



RECULL DE PREMSA

10/06/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

73



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
08/06/14	PUIGDEMONT RECORDA LA SEVA ÈPOCA COM A PERIODISTA / DIARI DE GIRONA	8	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/06/14	PILAR URBANO SE DEFIENDE / YO DONA	10	1
07/06/14	MANEL FONTDEVILA: «M'ESTIMO EL JUEVES I VULL PENSAR QUE NO MORIRÀ, PERÒ S'HAN DISPARAT UN TRET AL PEU / REGIO 7	11	1
07/06/14	LO QUE GOOGLE NO VE / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	12	2
07/06/14	LA CRÍTICA EN DÍAS DE TUIITS / EL PAIS (BABELIA)	14	2
07/06/14	LA AUDIENCIA DEJA QUE PEDRAZ SIGA INVESTIGANDO EL CASO COUSO / ABC (EDICION NACIONAL)	16	1
07/06/14	COMUNICACIÓ EN POSITIU / REGIO 7 (REVISTA)	17	1
07/06/14	EL APAGÓN DE LA TDT ALTERA EL MAPA DE LAS AUDIENCIAS / ABC (EDICION NACIONAL)	18	1
07/06/14	VISCA EL BUFÓ D"EL JUEVES!", PER SEBASTIÀ ALZAMORA / ARA	19	1
07/06/14	DOS HISTÒRICS D"EL JUEVES" DIBUIXEN EL SEU COMIAT DE LA REVISTA / ARA	20	1
07/06/14	PREMIO DE FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA, FOTOCAM / LA RAZON	21	1
07/06/14	EL FOTÒGRAF DEL REI PREPARA UN LLIBRE DE MEMÒRIES / ARA	22	1
08/06/14	Gay Talese: "A ESTADOS UNIDOS YA NO SE LE MIRA CON RESPETO" / LA VANGUARDIA (MAGAZINE)	23	6
08/06/14	LLIGAT I BEN LLIGAT, PER PEP COLLELDEMONT / EL PUNT AVUI	29	1
08/06/14	BUNNY YEAGER. LA FOTÓGRAFA QUE POPULARIZÓ EL PIN-UP / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	30	1
08/06/14	LA INFORMACIÓN TIENE UN PRECIO / EL PAIS (NEGOCIOS)	31	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
08/06/14	PERIODISTAS, ECONOMISTAS Y PIKETTY, POR JOSE GARCIA MONTALVO / EL MUNDO (MERCADOS)	32	1
08/06/14	LA AUDIENCIA TUMBA LAS QUERELLAS DE MAS Y PUJOL CONTRA EL MUNDO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	33	1
08/06/14	EL PNV PONE LA TELEVISIÓN VASCA AL SERVICIO DE LA MARCHA SECESIONISTA / ABC (EDICION NACIONAL)	34	1
08/06/14	EXPLICAR EL FTITUR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	35	1
08/06/14	FAN FALTA MÉS VALENTS, PER IGNACIO ESCOLAR / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	36	1
08/06/14	SALOU ¿ PERE FERRÉ, FOTÓGRAFO DEL 'DIARI', SE LLEVÓ UNO DE LOS GALARDONES EL TAS ACOGE LA SEGUNDA EDICIÓN DE LOS PREMIS DE COMUNICACIÓ DE TARRAGONA / DIARI DE TARRAGONA	37	1
08/06/14	ESQUIVAREM LA CENSURA PAGANT PEL TALENT DIGITAL / ARA	38	1
08/06/14	LOS HÉROES DEL DÍA D / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	39	1
08/06/14	GIGAMESH BOICOTEJA RBA PER LA PORTADA D'EL JUEVES' / ARA	40	1
08/06/14	JORDI SURÍNACH ¿ AQUEST EXCEL·LENT PERIODISTA I NARRADOR RADIOFÒNIC DE DIADES CASTELLERES S'HA DESTAPAT ARA COM UN GRAN SHOWMAN DAMUNT DE L'ESCENARI. JORDI SURÍNACH VA SER UNA DE LES SORPRESES MÉS AGR / DIARI DE TARRAGONA	41	1
09/06/14	JORDI GIL PERIODISTA I PRESENTADOR DE L'INFO K' / ARA	42	1
09/06/14	TWITTER, EL NUEVO SOPORTE PUBLICITARIO DE LOS FAMOSOS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	43	1
09/06/14	EL LÚCIDO PAPEL DE LA CULTURA. 'Jot Down' demuestra con su éxito que aún hay sitio para las revistas y las letras / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	44	1
09/06/14	CRONISTES DEL DIA MÉS LLARG / EL PUNT AVUI	45	1
09/06/14	POSAR EN RISC EL SISTEMA CATALÀ DE COMUNICACIÓ, PER ROGER LOPPACHER / ARA	46	1
09/06/14	EL DIARI DEL PAPA / EL PUNT AVUI	47	1
09/06/14	JOSÉ LUIS PIÑAR Miembro del comité de expertos de Google: "DEFIENDO LA PRIVACIDAD. NO ME HE PASADO AL ENEMIGO" / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	48	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/06/14	SENSE QUALITAT NO HI HA FUTUR / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	49	1
09/06/14	TELEFÓNICA PREVÉ LANZAR UN 'SPOTIFY' DE PELÍCULAS Y SERIES / EXPANSION	50	1
09/06/14	LA FOTÒGRAFA COMPRA UN LUXÓS PIS A NOVA YORK LEIBOVITZ SURT DE LA SEVA CRISI ECONÒMICA / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	51	1
09/06/14	UN PAPA I UN PERIODISTA PER LA PAU / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	52	1
09/06/14	LES SORPRESES del cas 'El Jueves' / ARA	53	1
09/06/14	LA BBC PRETENDE AHORRAR 1.000 MILLONES DE EUROS CON EL DESPIDO DE 500 TRABAJADORES / LA RAZON	54	1
09/06/14	GOOGLE ENCALLA CON EL ANUNCIO DE PAGO / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	55	1
10/06/14	LOS ANUNCIOS DE BEBIDAS, SOLO EN HORARIO NOCTURNO Y SIN LA PROMOCIÓN DE FAMOSOS / ABC (EDICION NACIONAL)	56	1
10/06/14	PRISA PONE A LA 'SER' COMO GARANTÍA DE 1.314 MILLONES DE DEUDA Y GRUPO GODÓ LE DEMANDA / EL ECONOMISTA	57	1
10/06/14	'APPS' ISRAELÍES Y DISEÑO BCN / EL MUNDO (INNOVADORES)	58	1
10/06/14	PROU D'AQUEST COLOR / ARA	59	1
10/06/14	EL GENERAL QUE ESCRIVIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	60	1
10/06/14	QUI VA ORDENAR MATAR POLITKÓVSKAIA? / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	61	2
10/06/14	CADENA PERPETUA PARA DOS CHECHENOS POR EL ASESINATO DE LA PERIODISTA POLITKÓVSKAYA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	63	1
10/06/14	CADENA PERPÈTUA PER A DOS DELS ASSASSINS DE POLITKÓVSKAIA / EL PUNT AVUI	64	1
10/06/14	DOS OLIGARCAS, MUCHAS MENTIRAS / ABC (EDICION NACIONAL)	65	1
10/06/14	Rafael Moyano: «EL PERIODISMO ES UN ACTO CREATIVO» / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	66	1
10/06/14	'OPERACIÓN PALACE) PATRANYA SENSE MALA PRAXI PERIODÍSTICA / SEGRE	67	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
10/06/14	RÚSSIA CONDEMNA ELS ASSASSINS DE POLITKÓVSKAIA PERÒ EL CAS SEGUEIX OBERT / REGIO 7	68	1
10/06/14	EL VIDEOCLUB ONLINE WUAKI.TV ENTRARÀ EN FRANCIA Y ALEMANIA / EXPANSION (CATALUÑA)	69	2
10/06/14	LA FAPE DA POR BUENAS LAS PATRAÑAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	71	1
10/06/14	Y INAUGURADA L'EXPOSICIÓ DE MIQUEL RUIZ LA MOSTRA ÉS UN REPÀS ALS 30 ANYS DE FOTOPERIODISTA / HORA NOVA	72	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



ANÈCDOTES

PUIGDEMONT RECORDA LA SEVA ÈPOCA COM A PERIODISTA



L'alcalde de Girona, Carles Puigdemont, recorda en un reportatge a la revista *Capçalera*, que edita el Col·legi de Periodistes, la seva etapa com a professional del sector. L'avui batlle gironí desgrana diverses anècdotes, com per exemple que gairebé cau a l'aigua mentre cobria una manifestació de pescadors o com el dia que Barcelona va ser designada seu Olímpica no va poder fer la foto perquè la càmera no tenia carret.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



“Las críticas no han conseguido su objetivo, son un deplorable intento de censurar una verdad molesta”

Pilar Urbano

Pilar Urbano se defiende

La autora rebate las críticas a su libro 'La gran desmemoria', un retrato de los hechos que rodearon el golpe del 23 F que ha levantado una gran polémica.

Políticos, militares e incluso la Casa Real han tratado de desmentir el relato que la autora hace sobre la actuación del Rey durante los confusos años de la Transición. Ella pone los puntos sobre las íes en las 10 cuestiones que han levantado más revuelo.

1. Suspicias iniciales «Un libro que revisa los tramos poco explorados de la Transición, y en el que las actuaciones de algunos protagonistas no resultan tan brillantes como suele repetirse en las versiones oficiales, suscita dos reacciones: el interés de los lectores y la inquietud de los personajes».

2. Juan Carlos I «Al investigar su figura asumí como imperativos la imparcialidad y la independencia, para huir de mitos».

3. Críticas «Los periodistas y blogueros atendieron más a la polémica generada desde el poder político que al contenido del libro, y pronunciaron condenas sin haberlo siquiera leído».

4. ¿Un complot? «Se recomendó un apagón informativo en los grandes medios de comunicación y los programas *primetime* cancelaron las entrevistas ya concertadas: habían recibido de sus mandos la instrucción de no entrar en polémica. Zarzuela se limitó a calificar el libro de 'ficción poco creíble'».

5. Adolfo Suárez Jr. «Exigió la retirada del libro, porque en su opinión mancillaba la imagen de su padre. Era evidente que no había leído ni una página, pues aún faltaban tres días para su distribución. De haberlo hecho, sabría que esta obra es un memorial a la figura de su padre».

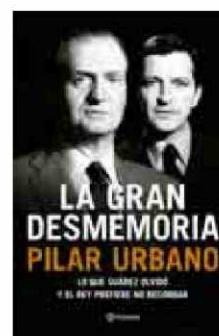
6. Exministros y exmilitares «Antes de que llegara a las librerías, seis exministros de Suárez y dos generales en la reserva suscribieron un extraño 'mentís', tan contundente e infamante como vacuo, pues no señalaban una sola frase que motivara su desacuerdo».

7. Sospecha «Pocos días después, uno de los firmantes de aquel 'mentís' confesó a otro exministro de Suárez que fue un compromiso: 'Se nos puso bajo una fuerte presión'».

8. Conjetura «El pastel quedaba al descubierto: los próceres actuaban como marionetas manejadas por los de arriba».

9. 'Bestseller' «La respuesta del público fue un bumerán: se dispararon las ventas. El libro se situó en el *top ten* de Amazon».

10. Su verdad «Las críticas no consiguieron su objetivo. Solo fue un deplorable intento de algo tan poco democrático como la censura de una verdad molesta». R.T.D



'La gran desmemoria'
Pilar Urbano
(Planeta)

La periodista no es de las que se muerden la lengua: «Este libro no se denuesta y se persigue por ser ficción, sino por ser historia», afirma.

/Libros



Entrevista Manel Fontdevila

Dibuixant. Una portada sobre el traspàs de la Corona espanyola, amb el rei Joan Carles i el príncep Felip com a protagonistes, ha estat el detonant de la fi de la relació que unia Manel Fontdevila i la revista El Jueves. L'editorial RBA va retirar la publicació amb la caricatura del manresà, que va anunciar l'adéu

«M'estimo El Jueves i vull pensar que no morirà, però s'han disparat un tret al peu»

► L'humorista gràfic manresà parla de coherència per explicar la decisió de deixar una revista on va ingressar el 1993

Toni Mata i Riu
MANRESA

■ El dibuixant Manel Fontdevila (Manresa, 1965) recorda que es va incorporar a la revista El Jueves el 1993 coincidint amb un número dedicat a l'estrena de la pel·lícula *Jurassic Park*. Dimecres vinent, vint-i-un anys després d'aquella estrena, l'autor de sèries emblemàtiques com *Para ti que eres joven* i *La Parejita* posa la rúbrica a la seva relació amb la revista per la censura d'una portada sobre l'abdicació del rei espanyol Joan Carles I.

► Una decisió irrevocable?

■ Potser si la direcció volgués tornar a fer una revista com fa no dues setmanes sinó cinc anys... aleshores potser sí. Però això ni es planteja. Jo tinc un compromís amb la gent que em va donar el seu suport quan van segrestar la revista del 2007 amb la meua portada sobre el príncep, i ara no puc fer els ulla grossos amb el que ha passat. No crec que això mati la revista, però realment és un tret al peu. I si això havia d'augmentar, el més lògic era plegar. Potser sóc egoista, però és així. Si no estàs d'acord amb la teua feina, plegues.

► Per què remet a la revista de fa cinc anys i no a l'actual?

■ RBA no entrava en els continguts, però sí en la revista. És una empresa molt gran. El Jueves sempre havia estat una empresa petita, molt intuïtiva, de caire familiar. I quan va arribar RBA van arribar conceptes com el màrqueting, els focus group... Són coses que fan mandra, però entenc que són dinàmiques empresarials, i no era un tema greu com per plegar. La direcció mai havia intervingut en el que jo feia. Encara més, fins i tot vam publicar llibres, com el darrer de *La Parejita*, del qual es van vendre 25.000 exemplars.

