya varias décadas y hoy tenemos a dos de los más serviles miembros pro-NSA del Congreso al frente de esos comités, que lo que hacen realmente es apoyar y justificar absolutamente todo lo que hace la NS

2ª edición del libro Herramientas Digitales para Periodistas de Sandra Crucianelli

Diurnenge, 12 de gener de 2014

Sandra Crucianelli (@sacruzianelli) es una periodista argentina especializada en periodismo de investigación y periodismo de precisión. Es docente del Programa de Educación Virtual del Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas , del Centro Internacional de Medios de la Universidad Internacional de Florida y miembro del consejo asesor de la Fundación para las Américas de la OEA . También es conductora del servicio informativo de Canal 7 de la ciudad de Bahía Blanca (Argentina), en la que formó, en 1997, una unidad de periodismo de investigación dedicada a temas relacionados con el control de gestión gubernamental, servicios públicos, delito ambiental, defensa del consumidor y delitos fiscales. De esta periodista hablamos aquí no hace mucho en relación con una serie de seis vídeos en los que abordaba los conceptos y fundamentos básicos del periodismo de datos . Y ahora lo hacemos de nuevo con ocasión del lanzamiento de la segunda edición de su ebook Herramientas Digitales para Periodistas , una actualización del libro publicado inicialmente en 2008 . De acuerdo con la nota de Periodismo en las Américas, este ebook incluye nuevas herramientas que han surgido en los últimos seis años, contiene un nuevo capítulo dedicado al periodismo de datos, y cubre los mejores usos de las redes sociales para los periodistas . Asimismo destacan que el libro se enfoca en recursos gratuitos, disponibles en español y que no requieren ser descargados . Un excelente manual, que puede ser libremente descargado en su versión en español .