► Què li ha comentat el director de RBA, Ricardo Rodrigo?

■ Mai de la vida he parlat amb ells. Jo treballa en un altre pis, tinc una relació jeràrquica amb el meu cap, però no he parlat mai amb ningú de RBA.



El dibuixant manresà Manel Fontdevila va posar punt final a una relació de vint-i-un anys amb El Jueves

El Jueves perd les seves estrelles

► Els adéus van continuar ahir El Jueves elevat a categoria de tragèdia per a la continuïtat de la revista tal com se la coneix actualment. Albert Montey, Manel Fontdevila, Isaac Rosa, Manuel Bartual, Bernardo Vergara, Luis Bustos, Mel, Paco Alcázar i Guillermo van anar anunciant al llarg de dijous i divendres el seu adéu a una publicació que va néixer el 1978. També el periodista lu Forn, vint-i-dos anys col·laborant amb el projecte, va anunciar que abandonava el Consell de Redacció, del qual formava part des de feia cinc anys. Manel Fontdevila va penjar divendres de matinada una vinyeta al seu compte de Twitter en què se'l veu amb el cap sobre la taula de dibuix i en què explica que, per coherència personal, ha de deixar de treballar en una revista que s'estima.

► Quan va prendre la decisió de deixar El Jueves?

■ Dimarts vaig veure a la pàgina web que hi havia la portada inicial, amb Pablo Iglesias, i no la que havia fet sobre el rei, però vaig pensar que era un problema informàtic. Ara bé, dimecres vaig parlar amb Albert Montey i ja vaig veure que anaven mal dades. Jo era a Bilbao, on vaig estar un parell de dies en una trobada sobre còmic i futbol. Pel que em va explicar, l'editor va dir que no es podia publicar aquella portada i després que no hi hauria més portades so-

bre el rei. Aleshores, jo vaig dir a la directora d'El Jueves, Maite Quilez, que em sabia greu però que si les coses anaven així jo plegaria.

► No hi havia marxa enrere?

■ Vaig estar tot dimecres pensant de com evolucionava el tema perquè no m'ho volia creure. De fet, la portada tampoc era tan terrible. Anava parlant amb l'Albert, que era al Consell de Redacció quan va anar-hi l'editor. Dijous al matí vaig tornar a parlar amb la Maite i li vaig dir que ho deixava. ■ És veritat que es van imprimir 60.000 exemplars amb la porta-

da reial que després es van destruir?

■ Jo conec gent que en té. Aquest sí que és un exemplar de col·leccionista.

► Maite Quilez va intentar que reconsiderés la seva postura?

■ Em va demanar que m'ho pensés bé, però ella entén la meua decisió. El 2007, a la direcció de RBA li va semblar estúpida tot l'afer, van vendre moltes revistes. Ara ha passat això, i m'estranya, perquè no es tracta d'un editorial polititzada, no tenen diaris, ni revistes de política. Però, pel que sembla, i parlo des de l'especulació per intentar entendre el perquè ha passat això, l'amo sí que s'ha polititzat.

► Havia patit pressions des que RBA va adquirir El Jueves l'any 2006?

■ Quan RBA es va quedar el 60 % de la revista -els anteriors propietaris, Òscar Nebreda i José Luis Martín, van conservar el 40 restant-, es va pactar que El Jueves mantenia una independència plena. Però això que han fet ara és una badada.

► Aquest afer és el final per a la revista?

■ Vull pensar que no. Me'ls esti-

«Tinc un compromís amb la gent que el 2007 em va fer costat quan van segrestar la revista per la meua portada»

«No he parlat mai de la vida amb la direcció de RBA, però fins ara mai havien intervingut en la meua feina»

«He rebut moltes mostres de suport però de moment cap trucada de feina. No sé què farà a partir d'ara»

mo, i sé que faran el millor per tirar endavant, trampejant les noves directrius editorials. Tothom té unes regles a la seva feina. La revista és molt bona i continuarà sent punyent com fins ara, però potser sense tanta independència. RBA ha traspasat una línia.

► Vergara, Mel, Montey, Alcázar, Rosa, Bartual... el sorprèn que hi hagi tants dibuixants que també hagin deixat la revista per culpa d'aquest afer?

■ Em sorprèn i no em sorprèn. No em fico en la integritat de ningú perquè cadascú té els seus problemes, però aquesta gent són persones que tenen una actitud coherent. Jo no puc treballar criticant polítics per la seva corrupció i després deixar colar una mentida com aquesta.

► I ara què?

■ De moment només estic a l'edifici, es, que de moment va bé, però no em cobreix una nòmina a final de mes. No sé què farà a partir d'ara.

► No li ha trucat ningú?

■ He rebut moltes trucades i mostres de solidaritat que agraeixo molt, però de feina de moment no. Dijous vaig estar treballant fins tard, he de lliurar les pàgines que tinc pendents per a la revista de dimecres que ve. Però després tindrè molt temps lliure. Ja veurem què passarà. Però jo he fet el que havia de fer.



Lo que Google no ve

Fuera del alcance de los buscadores tradicionales, sistemas de navegación cifrada protegen las comunicaciones, pero amparan también un mundo delincuencia

DANIEL VERDÚ
 Barcelona

El informático Edward Snowden, la Agencia de Seguridad Nacional estadounidense, los rebeldes sirios y un nutrido grupo de traficantes de droga comparten oficina. Está en las interioridades de Internet, en la denominada *deep web* (red profunda). Un submundo, pese a lo místico del nombre, formado por toda la información que los buscadores convencionales como Google o Yahoo no pueden rastrear.

En muchos casos se trata simplemente de páginas con contenidos no indexados: intranets, bases de datos como la de la Biblioteca del Congreso de Estados Unidos o webs en desguace. La gran mayoría de contenidos de Internet —entre el 80% y el 95% según la mayoría de las estimaciones—, no son accesibles a través de buscadores. Pero la *deep web* incluye también un creciente volumen de contenidos cifrados por motivos políticos, militares, de activismo de la privacidad o puramente delictivos. La revolución de Egipto, Wikileaks o el cibercrimen más sofisticado se han movido en los últimos tiempos en un entorno forjado en este reino de lo anónimo.

Para navegar por las profundidades de la Red, si un usuario conoce la dirección exacta de la

página que está buscando, podría acceder a ella escribiendo en el ordenador la URL. Pero su navegación no sería segura. Cada búsqueda puede ser fácilmente monitorizada o utilizada para comerciar con los datos de los usuarios.

La respuesta ha sido crear re-

des encriptadas que garantizan una navegación anónima, como la famosa Tor, utilizada hoy por alrededor de 2,5 millones de personas en todo el mundo. Pero el sistema se ha convertido también en un innegable paraíso para el comercio de productos ilegales y el cibercrimen. Cualquiera puede actuar, o delinquir, sin

dejar rastro.

El propio nombre de la red Tor (The Onion Router) alude a su funcionamiento: un sistema de capas (como una cebolla, *onion* en inglés) que elimina el rastro de la búsqueda. El ordenador se conecta al azar a direccio-

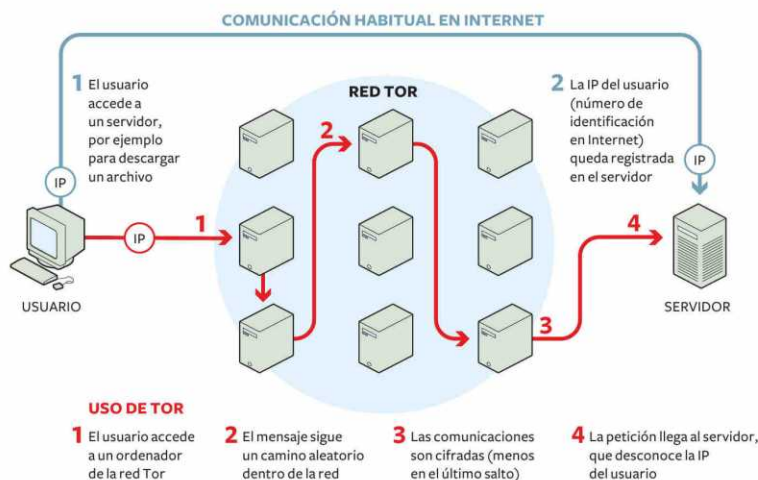
nes IP de usuarios que se han unido a Tor en todo el mundo (cada uno puede elegir formar o no parte de esa red en la que los usuarios se ocultan unos a otros) y va cambiando de forma aleatoria, haciendo prácticamente imposible dar con el origen de esas búsquedas.

El sistema es sencillo. Solo hacen falta un ordenador y un software libre, que puede descargarse desde cualquier buscador. Durante un par de horas, en una casa del Raval barcelonés, un informático experto en redes muestra a EL PAÍS varias tiendas donde uno puede conseguir cualquier producto ilegal imaginable. En el portal de la *deep web* Agora se vende un gramo de cocaína pura por 70 euros, 10 gramos de *speed* por 47 euros... En Pandora, otro de los mercados de este mundo subterráneo, un subfusil de asalto M4 vale 4.700 euros; DNI españoles y pasaportes de todas las nacionalidades se pueden obtener por poco más de 40 euros. Buceando un poco más, incluso hay quien se ofrece para asesinar a un tercero y, según fuentes de los Mossos d'Esquadra, es fácil comprar imágenes de torturas, violaciones y asesinatos.

En octubre de 2013, el FBI cerró Silk Road, hasta entonces el mayor cibermercado negro que existía en la *deep web*. Su propie-

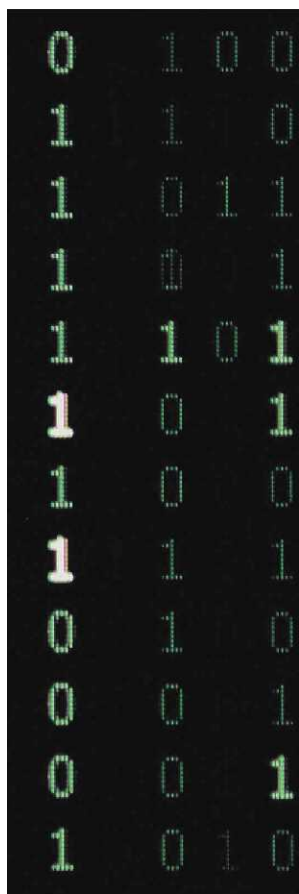
Así funciona Tor

Se trata de una red de comunicación en Internet que posibilita que el usuario no revele su identidad.



Fuente: elaboración propia.

RODRIGO SILVA/EL PAÍS



Como sucedió con Internet, el origen de la red Tor fue militar. Ahora sirve para camuflar y enmascarar actuaciones que los usuarios quieren mantener ocultas. / PAUL OOMEN (GETTY IMAGES)

tario, un chaval de 29 años apodado *Dread Pirate Roberts*, a quien le encontraron casi tres millones de euros en bitcoins, fue acusado de tráfico de narcóticos, lavado de dinero, conspiración y piratería. Se hicieron cientos de miles de transacciones (se estima que por un valor de

La red Tor es utilizada por más de dos millones y medio de personas

El portal Silk Road vendió centenares de kilos de droga antes de su cierre

20 millones de dólares, unos 15 millones de euros) y, según se anunció, se vendieron cientos de kilos de droga. "Silk Road se ha convertido en el mercado criminal más sofisticado y extenso en Internet hoy en día", se anunció. Duró unas horas. Al día siguiente de la intervención, ya ocupaban ese trono nuevos mercados como Pandora o Agora.

Todas las compras se pagan en bitcoins —una volátil criptomoneda creada en 2009 por el misterioso

seudónimo Satoshi Nakamoto que hoy cotiza a unos 480 euros— y las transacciones suelen realizarse mediante intermediarios (los llamados *escrow* o fidecomisos): servicios que retienen el pago hasta que no se recibe la mercancía en el domicilio a través del correo. El grado de fiabilidad de ambas partes se puntúa después de cada transacción, imitando a plataformas legales como eBay. "Buenísima calidad, como siempre. Muy recomendado", reza uno de los comentarios de los clientes de un vendedor de cocaína.

Pese a ello, gran parte de las ofertas son una estafa, asegura el jefe de delitos informáticos de los Mossos d'Esquadra mientras un miembro de la unidad muestra a EL PAÍS, en las dependencias del cuerpo en Sabadell, algunas páginas de pederastia.

Tor fue creada en 2003 como una evolución del proyecto The Onion Routing, que realizaba el Laboratorio de Investigación Naval de EE UU. Como Internet, su origen fue militar, pero hoy se encarga de su gestión y mantenimiento Tor Project, una organización sin ánimo de lucro radicada en Massachusetts y compuesta en su mayoría por voluntarios. Su director es el informático Roger Dingledine, uno de los creadores originales y gurú de este movimiento. El nivel de privacidad alcanzado por la red es casi perfecto.

Javier Barrios, del departamento de cibercrimen de la empresa de seguridad informática S1SEC lo corrobora. "Tor es actualmente un sistema de privacidad muy fuerte, resulta extremadamente complejo dar con el IP del usuario final. Si bien es cierto que organismos como la NSA estadounidense han tenido algunos ataques exitosos contra la red, sigue siendo un sistema muy fuerte".

Precisamente, Edward Snowden, el informático que destapó el caso de espionaje masivo de la NSA, aseguró hace unas semanas en una videoconferencia que Tor es su red preferida para garantizar el anonimato, y la propia agencia para la que trabaja (que ha intentado atacar esta red varias veces, según el propio Snowden) considera a Tor "el rey" en cuestiones de seguridad.

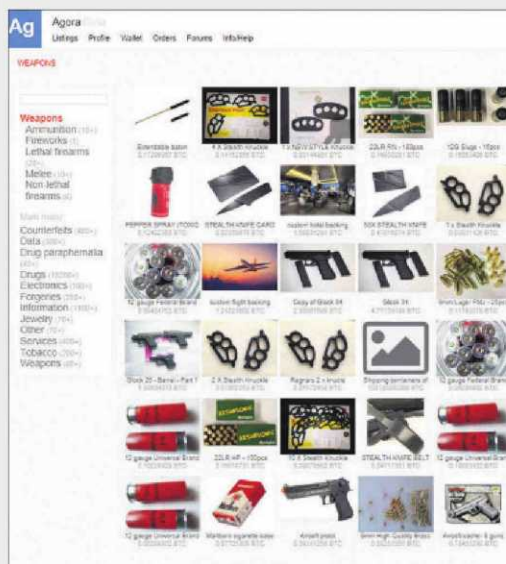
Para la policía es muy complicado rastrear las transacciones que se realizan en la *deep web* y, en la mayoría de los casos, al tratarse de menudeo de droga, ni siquiera merece la pena una intervención complicadísima judicial y tecnológicamente. "El delincuente busca que no le puedas vincular con una comunicación o una gestión; un anonimato casi absoluto. Y las redes Tor dificultan la trazabilidad de alguien", explica el jefe de Seguridad Lógica del Cuerpo Nacional de Policía en las dependencias centrales de Madrid.

La dificultad es compartida con el resto de fuerzas de seguridad, que a la falta de herramientas añaden los problemas generados por la distinta legislación internacional. "No podemos trazar de manera lógica en un procedimiento judicial lo que sería la conexión entre un autor y un contenido", señala el jefe de delitos informáticos de los Mossos d'Es-

El lado oscuro de la 'deep web'

A través de redes de comunicación como Tor se puede acceder a contenidos sin que pueda localizarse a su autor. Algunos navegadores diseñados para este entorno, como Torch o Grams, permiten visitar cibermercados que ofrecen servicios y productos ilegales. La policía alerta de que la mayoría de anuncios son una estafa.

► **Armas.** Al entrar en mercados como Agora o Pandora, los productos están clasificados por pestañas. Seleccionamos la de "armas" y aparecen anuncios como el de un rifle AK-47 por 3.97671237 bitcoins (unos 1.920 euros). Su vendedor, radicado en



Una página web del portal Agora en la que se venden armas.

Canadá, explica las bondades del artefacto y promete devolver el dinero si el cliente no queda satisfecho. También se venden pistolas desmontadas, como una Glock 26 o un fusil de asalto M4.

► **Drogas.** Es el producto estrella de estos supermercados. Cocaína de alta pureza, MDMA, DMT, *speed*, marihuana, ketamina... Los envíos también se realizan por correo.

► **Tarjetas de crédito y documentación.** Pueden conseguirse número de tarjetas de crédito para realizar compras online y toda suerte de pasaportes y carnés de identidad.

► **Pedofilia.** La *deep web* esconde infinidad de páginas de pederastia, imágenes de torturas y asesinatos. Los *hacker* legales y los Mossos d'Esquadra ponen especial énfasis en este apartado. El jefe de delitos informáticos muestra algunos ejemplos y relata el caso del vídeo que más le ha horrorizado en los últimos tiempos: abusos sexuales y el asesinato de una niña china de dos años.



Venta de cocaína pura en el portal Pandora.

quadra, policía mucho más centrada en los delitos de pornografía infantil que también se cometen usando el submundo de la *deep web*. "Genera dificultades. Es un espacio donde hay que trabajar, pero que no permite a nivel procesal aplicar autorías de hechos". En 2010, la policía autonómica catalana desmanteló una red de pederastas que operaba en la profundidad llamada —irónicamente— *Protegenos*.

Más allá del mundo delincuencia que esconde, la *deep web* y redes como Tor son el triunfo del llamado movimiento *hacktivista*, que lleva años luchando por la privacidad en la Red. Ha sido una herramienta indispensable en la lucha de la población de países en conflicto como Siria o lugares con censura y espionaje en Internet como China, Irán o incluso Turquía. También de nuevas iniciativas en España para obtener información sobre corrupción. Defienden que en un mundo donde los

El montaje de las redes hace muy difícil vincular un delito con su autor

La privacidad es la clave de la revolución de los 'hacktivistas'

datos ya son el nuevo petróleo, si no dejamos rastro no somos rentables ni manipulables. Esa es parte de la revolución que recorre Internet y que encuentra algunas variables en casos como el del espionaje masivo de la NSA. El periodista del diario británico *The Guardian* que llevó el caso, Glenn Greenwald, recomendaba en este periódico la semana pasada empezar a usar correos cifrados a los profesionales que trabajan con secretos y que deben proteger a las fuentes. Mercè Molist, periodista española experta en seguridad informática, lo corrobora, y opina que si estas redes se simplifican y mejoran su velocidad, podrían empezar a usarse de forma más generalizada.

Están en ello. Tor lanzó su propio sistema de correo electrónico y, hasta que el FBI lo cerró hace un año en el marco de una operación contra la pederastia, fue bastante popular. Lo mismo le sucedió a Lavabit (el que usaba Edward Snowden) tras el escándalo de espionaje. Hoy, Protonmail, con un servidor alojado en Suiza, es la nueva alternativa de correo cifrado. Pese a todo, no existe una red segura al 100%, como matiza Javier Barrios: "Todo esto hace más difícil que te encuentren, pero la NSA tiene en marcha varios sistemas para espiar Tor. No pueden romper la red, pero tienen trucos para cazar a los más descuidados. Es el juego del gato y el ratón. Pero hoy la navegación anónima es imprescindible en países donde está prohibida la navegación libre. El control de la sociedad de los gobiernos ya no es una historia conspiratoria o paranoica".



LIBROS / Debate

La crítica en días de tuits

Los prescriptores literarios de los grandes medios llegan a más público que nunca, pero compiten con un mar de blogs. Y las recomendaciones boca a boca se pasan a las redes sociales. ¿Quién es el influyente ahora? ¿Qué mueve al lector en la era digital? Por Ricardo de Querol

LA CRÍTICA SIEMPRE ESTÁ EN CRISIS, como debe ser". La sentencia es del mexicano Christopher Domínguez Michael, uno de los más respetados expertos en literatura, quien no oculta su lejanía del mundo digital. "Soy un crítico a la antigua. Solo leo libros impresos, y de Internet solo me sirvo para comprarlos". Domínguez mantiene un blog en la revista *Letras Libres* con sus artículos, y admite que le ha permitido llegar a mucha gente. Pero no es su terreno. "Procuró no interactuar en la Red ni contestar el teléfono. Lo mío es la letra impresa. Jamás juzgaría nada que no estuviera impreso o encuadrado".

En el lado contrario, el novelista, poeta y periodista Benjamín Prado ha escrito casi 8.000 tuits y mantiene una conversación frenética con miles de seguidores en su muro de Facebook y en su blog. Sostiene, y es un vivo ejemplo de ello, que nunca los autores han estado tan cerca de sus lectores. "Dialogamos como si estuviéramos en una feria del libro eterna. Eso es extraordinario. A Dickens le habría encantado, a él que publicaba en entregas y tenía en cuenta la reacción del público al escribir las siguientes".

Son distintas formas de adaptarse al ritmo de los tiempos en un mundo, el literario, que como tantos otros se ve sacudido por la revolución digital. Y ahora, ¿de quién se fía el lector? Si la referencia era la crítica, la que se ejercía desde periódicos y revistas por profesionales reconocidos, ¿es eso igual hoy? La crítica se ejerce al modo de siempre en las publicaciones tradicionales, sea en papel o en la web, y también en nuevos medios solo digitales, pero compete con una legión de blogueros más o menos aficionados, más o menos solventes; y con miles de mensajes breves que se intercambian en las redes sociales recomendando tal o cual libro. Así que el boca a boca, al final el gran motor de la lectura, se traslada a redes donde la gente no se conoce físicamente, pero descubre afinidades y crea comunidades. Entonces, ¿quién es el prescriptor cultural en la era digital?

El autor peruano Iván Thays reivindica al crítico profesional, pero observa en él

demasiada aprensión ante los cambios. "Ven con pánico el mundo de los blogs. Es un temor infundado. En realidad, los blogs también se alimentan de ellos". Thays observa que la crítica literaria llega a más gente que nunca, luego tiene más poder e influencia, pero hay nuevos actores, los críticos de blogs serios, que además "pueden explayarse y convertir cada crítica casi en un ensayo". Estas nuevas voces, no académicas, pero a menudo con buen criterio, están sirviendo para enri-

"Los críticos ven con pánico el mundo de los blogs. Es un temor infundado", defiende el escritor Iván Thays

La influencia fuera de la Red se traslada a la Red. Hay firmas que mueven masas sin apenas utilizar el correo electrónico

quecer la discusión literaria, concluye. Y para agitar polémicas, algo muy positivo.

El espacio de la crítica literaria ha ganado en pluralidad y en especialización, con lo que llega a nichos hasta ahora desatendidos. Pero ¿tiene la misma influencia? Algunos creen que no. Al escritor Alberto Olmos se le considera un crítico despiadado cuando escribe en su blog bajo el alias Juan Mal-herido. Su diagnóstico es rotundo: "La crítica literaria es el estamento más deteriorado de todo el entorno editorial. Un editor me dijo que solo afirmar

en Twitter que una novela te ha gustado —si el afirmante tiene varios miles de seguidores— le vale tanto, en términos de promoción y comercialización de la obra, como una reseña de cierta extensión". Olmos defiende que "cualquier blog literario que se haga popular tiene un mérito inmenso y deja en ridículo a todos aquellos que firman semanalmente en prensa escrita". Y a quienes recelan del amateurismo de los blogueros les responde: "No hay más inteligencia ni más conocimiento ni más perspicacia ni interés en una reseña profesional (esto es, pagada) que una hecha por amor al arte".

Aunque viva enganchado a las redes, no opina lo mismo Benjamín Prado. "Para ser crítico hace falta una preparación específica, estar muy entrenado en el gimnasio de la lectura. Una crítica es más que una opinión personal". Pero Prado cree que hoy se leen más reseñas que verdaderas críticas. No es el único que añora tiempos mejores para la crítica literaria. "La figura del gran crítico desapareció más o menos con la del gran escritor", ha dicho Philippe Lançon, crítico literario de *Libération*.

En defensa de la profesionalidad interviene Ana Rodríguez Fischer, crítica en *Babelia*, novelista y profesora universitaria de Literatura. "A priori, ni descalifico la crítica que circula en los blogs ni ensalzo sin matices la publicada en los suplementos, porque tampoco estos son homologables entre sí. Pero hay una gran diferencia: la de los suplementos está sometida a filtros, cedazos, jerarquías, contrastes, y por lo general sus autores están acreditados o han refrendado su profesionalidad, lo que no siempre sucede en los blogs".

Fischer conoce blogs de calidad excelente, "en especial los que se ciñen a un género literario, una modalidad, una época, un movimiento, que suelen venir firmados por autores que frecuentan y conocen bien su particular campo preferencial". Cree que la tentación narcisista, la de "erigirse en policía de tráfico" en palabras de Juan Benet, puede darse por igual en uno y otro terreno, pero se da más en los blogs "por una cuestión numérica".



Ilustración de Eva Vázquez.

Vicente Luis Mora, escritor y crítico, autor del ensayo *El lector espectador* y del blog *Diario de lecturas*, niega la distinción entre articulistas según escriban en grandes medios o en bitácoras. "Este debate durará lo que dure el prejuicio de consideración de que el papel es un síntoma de calidad: muchos años para la gente de bastante edad, relativamente pocos para generaciones intermedias como la mía y nada para los más jóvenes, para quienes la crítica en papel no solo es antediluviana, sino que nunca ha tenido para ellos ningún valor como prescriptora".

Mora ve ventajas en los blogs, desde la mayor libertad de espacio y de forma hasta "la posibilidad del crítico criticado, que puede ser contestado o corregido en el mismo lugar de la publicación y a los cinco minutos de colgarla, tanto por los lectores como por el propio autor del libro". Su conclusión es que tanto el crítico de grandes medios como el bloguero independiente construyen su propia autoridad. "¿Cuál es la diferencia? No hay diferencia. Solo hay dos tipos de críticos literarios: buenos y malos, escriban donde escriban".

¿De quién fiarse entonces? Algo sabrán los libreros. Lola Larumbe, dueña de la Rafael Alberti de Madrid, cree que la crítica sigue siendo importante, pero genera menos confianza en los lectores que antaño, lo que corre paralelo a la pérdida de crédito del periodismo en general. Y no cree que los críticos sean los primeros prescriptores literarios: "La mejor recomendación es la de otro escritor muy reconocido. Que cite un libro Vargas Llosa o Muñoz Molina". Eso tiene un impacto mayor en las ventas que las reseñas de los suplementos culturales, también considerable según su experiencia. Luego hay libros "que se venden solos, por el boca a boca, a los que la crítica llega tarde". En estos casos, blogs y redes sociales cubren el hueco, de forma que cualquier lector puede convertirse hoy en el descubridor de una gran obra. En tiendas como la suya, el librero tiene gran peso en la decisión del lector, porque sus consejos "no tienen trampa ni cartón. Si recomiendo un libro que no gusta, me lo dirán enseguida. Antes que si les gusta".



Nora Cateli, profesora de Teoría Literaria en la Universidad de Barcelona, tiene otra experiencia: "Los estudiantes suelen mantener circuitos separados. Por un lado usan la Red, que es igualitaria (o lo parece) y generacional; por otro, resguardan la experiencia de la literatura, que es vagamente intemporal; y no desdénan la autoridad, aunque finjan que les molesta". En su opinión, la crítica literaria de hoy "raramente prescribe, porque ha sustituido esa función por otra más interrogativa".

La periodista Eva Orué, dedicada ahora a la promoción editorial, analiza la eclosión de blogs literarios con una clave: mientras los medios tradicionales han reducido espacio para la crítica de libros, en la web encontraron acomodo los seguidores de géneros como la literatura infantil y juvenil, fantástica, de ciencia-ficción o romántica. "Los eruditos discutirán la calidad literaria de muchas de esas páginas en las que los fans se encuentran, pero lo cierto es que tienen información de primera mano,

mantienen una relación fluida con las editoriales, se comunican con los autores, que suelen ser muy activos en las redes sociales, y demuestran un entusiasmo y unas ganas de compartir que es difícil de encontrar en otros terrenos". Por ello, las editoriales los consideran interlocutores privilegiados, en un papel antes reservado a los periodistas.

Josep Oliver publica críticas en blogs como *Cisne negro* o *Papel en blanco*. Él sí admite que la crítica en bitácoras puede ser menos profesional o menos profunda, pero a cambio encuentra más frescura, entusiasmo y "menos anquilosamiento". "No sé si es más fiable, más respetable o más independiente. Ciertamente distinta, más cercana a los lectores, con gente que quizás es aficionada, pero llega a leer una cantidad ingente de libros al cabo del año", sostiene. Personas entusiastas y sin compromisos con el sector editorial, subraya. Sin embargo, Alberto Olmos cree que también los blogs literarios "obedecen demasiado a las editoriales, a sus

departamentos de marketing. En ese sentido no hemos avanzado mucho".

Desde Lima, Iván Thays da otro punto de vista: los críticos académicos son más necesarios que nunca, pero el bloguero que tenga un gran capital de lecturas puede alcanzar su misma influencia. Y apunta como fenómeno que Internet se está convirtiendo en un mundo de comunidades, lo que impone una selección: si un blog no es respetado en tu comunidad, no existirá para ti. Al final, señala, quien tiene prestigio fuera de la Red lo tendrá también online. Los mejores articulistas mueven masas en Internet sin utilizar ni siquiera el correo electrónico.

Son distintos diagnósticos sobre el estado de la prescripción literaria en tiempos confusos. Los críticos tienen ante sí más lectores que nunca. Pero ya no están solos en el debate público sobre los libros. Las voces de referencia suenan entre muchas otras que animan el debate. El buen lector sabrá encontrar la excelencia. En cualquier formato. El papel no es la cuestión. •

La 'regla Bambi': ¿nada de crítica negativa?

"Pretendo no volver a escribir una crítica negativa". Lo anunció en septiembre Lee Seegel en su blog en *The New Yorker*. "La crítica más efectiva de un mal libro es simplemente ignorarlo", sostenía. Su idea fue emulada por Isaac Fitzgerald, fichado por el portal BuzzFeed para dirigir su sección literaria. "¿Para qué gastar tu aliento machacando a alguien? Si no puedes decir algo bueno de un libro, no digas nada". La propuesta ya se conoce como la *regla Bambi* y fue objeto de debate en el *New York Times*, donde la escritora Francine Prose apuntilló: "Escribir un mal libro no es un crimen que deba llevar a la humillación pública".

Entonces, ¿basta con ignorar los libros olvidables? "Si la crítica siempre es positiva, caerá en el descrédito y en el aburrimiento", opina Ana Rodríguez Fischer. "No me agrada hacer críticas de novelas que no me interesan, pero se tienen que hacer. Sobre todo si son de nombres consagrados. Un gran escritor puede tener una novela fallida".

Benjamín Prado cree que "dedicar la mitad de las reseñas a decir lo malos que son algunos libros no ayuda precisamente a fomentar la lectura", pero admite que es obligado reseñar ciertos libros por su impacto, como los que ganan premios. "Eso sí, cuando un crítico masacra el primer libro de un chico de 23 años me parece una crueldad innecesaria. ¿Que dedique ese espacio a otro joven que lo merezca?". Y cita a Auden, que sentenció: "Es imposible hablar mal de un libro sin pavonearse".

Iván Thays alerta de que una crítica siempre amable "haría mucho daño". "Crítica viene de crisis; si no hay un cuestionamiento, ¿para qué hacerla?", se pregunta. Y recuerda gloriosos artículos de crítica dura, como el de un Nobel contra otro, Coetzee sobre *Memoria de mis putas tristes*, de García Márquez. Un varapalo, sí, pero que "enseñaba mucho sobre su literatura".

Seegel justifica que la autoridad del crítico no es la misma en medio del ruido de la sociedad digital que hace medio siglo. En el *Times*, la escritora Zoe Heller replicó señalando que los autores no son niños de parvulario que necesitan el aplauso de sus padres, sino adultos que ponen su trabajo en la arena pública. Para bien o para mal. •



La Audiencia deja que Pedraz siga investigando el caso Couso

El fiscal pidió que se cerrara a la luz de la reforma de la justicia universal

NATI VILLANUEVA
MADRID

La Audiencia Nacional decidió ayer dejar que el juez Santiago Pedraz siga investigando el caso Couso, aunque no entró a analizar los efectos que puede tener en esta causa la reforma de la ley que limita la jurisdicción universal a supuestos muy concretos.

Los dieciséis magistrados que conformaron ayer el Pleno de la Sala Penal rechazaron por unanimidad el recurso de queja interpuesto por la Fiscalía contra la decisión de este juez de mantener abierto el caso sobre la muerte del cámara José Couso en Bagdad (Irak) en 2003. En el marco de este procedimiento Pedraz cursó en su momento órdenes de detención internacional contra tres militares estadounidenses. El Ministerio Público le había pedido que cerrara el sumario y lo elevara a la Sala para que fuera esta la que decidiera sobre el archivo o no de la causa a la luz de la reforma de la ley.

Cauce incorrecto

Fuentes jurídicas explicaron que el Pleno celebrado ayer no entró en el fondo del asunto y se limitó a estudiar la cuestión procedimental, porque no podía hacer otra cosa. Y ello porque para los magistrados el recurso de queja utilizado por la Fiscalía para oponerse a la decisión de Pedraz (de seguir investigando) no ha sido el cauce correcto para pedir al juez que concluya el sumario y lo eleve a la Sala para que esta decida si tiene que seguir abierto. Consideran que es algo que el fiscal debería haber pedido directamente al instructor.

Esto no quiere decir que se haya cerrado la puerta al Ministerio Público, que podrá hacer lo que la Sala le ha sugerido: solicitar al juez que concluya la causa y si este se niega, como parece previsible, recurra entonces a la ins-



El juez Pedraz, ayer, a su llegada a la Audiencia Nacional

EFE

Otros cuatro narcos en libertad

Apenas veinticuatro horas después de que la Fiscalía advirtiera ante el Tribunal Supremo que las últimas excarcelaciones de narcotraficantes acordadas por la Audiencia Nacional son inconstitucionales, la Audiencia volvió a retar ayer

al Ministerio Público. Lo hizo confirmando las libertades de cuatro «narcos» turcos apresados en febrero en un pesquero con 12 toneladas de hachís. Como en los otros 49 casos anteriores, el Pleno considera que, tras la reforma de la justicia universal, España ya no tiene competencia sobre los «narcobarcos». Cuatro de los 16 magistrados discrepan.

tancia superior. Solo así el Pleno podrá pronunciarse sobre el fondo del asunto: si el caso Couso se ve afectado por los nuevos límites de la justicia universal.

Sobre la mesa hay dos posturas enfrentadas: por un lado la de Pedraz, que considera que sobre la reforma de

la ley de justicia universal prevalece el convenio de Ginebra, como tratado internacional, que obliga a perseguir los delitos contra las personas y bienes protegidos en caso de conflicto armado, entre ellos los periodistas. Por otro, la de la Fiscalía, que señala que el artículo 146 de la IV Convención de

Otros casos

Genocidio en el Tíbet

El juez Ismael Moreno concluyó hace poco la investigación sobre el genocidio en el Tíbet en la década de los ochenta. La Sala Penal tiene que decidir si la archiva. El juez ha procesado, entre otros, a los expresidentes chinos Hu Jintao y Jiang Zemin.



Caso Ellacuría

Eloy Velasco investiga a 13 exmilitares salvadoreños por el asesinato de cinco religiosos, entre ellos el español Ignacio Ellacuría. Se ha negado a archivar la causa.



Genocidio en Ruanda

Fernando Andreu investiga el asesinato de nueve españoles y cuatro millones de ruandeses entre 1994 y 2000. Ha ordenado la detención de 40 militares del país.



Ginebra, invocado por Pedraz, no tiene carácter obligatorio ni es de aplicación directa en España, por lo que una norma interna, como la nueva ley de justicia universal, «puede limitarlo, modificarlo, suspenderlo o hasta derogarlo».

Sin decisión sobre el Tíbet

Además, el juez considera que no está en condiciones de cerrar este caso y enviarlo a la Sala porque aún no se han practicado todas las diligencias pendientes, entre ellas tres comisiones rogatorias a Estados Unidos, de las que aún no se ha obtenido respuesta, y la toma de declaración a los procesados.

También a la luz de los nuevos límites a la jurisdicción universal, el Pleno tenía previsto abordar ayer si debe archivar la causa de la represión en el Tíbet que investiga el juez Ismael Moreno. El asunto se ha aplazado para el 18 de junio por una cuestión formal.



És la vida

Comunicació en positiu

Asha Miró
Escriptora



Durant aquests últims anys, als que treballem als mitjans de comunicació ens ha agafat un sentiment de desolació. A les xarxes i en diversos grups és qüestionat, moltes vegades, el paper dels mitjans com els diaris, i sobretot el seu futur.

Hi ha un aforisme força estès en l'àmbit periodístic que diu: «si hi ha sang, es ven», qui diu sang vol dir en aquests temps una gran dosi de sensacionalisme. Però amb aquesta tendència els que en surten castigats són tots aquells altres lectors que volen estar informats i volen saber el que passa amb rigor i responsabilitat.

Davant aquesta situació, han sorgit diferents mitjans per cobrir millor aquests buits i que posen en relleu la responsabilitat que els mitjans tenen de satisfer un nou rol social com a actor protagonista i corrent d'esperança.

Per sort, els ecos d'aquests mitjans ressonen cada vegada amb més força i articulen un fenomen global que també escolten els mitjans generalistes. No és tan sols un cant de sirenes, sinó que valoren la seva concepció com una proposta sòlida de solucions.

Vull compartir amb vosaltres una acció meravellosa o almenys a mi m'ho ha semblat. El rotatiu Corriere della Sera, sota el títol: «L'Italia che ce la fa» (La Itàlia que tira endavant) va fer el llançament especial per tal d'incentivar la confiança perduda en els ciutadans del país. Va ser una acció sense precedents en el món editorial italià, que amb aquesta edició especial arribarà a 20 milions de llars italianes, com a part d'un megaprojecte nacional anomenat #Italia-

Amb la tendència sensacionalista els que surten castigats són els lectors que volen estar informats i volen saber el que passa amb rigor

Davant aquesta situació, han sorgit diferents mitjans per cobrir millor aquests buits i que posen en relleu la responsabilitat dels mitjans

Corriere della Sera va fer un llançament especial per tal d'incentivar la confiança perduda en els ciutadans del país

voltapagina.

La seva distribució no suposa cap augment de preu per als lectors del Corriere della Sera, i a més a més també el podran gaudir en versió digital.

Segons explicava Nicola Speroni, «es tracta d'una operació editorial molt important i compromesa», alhora que afegeix que «cap diari ha arribat mai als italians casa per casa, i el Corriere della Sera ho pot fer gràcies al seu lideratge intel·lectual i la seva provada autoritat».

Amb aquest número especial, que consta d'un total de 28 pàgines, es recullen articles especials de periodistes de capçalera i de col·laboradors del diari i també un repertori dels millors bloguers de la seva web.

Però el més important és el contingut: un mostrari encoratjador d'històries que ens ensenyen una altra realitat d'Itàlia, la qual no es rendeix i confia en les seves múltiples qualitats.

Segons el director del diari, «és la crònica d'un extraordinari país que, malgrat tot, estudia, treballa, produeix i innova».



A les xarxes i en diversos grups són qüestionats, moltes vegades, mitjans com els diaris

De forma conjunta, l'ambiciós projecte, s'obre també al periodisme ciutadà, ja que italiavoltapagina.corriere.it vol fer partícips els lectors italians perquè expliquin les seves experiències i trossin les 10 raons per les quals és bo viure a Itàlia.

Aquesta experiència del periodisme en

positiu ens la podríem aplicar aquí també, i jo des d'aquí ho faig: «voldríem una edició especial únicament de bones notícies», per així començar una carrera de fons d'impactes positius en les nostres vides i d'aquesta manera dibuixar un futur esperançador per a tots.



El apagón de la TDT altera el mapa de las audiencias

► La final de Champions ocupó los tres primeros puestos de lo más seguido en mayo

H. CORTÉS
MADRID

El cierre de nueve canales de la TDT el pasado 6 de mayo y, por tanto, la reducción de la competencia, ha redibujado el mapa de audiencias de la televisión española. En líneas generales, el vacío dejado por La Siete, La Nueve, Nitro, Xplora y La Sexta 3 ha permitido al resto de canales comerciales aumentar sus espectadores.

Mediaset ha sido la gran beneficiada del mes de mayo. Su cadena principal, Telecinco, ha subido 1,5 puntos hasta situarse en el 15,4% de cuota de pantalla. Este aumento se debe, en parte, al buen comportamiento de sus ficciones, especialmente de «El Príncipe», que cerró mayo con una media del 26,9% de cuota de pantalla y 5,2 millones de espectadores. De hecho, su último episodio, con más de seis millones de seguidores, se ha convertido en el desenlace de una serie más visto de los últimos tres años. La emisión de la final de la Europa League entre el Sevilla y el Benfica ha permitido a Cuatro protagonizar la segunda mayor subida del mes (+0,8 puntos). Sin embargo, la pequeña de Fuencarral sigue situándose por detrás de La Sexta, su inmediato competidor.

Por su parte, Antena 3 también ha mejorado sus datos (0,7 puntos más que el mes anterior), situándose con un 13,7% de audiencia como la segunda opción preferida de los espectadores. «Velvet», la Fórmula 1 y «El Hormiguero» han sido los programas estrella de los de San Sebastián de los Reyes. La Sexta también ha logrado un aumento de 0,7

puntos gracias, en parte, a los restaurantes que Chicote reflota cada lunes en «Pesadilla en la cocina».

La cadena pública, que se deja siete décimas en el mes de mayo, se consolida como la tercera más vista del país con un 10,3% de cuota de pantalla. Además, consigue las tres emisiones más vistas del mes: la prórroga del Real Madrid-Atlético de finales de la Champions League (12,3 millones de seguidores), el partido (11,03 millones) y el pospartido «Felicidades Real Madrid» (9,3 millones de espectadores). La 2, pese a no beneficiarse del efecto fútbol, logra subir hasta el 2,7% de cuota de pantalla.

Crecen las regionales

Las cadenas autonómicas públicas también han visto crecer su público (+0,3 puntos) y han logrado invertir la tendencia a la baja que arrastraban los tres últimos meses, cerrando mayo con un 8% de share.

Dentro de las temáticas, los mayores ascensos los han protagonizado FDF (+0,6 puntos), Neox (+0,5), Discovery Max



Once millones de espectadores siguieron la final de la Champions

IGNACIO GIL

Lo más visto del mes

- Champions: prórroga del Real Madrid-Atlético (La 1, 12,3 millones)
- Champions: Real Madrid-Atlético (La 1, 11,03 mill.)
- Champions: «Felicidades Real Madrid» (La 1, 9,3 mill.)
- Europa League: penaltis Sevilla-Benfica (Cuatro, 8 mill.)
- Europa League: prórroga Sevilla-Benfica (Cuatro, 6,4 mill.)

(+0,4) y Paramount (+0,3). En el caso de los dos primeros, este aumento se debe a la llegada de programas de los canales desaparecidos. En el caso de Paramount y Discovery Max el crecimiento se explica, en parte, por la desaparición de sus dos directos competidores, Xplora y La Sexta 3, respectivamente.

Tras el apagón, la diferencia de canales entre Mediaset –que se ha quedado con seis– y Atresmedia –que mantiene cuatro– ha beneficiado a los de Fuencarral, que han recuperado el liderazgo perdido en noviembre de 2013.



Visca el bufó d'El Jueves!

❖ Durant uns anys de la meua vida, vaig ser afortunat de tenir un sogre que posseïa, a la seva casa de camp, una col·lecció de la revista *El Jueves*. Ara no recordo si la col·lecció arrencava des del primer número, però segur que abastava des dels començaments fins als anys noranta-i-tants. No trobaria adjectius per explicar com em vaig divertir amb sèries com *Historias de la puta mili*, *Makinavaja el último choriso*, *Clara de noche*, *Martínez el Facha*, *Grouñidos en el desierto*, *Pedro Pico* i *Paco Vena*, *Mamen*, *El Profesor Cojonciano*, *Historias Fermosas* o els acudits que s'inventava el gran Jaume Perich, generalment amb gats irreverents com a protagonistes. Ser lector d'*El Jueves* va ser un plaer.

❖ I no sols un plaer retrospectiu. Després de l'etapa que col·leccionava el meu exsogre en va venir

una altra, fortament marcada per ninotaires que ja eren de la meua generació. Singularment, Manel Fontdevila i Albert Monteys van aportar nous gràfics, nous punts de vista i nou sentit de l'humor a la revista (també en varen ser directores, en diferents moments) i ens varen fer feliços amb sèries com *Tato*, *en moto y sin contrato*, *La Parejita*, *S.A.* o *Para ti que eres joven!* Fontdevila i Monteys provenien del fanzine *Mondo Lirondo*, que va revolucionar el món del còmic barceloní a començaments dels noranta amb la seva exacta barreja entre la línia clara europea i l'*underground* nord-americà. I, seguint la seva estela, es van incorporar a la nòmina d'*El Jueves* ninotaires ex-



SEBASTIÀ ALZAMORA

ESCRITOR

Esgotada la Transició, el 'fair play' s'ha acabat i tornem als pitjors temps de la censura

cel·lents com Bernardo Vergara, Manuel Bartual, Isaac Rosa, Guillermo, Paco Alcázar, Malagón i Luis Bustos. Tots aquests, més els susdits Monteys i Fontdevila, han decidit deixar *El Jueves* després d'haver patit l'episodi de censura que suposo que ja coneix tothom. A l'actual empresa editora de la

revista, RBA, no se li ha acudit res més que censurar una portada en què es feia broma sobre la successió dinàstica entre Joan Carles i Felip de Borbó. No tan sols això, sinó que algú de l'empresa va puntualitzar que *El Jueves* no podia caricaturitzar més la Corona a la portada: si de cas a les pàgines interiors. De manera que *El Jueves*, la revista satírica que des de sempre i fent honor al seu nom ha sortit els

dimecres, va haver de sortir aquesta setmana amb un dia de retard, per substituir la portada sobre els Borbons per una altra sobre Pablo Iglesias, que encara no s'ha avesat a fer pressió sobre els mitjans.

❖ Parlem d'una revista que ens ha fet riure (de vegades, molt) durant una trentena d'anys, però que ha entrat en un cicle que no fa ni mica ni gota de gràcia. *El Jueves*, com recorden els seus mateixos responsables, havia protagonitzat enfrontaments directes amb la casa reial espanyola, que sempre s'havien resolt amb una bona dosi de *fair play* per les dues bandes. Es veu que, esgotada la Transició, el *fair play* s'ha acabat, i que tornem als pitjors temps de la censura. Honor a *El Jueves*, que potser no per casualitat ha tingut sempre com a mascota un bufó d'aquells que feien riure els reis de l'antiguitat.



elradar



Detall del dibuix amb què Manel Fontdevila explica el seu adéu a *El Jueves*.

Dos històrics d'«El Jueves» dibuixen el seu comiat de la revista

À. GUTIÉRREZ
BARCELONA

Manel Fontdevila i Albert Monteys van voler explicar ahir la seva sortida d'*El Jueves* -arran de la censura d'una portada amb un acudit sobre el rei- i ho van fer a la manera dels ninotaires: dibuixant una vinyeta, que van compartir amb els seus seguidors a les xarxes socials.

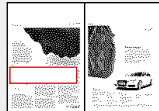
Fontdevila, a qui van encarregar la portada finalment retirada, es dibuixava amb el cap esclafat sobre la taula de dibuix: "Em sap molt greu deixar la revista, un lloc on he treballat molt i molt a gust, amb gent que estimo absolutament. [...] Però a títol personal no puc mantenir una relació amb un editor que ha canviat els termes del que teníem acordat".

Monteys, per la seva banda, defensava els que han triat quedar-se a la publicació. "Seguirà sent un lloc on es diran coses impor-

tants", es podia llegir al seu dibuix. Qui va ser director de la revista entre el 2006 i el 2011 lamentava: "No sabem, ni sabrem mai, els mecanismes que han intervingut en la decisió de la cúpula de RBA. Sí que sabem que gràcies a aquesta decisió gairebé no hi haurà alternativa al discurs unitari «La monarquia és necessària i és el futur»".

Ahir es va pronunciar també a Twitter la directora actual de la publicació, Mayte Quílez: "No he dit res: no tinc paraules i no puc parar de plorar per *El Jueves*, on porto més de 37 anys, i per tot el que significa".

La crisi viscuda al setmanari satíric s'ha saldat amb la sortida d'alguns dels seus col·laboradors més veterans. A més de Monteys i Fontdevila, han anunciat que pleguen Bernardo Vergara, Paco Alcázar, Guillermo, Manuel Bartual, Isaac Rosa i Lluís Bustos. Iu Forn, que ha col·laborat amb la capçalera durant cinc anys, també ha abandonat la revista.



Alberto R. Roldán, de LA RAZÓN, galardonado Premio de Fotografía Periodística, fotoCAM

El presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González, presidió ayer la entrega del VII Premio de Fotografía Periodística fotoCAM, que distinguió al fotógrafo de LA RAZÓN Alberto R. Roldán por una serie sobre el Belén viviente de Buitrago de Lozoya. La instantánea «La Espera», de

Lulian Adrian Zambrea, fue reconocida en la categoría individual. Estas fotografías, junto con las cinco finalistas y otras 24, se exhibirán en la Real Casa de Correos. En la imagen, el presidente de la Comunidad, a la izquierda, durante el acto, con nuestro compañero, el primero por la derecha.



El fotògraf del rei prepara un llibre de memòries

El reporter peruà Juan Chávez prepara un llibre de memòries. El fotògraf, de 78 anys, és qui més ha acompanyat el rei en les seves comitives, des de la revista *iHola!*. El dia de la seva jubilació, segons va revelar, el rei va voler acomiadar-se'n. Era fa vuit mesos i el monarca li va dir que aviat el seguiria ell.





entrevista

Es un pilar de la escritura estadounidense contemporánea. Se le considera uno de los padres del nuevo periodismo, el reporterismo que pese a ser literario no renuncia a la verdad ni a ir al fondo de las cosas. A sus 82 años, **Gay Talese** sigue escribiendo y dice que no ha perdido la curiosidad, a la vez que se muestra muy crítico con su profesión y con su país.

“A Estados Unidos ya no se le mira con respeto”

Texto de **Francesc Peirón**

Genio y figura. Al instante de pulsar el timbre de esta casa en el Upper East Side de Manhattan, el anfitrión abre la puerta. Aquí está Gay Talese. Su estampa resulta literaria. Por su propia profesión –narrador de historias reales– y por su porte. Desciende de una estirpe dedicada a coser, sastres de profesión. Incluido su padre, Joseph, que emigró de Maida, en Calabria, y, previo pasó por París, desembarcó en Nueva York el 23 de

diciembre de 1920. Tras una corta estancia en Ambler (Pennsylvania), se instaló en Ocean City (Nueva Jersey).

En esa ciudad de la costa atlántica nació Gay, americanización de Gaetano (por su abuelo), el 7 de febrero de 1932.

“Existe un tipo de trastorno mental leve que resulta endémico en la profesión de sastre”, escribe Talese en *Los hijos* (*Unto the Sons*, 1992), libro que Alfaguara publica con traducción de Damià Alou y en el que el autor cuenta las tribulaciones

de su familia y, por extensión, la diáspora migratoria. Desde los orígenes en el sur de Italia, cuando aún no era Italia, hasta que Gay ha cumplido los 11 años, punto que marca como el fin de su infancia.

“Aunque nunca ha atraído la atención de los científicos, con lo que no se puede adjudicar un nombre oficial –dice Talese del mal del sastre–, mi padre la describió como una forma prolongada de melancolía que se presenta esporádicamente en ataques de mal humor; el resul- →





→ tado, sugería mi padre, de excesivas horas de un trabajo lento, exigente y microscópico que avanza puntada a puntada”.

No deja de ser una filosofía gemela a la que Gay Talese aplicó para redactar *Los hijos*. Le llevó diez años pergeñar este volumen de no ficción.

Todo este circunloquio mental surge veloz al verle dando la bienvenida. “¿Has llegado un poco antes de la hora?”, observa, como si esta anticipación lo hubiese cogido fuera de juego.

Pues no, luce como un pincel.

Sus elegantes trajes le dan un aire –a algunos les parecerá trasnochado– que conserva el aroma de ese Nueva York que dejó de existir en el trasiego de los convencionalismos.

La residencia está silenciosa. Nadie a la vista, salvo una talla que no es la del San Francisco de Paula venerado por Joseph Talese. Es una estatua japonesa. Esta es la residencia de un señor neoyorquino. Arriba, la zona privada; abajo, la estancia principal, que denota buen gusto: libros, cuadros, flores, en una disposición carente de barroquismo.

En un rincón, sofás de cuero y una mesa en la que el dueño deposita una botella de San Pellegrino y dos copas. Así arranca esta entrevista, en la que Talese se “desnuda”. Sirva el término desnudar, en un hombre tan formal, que hoy viste terno marrón, camisa de rayas rosas y corbata verde con franjas oscuras, para describir el hecho de despojarse de la americana. “Mira”, y señala la etiqueta. “A.Cristiani / París, 2. Rue de la Paix”.

Su gesto causa la sensación en el intruso de seguir metido en el libro. Antonio Cristiani, su tío, se instaló en la capital fran-

cesa meses antes de la Primera Guerra Mundial, estuvo en las trincheras y forjó una marca costurera. “Es el personaje más interesante de mi relato, el mentor de mi padre”, afirma.

Sus dos primos, más o menos de su edad, continuaron el legado y son los creadores principales de su vestuario, que incluye entre 50 y 60 trajes. Como el que viste, que le confeccionaron a finales de los años setenta. “No está ni dentro ni fuera de la moda, es un diseño clásico e individual”, aclara. La calidad perdura, subraya.

Esta escena se produce cuando la conversación se encuentra más que avanzada. Atrás queda el prolegómeno. Ese momento de inicio, habitual cuando enfrente está Talese, catalogado como uno de los padres del nuevo periodismo. O, simplemente, periodista.

Sin Twitter ni Facebook –sucumbió al e-mail porque cuenta que en *The New Yorker* no le aceptaban el envío de artículos en papel–, ejerce de lo que es, de reportero. Informando de y sobre la calle desde la calle, no

“Edward Snowden es un héroe. Está haciendo el trabajo que el periodismo no hace. Es el único buen periodista: encontró la noticia, descubrió los secretos mentirosos y los denunció”

como esos *indoors* que se incrustan en la silla y sólo beben de las fuentes de internet.

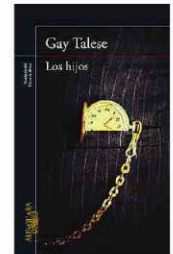
En este intercambio de papeles, pregunta por la actualidad en el país del colega, por su tarea como corresponsal, por su familia, por el colegio de su hijo... Así que hay que cortar por lo sano. ¿Y usted qué hace? En breve, responde, sacará un libro sobre constructores de puentes –es un oficio que pasa de padres a hijos, explica, ha trazado un árbol genealógico–; prepara otro sobre su matrimonio y algo más, de lo que no desea hablar, por si acaso.

¿Para qué tanto?

Mi tremenda curiosidad sigue funcionando. Aunque viva en la misma casa, con la misma mujer, con los mismos hábitos y disposiciones, todavía estoy interesado en la gente de afuera, esa gente que es diferente a mí y que, pese a disponer de una visión diferente, formamos parte de lo mismo.

Defina curiosidad...

Esta curiosidad es como una



Talese fue periodista de *The New York Times* y colaborador de otras prestigiosas publicaciones. Entre sus libros destacan *Vida de un escritor* u *Honraré a tu padre*. Ahora se publica en español una de sus obras maestras, *Los hijos*, de 1992



enfermedad. Es una enfermedad que no te mata, pero que, si la pierdes, te mueres. La necesitas. Es como una adicción a una droga buena que ha de tener cualquier periodista.

Entre sus hábitos figura el levantarse a las seis de la mañana. Hay que sacar a los perros, dos terriers australianos que responden por Bricker (él) y Bronte (ella). Luego dedica un par de horas a la lectura de los diarios, de lo local a lo global, Siria, Ucrania, Rusia, China...

¿Qué piensa de...?

Pienso que si estuviera ahí, en Rusia, en China, explicaría las noticias de forma diferente.

¿En qué sentido?

Por ejemplo, leo en los diarios que los drones (aviones pilotados a distancia) han matado a nueve militantes. Utilizan esta palabra, ese es el titular, nueve militantes. Pero ¿quiénes son los militantes? El periodismo no es específico, y hay que volver para hablar de quiénes son esos militantes. Se hace la información sin ningún tipo de comprensión del punto de vista del otro. Si son nuestros amigos, como los israelíes, nunca son terroristas, protegen su tierra y su seguridad. Decimos que Putin está equivocado por reclamar esa parte de Ucrania, decimos que es Hitler, pero él asegura que protege a su país de la OTAN. O Cuba, llevamos 60 años combatiendo a la pobre Cuba, intentando matar a Castro, diez veces, pero Castro es para otros como Simón Bolívar, un liberador. El periodismo adopta la actitud de nuestro gobierno en Washington para definir quién es quién. Pero es el periodismo el que ha de averiguar quién es

quién realmente. Y esta es una gran misión.

Contradecir al poder tiene un precio.

Edwar Snowden (el exanalista de la CIA que filtró el espionaje masivo) es un héroe.

¿Lo cree así?

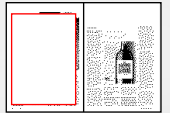
Snowden está haciendo el trabajo que el periodismo no hace. Es el único buen periodista, encontró la noticia, descubrió los secretos de los mentirosos y los denunció. Este es el tipo, llámale *whistleblower* (denunciante, o literalmente, el que toca el silbato), filtrador, ladrón, terrorista, da lo mismo, pero él consigue sacar la verdad y hace que el presidente de Estados Unidos, la Administración americana, le acosen y le califiquen de mentiroso.

El Gobierno estadounidense ha denunciado a cinco militares chinos por piratear secretos comerciales...

Afirmamos que los chinos invaden nuestro espacio y nosotros hacemos lo mismo. Snowden dio la prueba. Y ponemos a cinco chinos en el cartel de más buscados. Es ridículo. O esos magnates rusos que colocamos en la lista de malos chicos porque no nos gusta lo que está haciendo Putin. Como si fuera el director de una película, Washington elige que unos sean héroes y otros villanos, unos son militantes y otros ángeles de compasión. El periodismo no está haciendo un buen trabajo.

¿Demasiado cerca del poder?

Ahí está el problema. Hay demasiados periodistas en Washington. Reciben la información del gobierno, les tiran las mi-→



→ gajas como a las palomas. Se debería cubrir desde la distancia, pulsar cómo afecta el gobierno en Iowa, en Colorado o en Texas.

¿Debe Snowden dejar Moscú y regresar?

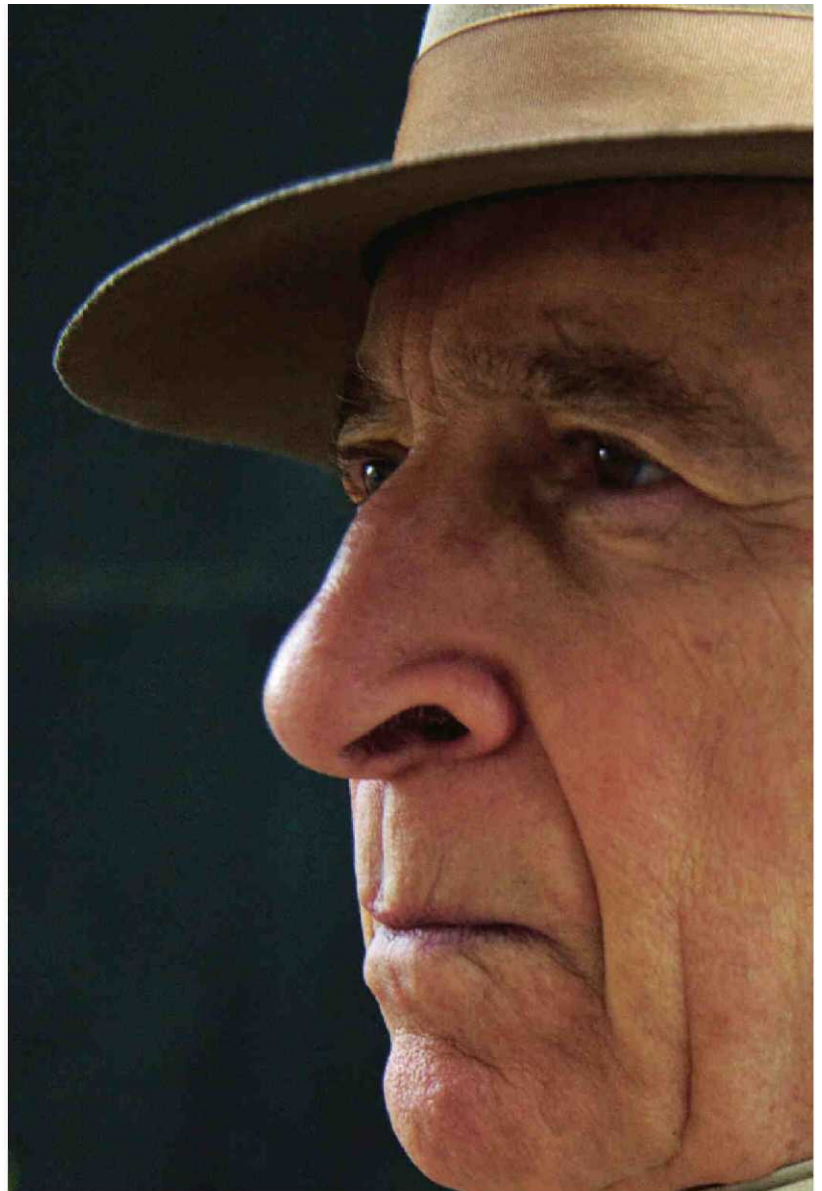
¡Es una locura! Lo meterían en Guantánamo. No aceptamos la crítica. Hablamos de la libertad de expresión, de la democracia, señalamos con el dedo al que viola los derechos humanos, pero siempre que no se aplique a soldados estadounidenses. Nuestros soldados han cometido muchas atrocidades en Iraq, en Afganistán... Gadafi era mejor que lo que hay ahora. Incluso Sadam Husein era mejor que lo de ahora. No tenemos problemas con los dictadores. Nuestro general en Egipto era Mubarak y ahora está en la cárcel. Nadie en el periodismo subraya esta hipocresía. Lo hizo Snowden.

¿Ha cambiado este oficio desde su época en *The New York Times*?

Cuando era joven había reporteros valientes. Un nombre, Harrison Salisbury. Durante la guerra, insistían en que los vietnamitas cometían fechorías en el sur del país, pero nosotros no. Salisbury entró en el norte, por sus vías, porque no daban visados, y descubrió que los aviones estadounidenses bombardeaban hospitales de Hanói, matando a inocentes. Lo escribió en *The New York Times*. El gobierno contestó que era falso, que Salisbury era comunista. Pero escribió la verdad. Lo mismo podría decir de David Halberstam. Pero ya no hay Halberstam, en Iraq no hubo Salisbury.

Iraq, otra época bélica.

“Es una burla a la libertad de expresión. Uno de los más grandes escritores en el mundo (García Márquez) no pudo acceder durante años a la tierra de la libertad por ser amigo de Cuba. Y nadie protesta. Protestamos por las Pussy Riot”



Había esa gente estúpida, esos corresponsales de diarios y televisiones con chaquetas de camuflaje y cascos dentro de las unidades americanas, en los tanques, ¡cubriendo la guerra desde un tanque! ¿Qué clase de periodismo es esa? Nos hemos convertido en sirvientes de los militares, en sus relaciones públicas.

El presidente Barack Obama ha jugado fuerte contra los filtradores...

La cárcel es un lugar honorable en el que estar, mejor que ganar el Pulitzer por las estupideces que se hacen en la actualidad. El periodista ha de tener coraje. No se supone que sea un

trabajo fácil. Se supone que es peligroso. Para ganar dinero se va a la escuela de Derecho.

¿Cómo ha de ser el periodismo?

Ha de ser la profesión más horrible porque se dedica a decir la verdad. En el periodismo ha de haber menos mentirosos que en cualquier otra profesión, menos que en la política, en las finanzas, en los negocios o entre los abogados. En el periodismo, cuando mientes, son los propios compañeros los que te denuncian. A Jayson Blair (que escribía reportajes falsos en el *Times*), ¿quién lo expuso? Los compañeros de la redacción. No fue el presidente del Tribunal Supremo, ni el decano de la escuela



de periodismo, no, fueron los propios reporteros.

El glamur atrae cada día más, ¿para qué ser valientes?

El asunto es que no tenemos héroes en el periodismo. Los periodistas son títeres del poder, están seducidos por el poder. Las Pussy Riot vienen aquí, las llevan por todos los sitios, posiblemente la CIA les ha puesto el dinero, ¿quién paga las facturas? Todo para avergonzar a Putin. Todo el que insulta a Putin tiene visado en EE.UU. Sin embargo, a Gabriel García Márquez se lo negaron varias veces. ¿Por qué? Era amigo de Castro.

El país de la libertad de expresión...

Es una burla. Uno de los más grandes escritores en el mundo no puede acceder a la tierra de la libertad porque es amigo de Cuba. Al morir se le han dedicado grandes obituarios, pero en vida fue vilipendiado. Y nadie protesta. Protestamos por las Pussy Riot, que entraron en una iglesia ortodoxa e hicieron "ruido". Ve a la catedral de San Patricio o a la gran sinagoga del templo de Emanu-El, en la Quinta Avenida con la calle 66, y haz lo que hicieron ellas, a ver cómo responde el rabino o el cardenal.

Perdone, está muy crítico.

Cuanto más mayor me hago, peor me parece la situación. Cuando tenía 30 años, viajaba a Italia, a Francia, a cualquier lugar, y los estadounidenses éramos apreciados. Tenía la sensación de formar parte de un buen país. Hoy no lo siento. A América ya no se la mira con ese respeto. No me siento amenazado al viajar, pero me aver-

"Aunque nací en Estados Unidos, en cierta manera me siento extranjero, tengo una manera de ver las cosas como un forastero. Soy americano, pero he visto mucha de la hipocresía de EE.UU."



güenza. Esperaba que el presidente Obama lo cambiara.

A todo esto, aún no hemos hablado de su libro.

¡Oh!, no importa.

A su padre, el día que le rompió sus aviones de juguete...

Lo odié ese día y dudé de él durante años. Siempre fue de mentalidad fuerte. Como inmigrante has de tener una posición

resistente. No era un hombre de humildad o de modestia. Era orgulloso y vestía como si fuera un diplomático en el Vaticano. Pero estaba determinado a expresarse por sí mismo.

Cuenta usted que hacía patrullas en Ocean City como estadounidense, vigilando que no llegaran los submarinos nazis, pero sufría por sus hermanos enrolados en el ejército

enemigo de Estados Unidos. Sí, sus hermanos eran "militantes". Escribir este libro me representó una experiencia de formación, me ayudó como periodista a plantearme que hay otros puntos de vista. Así que lo que estamos hablando sí que tiene que ver con mi libro. Represento ese otro punto. El periodismo se supone que ha de ser crítico, y yo estoy siendo crítico con los críticos. Al contrario que mi padre, el periodismo se ha empequeñecido ante el poder.

Usted ejerce la contra.

Aunque nací en Estados Unidos, en cierta manera me siento extranjero, tengo una manera de ver las cosas como un forastero. Tengo la actitud del hijo de un emigrante. Soy americano, pero he visto mucha de la hipocresía de Estados Unidos. Este es el libro de un forastero, y los periodistas se supone que han de ser forasteros. Han de ser militantes, traidores, tal vez terroristas en el sentido de que el ordenador ha de ser un serio adversario, no irrespetuoso, pero sí escéptico y descreído, del poder. El periodista no puede ser un cortesano, porque estos quieren viajar en el Air Force One o ir empotrados en el ejército. Ese no es el lugar en el que ha de estar el periodista. Ha de estar fuera del tanque.

La burbuja de la entrevista se evapora en el momento que Bricker y Bronte empiezan a ladrar. Saben que es su hora. "El ojo del sastre -escribe Gay Talese en su libro- debe seguir la costura con precisión, pero el hilo de sus pensamientos es libre de desviarse en múltiples direcciones".



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep Collelledemont



Periodista

Lligat i ben lligat

Les darreres eleccions europees han fet obrir els ulls als que no volen que a l'Estat espanyol les coses canviïn. Els resultats electorals han deixat ben clar que en les properes estatals els resultats no s'assemblaran en resals de les últimes. D'entrada, no hi haurà cap partit que tingui majoria absoluta i, fins i tot, és gairebé segur que pot sortir alguna majoria curiosa. Aquest punt me l'han comentat molts lectors, ja sigui personalment o bé per correu, i diria que hi ha hagut unanimitat. Estem davant d'una decisió purament i exclusivament política. Resulta que el rei Joan Carles I està força fotut, no cal ser cap especialista per veure-ho, per tant, si es vol assegurar el futur monàrquic del país cal fer el canvi com més aviat millor per tal d'assegurar una majoria àmplia que permeti deixar les coses tal com estan. El PP ho té molt clar i el PSOE, que per definició i per història hauria de ser republicà, ha deixat ben clar que tots, o gairebé tots, votaran l'abdicació i el nou rei. Si tenim en compte que el successor és jove i si no passa res tenim o tenen rei per una bona temporada.

EL PUNT AVUI HA TRACTAT BÉ, informativament, la notícia de l'abdicació de Joan Carles I? És una pregunta que em faig i m'han fet. Resulta difícil endevinar l'opinió dels nostres lectors. Llàstima que fer enquestes serioses sigui tan car, perquè valdria la pena fer-ne una cada vegada que apareix un fet extraordinari. La solució seria fer consultes periòdicament, com fan altres països. Però hi ha por. I si fem ara una referèndum, que seria el que a mi m'agradaria i seria el més lògic davant d'un fet tan transcendent, i sortís el no? Val més no jugar-nos-la, diuen els que manen. I així, en menys de 15 dies ja tindrem el nen—i la nena— ben col·locats. Tornem a la pregunta sobre el tractament que ha fet el diari del tema. Alguns diaris no s'hi van pensar gens i van treure una edició especial, que si som sincers és més política que infor-



JORDI SOLER

mativa. Amb els mitjans actuals, la gent que era a casa va veure i sentir el rei i els que eren al carrer van poder seguir-ho tot a través del mòbil per internet. Amb tot, ho he volgut preguntar al director i, efectivament, em va donar aquestes mateixes raons. "Ni ens ho vam plantejar".

PEL QUE FA A LA IDEOLOGIA del diari, em sembla que no hi ha d'haver cap dubte. I els lectors nostres ho saben molt bé i per això les reaccions han estat gairebé unànimes. Almenys, jo no he rebut cap correu ni escrit que discrepi de la forma que El Punt Avui ha adoptat aquestes dies. No oblidem que ja han sortit llibres i treballs en el diari

en els quals s'ha parlat clar sobre la dinastia borbònica i s'han tret els drapets al sol, cosa que temps enrere era impensable.

SEGUENT EN LA LÍNIA DEL DIARI, em comen- ten des de la direcció que nosaltres aspirem a altres camins, cosa per altra banda que també va deixar ben clara el president Mas. Del que pugui passar en el futur, no en sabem res. De moment, reclamem el dret a decidir i volem saber què pensa el poble de Catalunya. És clar que cada vegada sembla més clara la resposta, ja que si no, ens deixarien votar i no ho volen.

EL QUE PASSA ÉS QUE DE MOMENT Felip VI

Els lectors que es vulguin posar en contacte amb el Defensor del Lector ho poden fer trucant al telèfon 972 186 400, enviant un fax al número 972 186 420, per correu electrònic a l'adreça defensor@elpunt.cat, o enviant una carta al carrer Santa Eugènia, 42. 17005 Girona. En les comunicacions escrites hi ha de figurar forçosament el nom, el domicili i el telèfon de l'autor. El Defensor del Lector les contestarà particularment, o bé per mitjà d'un article, quan consideri que tracten de qüestions d'interès general.

serà el cap d'estat del que en diem Espanya i haurem de seguir les seves directrius. Per això és bo que seguim amb detalls els seus discursos per veure si hi ha possibilitats de canvis importants, en el cas que la independència trigués a arribar. I de moment no endevinem gaire res. En el parlament que va fer al santuari navarrès de San Salvador de Leyre va parlar de defensar la unitat i diversitat d'Espanya, una frase que hem sentit sempre de tots els polítics, fossin del color que fossin. La paraula unitat la tenen sempre molt clara,

El diari no és monàrquic, això segur, i per tant és republicà. Però encara que tinguem monarquia o república, cap dels dos sistemes en si mateixos serviran per deixar que Catalunya pugui decidir per ella mateixa

vol dir allò que cap ovella s'escapi de la cleda. Quan parlen de diversitat, fins avui, ha tingut un valor més folklòric que real. I quan s'han vist obligats a marcar diferències, les han aplicat a tot arreu seguint la famosa frase del "café para todos".

DE FET, POCA COSA HAURÍEM d'esperar del rei, si veritablement es tracta d'una figura més honorífica que res més. El diari no és monàrquic, això segur, i per tant és republicà. Però encara que tinguem monarquia o república, cap dels dos sistemes en si mateixos serviran per deixar que Catalunya pugui decidir per ella mateixa. Resumint, que elegixin nou rei, ja s'ho faran, i nosaltres continuant amb els nostres objectius, de moment fent castells per les ciutats europees, que serveixin per anar descobrint que Catalunya és una altra cosa que l'Espanya de toros i panderetes.



BUNNY YEAGER

La fotografía que popularizó el pin-up

Revolucionó el mercado convirtiendo en moda las instantáneas de mujeres desnudas

RAQUEL VILLAÉCIJA

Hizo su particular revolución feminista, primero en las pasarelas, después retratando la sensualidad femenina. En su cámara oscura dibujaba con ráfagas de luz los contornos desnudos de las que, como ella, desfilaban en los podios de la moda, pero también ensalzó los cuerpos de belleza ordinaria.

Pocas mujeres se negaron a ser immortalizadas por Bunny Yeager. Las convencía y les daba la confianza suficiente como para que dejaran de temer a la cámara. La fotógrafa popularizó el desnudo femenino incluso antes de que las imágenes de célebres fotógrafos como Helmut Newton o Robert Mapplethorpe decoraran las galerías de arte.

Aquí reside parte del valor de la obra de esta modelo y retratista norteamericana, fallecida a los 85 años en un hospital de Miami. Su legado va más allá del papel revelado. Revolucionó el mercado fotográfico y convirtió en moda las instantáneas de mujeres desnudas y en biquini, en actitud sugerente e ingenua a la vez.

Fue la maestra del Pin-up e hizo famosa a la modelo estadounidense Bettie Page, conocida por este tipo de retratos que ayudaron a elevar la moral del soldado estadounidense en la II Guerra Mundial. Esta fue la época dorada del pin-up. Las fotos llegaban puntuales a todos los frentes de batalla en revistas como *Life* o *Yank* y los militares las llevaban consigo como si fueran amuletos.

Lennea Eleanor Yeager nació en Pennsylvania en 1929. Cuando se trasladó a Miami con su fa-



GETTY

milia empezó su carrera al otro lado del objetivo. En la pasarela fue una de las profesionales más reconocida en los años 40. Después, para completar sus ingresos, empezó a hacer fotos. De día modelo, por las noches recibía clases para aprender a disparar.

Comenzó a retratarse a sí misma y recopiló sus imágenes en un libro (*How I photograph*

myself). Después hizo de Bettie Page su musa. Su obra se ha expuesto en galerías de arte de todo el mundo y ha influido en artistas conceptuales como Cindy Sherman. También publicó en la revista *Playboy*, donde «pagaban mejor que en ninguna otra: 100 dólares por foto», contaba.

Yeager retrató a modelos y amas de casa. Mujeres corrien-

tes elevadas a portada de revista. Su cámara oscura captaba una sensualidad natural, quizá porque, según confesaba, su objetivo «no era despertar los deseos masculinos», sino revelar la belleza tal y como la veían sus ojos.

«Todas querían posar para mí porque sabían que no iba a aprovecharme de ellas», bromeaba en una entrevista concedida a la agencia AFP el año pasado. Las mujeres sucumbían a su cámara, sin presiones, en una época en la que este tipo de fotografía no estaba a la orden del día. Se sentían cómodas exhibiéndose ante ella porque «no las obligaba a posar si no querían», según Yeager.

También hizo algún cameo en el cine. Interpretó a una masajista sueca en una película en la que compartía reparto con Frank Sinatra. Se casó dos veces y tenía dos hijos y cuatro nietos. A sus 89 años confesaba que aún sentía un cosquilleo cuando trabajaba en un nuevo proyecto, como niña con zapatos nuevos esculpiendo cuerpos con su lápiz de luz. Autora de varios libros, en su casa guardaba varias fotografías inéditas no expuestas y las había recopilado en un tomo que se iba a lanzar

el próximo mes de septiembre. Justo en otoño, cuando se cumple el 60 aniversario de la primera vez que Bettie Page se sentó frente a su cámara.

Bunny Yeager, fotógrafa, nació en Wilkesburg (Pennsylvania, EEUU) el 13 de marzo de 1929 y falleció en Miami (Florida, EEUU) el 25 de mayo de 2014.



TALENTOS QUE ARRIESGAN

La información tiene un precio

Eprensa extiende su servicio de seguimiento de noticias a otros países

CARMEN SÁNCHEZ-SILVA

Bernardo Posada ha continuado la tradición empresarial familiar. Pero lo ha hecho en España y en un sector muy diferente de los elegidos por sus padres y hermanos. Este colombiano, educado en Estados Unidos y residente en España, se ha especializado en la prensa. No en su vertiente creativa o generadora de contenidos, sino que, como titulado en sistemas de información que es, se ha decantado por el seguimiento y análisis de la información que publican los medios de comunicación a través de potentes plataformas tecnológicas propias y cuyos servidores están alojados en Estados Unidos.

La idea surgió cuando, después de llegar a Madrid en 1998 y trabajar en una consultoría de comunicación, se dio cuenta de que los servicios de documentación y valoración de audiencias que se utilizaban no eran todo lo prácticos y rápidos que los clientes requerían. Así que en 2011, una vez desarrollado el motor de búsqueda en el que se basaría su empresa, lanzó junto a dos socios Eprensa, que ofrecía por primera vez el seguimiento de los 25 medios de comunicación *online* que existían entonces en España y mucho antes de que se le ocurriese a Google, explica.

Desde entonces, la compañía

ha cambiado mucho. Actualmente realiza el seguimiento de 350 diarios, 450 revistas, 5.000 medios digitales, 1.500 blogs y monitoriza también las redes sociales. En Eprensa trabajan ahora 30 personas y, según las previsiones de Posada, este año facturará en torno a 1,5 millones de euros. En 2013 rozó el millón de euros, después de crecer a ritmos superiores al 30% en los últimos cuatro ejercicios, presume el emprendedor.

Para conseguir esos objetivos, Eprensa lanzó a principios de año un nuevo servicio denominado Puntonews y destinado a las pequeñas y medianas empresas sin capacidad suficiente como para contratar permanentemente el seguimiento de la información que se publica sobre ellas en los medios. Tras dos años de trabajo y 100.000 euros invertidos en el desarrollo tecnológico, explica Posada, Puntonews es "la única plataforma que permite el seguimiento y medición de noticias de prensa escrita, digital y blogs en tiempo real y sin necesidad de una suscripción por tiempo determinado".

Se trata de un sistema de búsquedas y alertas gratuito para los clientes, que pagan únicamente lo que quieren comprar. Y no solo aporta la noticia publicada, sino que realiza una valoración



Bernardo Posada, fundador y director general de Eprensa.

Perfil

► **Bernardo Posada** estudió Tecnología de Sistemas de Información en Bogotá. Después, finanzas y un MBA en Estados Unidos, donde **trabajó en el Chicago Board of Trade, el mercado de futuros, antes de convertirse en broker.**

Proyectos

► **Eprensa tiene previsto expandirse por el mundo. Sus objetivos a la vista son Portugal, México y Ecuador.** Además, la compañía pretende desarrollar nuevos servicios con tecnología propia para ofrecer a sus clientes.

ción tanto del impacto que supone su publicación como del valor cualitativo que proporciona a la marca de que se trate.

Por ahora, el servicio cuenta con 1.000 usuarios registrados. Una noticia cuesta 3 euros, y la suscripción al mismo, 25, indica Posada, para quien "es una manera de democratizar la forma de acceder a la información, que pretendemos llevar a otros países". De momento, Eprensa está presente en Colombia y Argentina (donde tiene como cliente a la Presidencia de la República). "En Portugal estamos cerrando un acuerdo con una empresa líder para compartir sinergias", continúa Posada. Entre sus objetivos figura abrir oficina comercial en México en la segunda parte de este año y llegar a Ecuador en 2015.

"La inmediatez es muy impor-

tante en este negocio. Y Google es impreciso, no resulta útil. Lo que quiere el cliente es el filtrado de información. En nuestro caso, este filtrado es doble, primero de la máquina y luego del empleado. Hoy día, de lo que se trata es de buscar la información relevante entre toda la basura que hay en Internet y ahorrar tiempo", asegura Posada. Eprensa maneja 150.000 noticias al día, y el servicio de *clipping* que proporciona tiene un coste mensual de 400 euros. "Con el seguimiento de la información proporcionamos estudios cuantitativos y cualitativos y estadísticas en tiempo real. También hacemos estudios de posicionamiento de marca", indica

Entre los clientes de la compañía figuran Banca Marc, Ibercaja, Sanofi, Fujitsu, Applus, Calvo, Burger King, Riu, etcétera. ■



ANÁLISIS / POR JOSÉ GARCÍA MONTALVO

PERIODISTAS, ECONOMISTAS Y PIKETTY

Empieza a convertirse en clásico que algunos periodistas se conviertan en guardianes de la pureza estadística de los estudios académicos con repercusión mediática. Uno de los primeros episodios fue la famosa caja 1.1 del FMI, firmada por el mismísimo Blanchard, en la que se argumentaba que el multiplicador fiscal era mucho más grande (hasta el triple) que el valor tradicionalmente utilizado. Chris Giles, periodista del *Financial Times*, comprobó que la afirmación era muy endeble y quitando algún país el resultado desaparecía. El último episodio, también protagonizado por el mismo periodista, se refiere a las conclusiones de Piketty y su *El capital en el siglo XXI*. Giles ha encontrado decisiones arbitrarias en la construcción de las series de distribución de la riqueza que, en algún país, cambian los resultados. Entre medias, un alumno de doctorado descubrió que el famoso postulado de Reinhart y Rogoff sobre los efectos perniciosos de superar el 90% de deuda sobre el PIB se debían a errores en una hoja Excel.

¿Qué tienen en común estos sucesos? Todos se refieren a temas con una amplia repercusión mediática (políticas de austeridad, el efecto de la deuda pública o la evolución de la desigualdad) en la que sus autores infieren conclusiones que van más allá de lo que se puede concluir con los datos que tienen. El estudio del FMI sobre el multiplicador fiscal se basaba en tan solo 28 observaciones y era ciertamente sensible a los países que se incluían o excluían de la muestra. Además, utilizaba como elemento fundamental predicciones económicas cuando es bien conocido, y Tim Hartford lo ha vuelto a poner de manifiesto recientemente en el *Financial Times*, que dichas previsiones son muy imprecisas en un cambio de ciclo económico. La insistencia en el límite del 90% de la deuda en Rogoff y Reinhart era innecesaria, pues la relación entre deuda y crecimiento se



GABRIEL SANZ

mantiene con los datos correctos aunque el límite ya no sea correcto. El problema de ese estudio es otro más técnico que tiene que ver con la inadecuación de la técnica estadística utilizada para realizar las inferencias.

El caso Piketty tiene similitudes y diferencias con los anteriores. Antes de que se publicara la versión en inglés de *El capital del siglo XXI*, Piketty estuvo en mi departamento dando un seminario. La sensación que tuve cuando describía los datos es que habían hecho un trabajo enorme, pero que, al mismo tiempo, las diferencias en las fuentes y la metodología para diferentes periodos de tiempo y países impedían extraer conclusiones concluyentes sobre la evolución de la distribución de la riqueza.

El otro tema, el aumento de la desigualdad de la renta en los últimos 30 años y la influencia de los grandes salarios, era ya bien conocido. La globalización ha impulsado una enorme demanda por el talento. El último contrato de Messi supone, ajustado por la inflación, multiplicar por 16 el *supercontrato* que firmó Cruyff a mediados de los 70. En el mismo periodo los salarios se han multiplicado por 1,4.

Otro punto oscuro de la argumentación de Piketty es la conclusión de que si el tipo de interés es mayor que la tasa de crecimiento de la economía entonces la desigualdad aumenta. Esta afirmación simplemente no es correcta. Por último, la medida estrella de Piketty para acabar con la desigualdad de la riqueza, un impuesto muy elevado sobre la riqueza a nivel mundial, está totalmente desenfocada con independencia de que sea de imposible gestión.

Los impuestos sobre el patrimonio son una reliquia que no se debería recuperar pues desde el punto de vista técnico son un desastre, como reconocen todos los países que lo han eliminado. Teniendo en cuenta que una gran parte de la desigualdad de la riqueza es heredada, la propuesta lógica sería im-

poner un impuesto sobre herencias elevado que permitiera financiar la igualdad de oportunidades con una provisión de educación de calidad. Y teniendo claro que la desigualdad de la renta ha aumentado sustancialmente, y que las rentas muy altas pagan un tipo efectivo muy bajo, se debería conseguir un sistema tributario en el que los ricos pagaran los impuestos sobre la renta que les corresponden. Pero intentar igualar los resultados con independencia del esfuerzo, con impuestos sobre los fondos ahorrados que forman el patrimonio de las familias, es la respuesta equivocada a la pregunta correcta, suponiendo que la distribución de la riqueza haya empeorado tanto como señalan los números de Piketty.

Y aquí es donde encontramos otra sorpresa: algunos economistas muy conocidos, aún admitiendo que pueden haber errores en los cálculos de Piketty, se muestran convencidos de que la distribución de la riqueza ha empeorado. ¿Ciencia infusa?

José García Montalvo es catedrático de Economía de la Universidad Pompeu Fabra.



La Audiencia tumba las querellas de Mas y Pujol contra EL MUNDO

Antes ya fueron sobreseídas por un juzgado de Barcelona y por otro de Madrid

EL MUNDO / Madrid

La Audiencia Provincial de Madrid también ha tumbado las querellas presentadas por el ex presidente autonómico catalán Jordi Pujol; el actual número uno de la Generalitat, Artur Mas; el *conseller* Felip Puig y los Mossos d'Esquadra contra EL MUNDO, por publicar el borrador de la Unidad de Delincuencia Económica y Fiscal (Udef) de la Policía que relata con todo lujo de detalles las corruptelas de los líderes de CiU. Las acciones legales interpuestas contra Eduardo Inda y Esteban Urreiztieta fueron desechadas primero por el Juzgado de Instrucción 24 de Barcelona (en el caso de la firmada por Jordi Pujol) y luego por el número 3 de Madrid, que sobreseyó las cuatro.

El borrador de la Udef asegura que Pujol posee una fortuna de al menos 137 millones de euros en Suiza procedente del sistemático cobro de comisiones cuando controlaba el Gobierno catalán, y que los 2,5 millones de euros encontrados en paraísos fiscales (Suiza y Liechtenstein) al padre y homónimo de Artur Mas son en realidad de la familia Pujol.

La Udef sugiere que el progenitor del actual presidente catalán actuaba como testaferro. También se ase-

gura que Felip Puig, a la sazón *conseller* de Interior y en estos momentos de Empresa, percibió «250.000 euros» de la trama corrupta del Palau de la Música y que los Mossos d'Esquadra *distrajeron* información sensible sobre este escándalo para proteger a sus jefes.

La Sección 5 de la Audiencia Provincial de Madrid, presidida por el magistrado Arturo Beltrán, recuerda para empezar a Pujol y Mas que «en una sociedad democrática, la libertad de información actúa como quicio de la misma, pues es uno de los principales factores conformadores de la opinión pública». Y, acto seguido, afirma taxativamente que «es indudable que ese escrito [el borrador de la Udef] existe».

«Que se haya realizado como un informe o borrador de informe», puntualiza, «es discutible y más bien parece lo segundo [así lo calificó siempre EL MUNDO]. El aspecto externo del mismo es el de haber sido elaborado por la Unidad Central de Delincuencia Económica y Fiscal».

Arturo Beltrán y sus compañeros Pascual Fabiá y Jesús María Hernández puntualizan a Mas y Pujol que durante su carrera han examinado «millares de documentos policiales» y consideran lógico que la

Udef lo redactara en el otoño de 2012 coincidiendo con el momento más álgido desde el punto de vista procesal del caso *Palau*.

La Audiencia Provincial de Madrid echa la vista atrás para reseñar que la propia Unidad de Asuntos Internos de la Policía admitió implíci-

Dice que el borrador de la Udef que acusa al ex presidente catalán «existe»

El escrito policial sostiene que Pujol tiene 137 millones de euros en Suiza

tamente el 21 de marzo de 2013 la veracidad del borrador porque «contiene información que nace de fuentes policiales, información accesible a un elevado número de agentes».

«En estas circunstancias», abunda en su razonamiento la Audiencia, «no puede decirse que los que-

rellados [Esteban Urreiztieta y Eduardo Inda] se comportaran negligentemente». Y advierte de que los periodistas siempre se refirieron a los hechos como «propios de la investigación policial y, por tanto, relevantes y, en consecuencia, con interés social y político».

El ponente, el presidente de la Sección, Arturo Beltrán, concluye que «se cumplen las condiciones para que el delicado equilibrio entre el derecho al honor y el derecho a la comunicación de información veraz se incline en esta ocasión a favor de la protección del segundo y, por ello, deben desestimarse los recursos contra los autos de 9 de abril de 2013 del Juzgado 24 de Barcelona y de 22 de octubre del número 3 de Madrid».

Se trata, pues, del tercer varapalo judicial a Pujol, Mas, Puig y los Mossos d'Esquadra. Y del tercer revés para el abogado de los dos primeros, Javier Melero, histórico defensor del que el primer presidente autonómico catalán calificó en su día como «empresario modelo», Javier de la Rosa. Es el tercer varapalo... y el último, ya que no cabe recurso contra esta resolución de la Audiencia Provincial de Madrid.



El PNV pone la televisión vasca al servicio de la marcha secesionista

ETB emite hoy una programación especial sobre la cadena humana que pretende unir Pamplona con Durango

ITZIAR REYERO
BILBAO

El modelo a seguir será sin duda la pantagruélica cobertura que hizo la televisión catalana TV3 el pasado 11 de septiembre de la cadena soberanista, y que se convirtió en el principal motor de arranque del éxtasis independentista en Cataluña. La dirección de la radiotelevisión pública vasca EITB tiene todo listo para el despliegue informativo que hará hoy de la otra cadena soberanista, que pretende reunir a más de 100.000 personas en una hilera humana de 123 kilómetros que separan la localidad vizcaína de Durango y Pamplona. El lema que guía la jornada y que EITB pinta como «día festivo y reivindicativo»: «Somos una nación, tenemos derecho a decidir; es el momento de la ciudadanía».

Será una imitación de la «vía catalana» orquestada por CiU y ERC, aunque más modesta en recursos y también en afluencia de personas, sobre

todo porque el PNV encara la cita a medio gas. Enviará a sus líderes de partido, pero no al Gobierno, conscientes de que será Bildu el que saque más ventaja de la iniciativa «popular». Los convocantes, con la ayuda de la televisión pública, llevan meses animando a adherirse —previo pago de 5 euros— a la marcha prosecesionista por el «derecho a decidir de Euskal Herria», que es el término político que impera en la redacción de la radiotelevisión pública vasca. Varios de sus presentadores estrellas suscriben la cadena y uno de ellos habló el viernes de «macromovilización» que viene «legitimada» por la «pluralidad» de participantes, como la exconsejera del PSE Gemma Zabaleta y Podemos.

El ente controlado por el Gobierno del PNV, y que tiene en sus cuadros intermedios una plantilla próxima al ideario de Batasuna, se volcará hoy con una programación especial, con conexiones en directo durante toda la mañana, y que podrá seguirse «minu-

to a minuto» en su web y a través de las redes sociales. En este caso ETB no ha alquilado un helicóptero, pero utilizará los recursos que enviarán los organizadores, la plataforma «Gure Esku Dago», impulsada por el mundo de Batasuna y que fue subvencionada con 100.000 euros por la Diputación de Guipúzcoa, previo pacto entre PNV y Bildu.

Los informativos «dedicarán un amplio espacio» a la «fiesta» soberanista, que contará con «castellers» y políticos del independentismo catalán. Además, se retransmitirá a medio día en directo, por todos los canales de radio y televisión, cuando se llegue clímax con la imagen de los participantes de la mano completando la ruta.

Origen de la «frustración»

El delegado del Gobierno en el País Vasco, Carlos Urquijo, advirtió ayer de que «cualquier reclamación que tenga que ver con la independencia está abocada al fracaso», ya que choca de frente con la Constitución, fundamentada en la «indisoluble unidad de la nación española», según recordó. Por ese motivo, Urquijo cuestionó la maquinaria de propaganda de los convocantes y de los medios públicos a su servicio. «Sólo van a conseguir generar frustración en sus participantes».

Propaganda nacionalista
 EITB lleva meses animando a sumarse a un «día festivo» por el «derecho a decidir de Euskal Herria»



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

Explicar el futur

Aquesta setmana s'ha fet l'última representació de *La valquíria*, al Liceu. Wagner, que situa l'acció de l'òpera a l'Olimp de les divinitats germàniques, escenifica una baralla entre déus. Wotan retreu a la deessa de l'amor i el matrimoni, Fricka, que només compregui el que coneix. Ell, en canvi, déu de la saviesa i de la guerra, aspira a dominar allò que mai no ha succeït i encara ha de venir. Sense viure a l'Olimp, els periodistes no escrivim el futur però sí que intentem explicar-lo. I per això, *La Vanguardia* del dimarts dedicava una sèrie de pàgines a informar dels fets que marquen l'actualitat des de l'abdicació de Joan Carles I fins a la proclamació de Felip VI. Però com que som humans, el subscriptor Antoni Rosselló Mestre ens fa notar que hem comès alguna errada.

Un gràfic a tota plana (pàg. 13) mostrava una simulació de com serà la coronació del rei Felip VI. "En aquesta escenificació –escriu el lector– fan esment al Consell de Regència" tot dient que serà aquest Consell qui "rebrà el futur Rei a la porta del Congrés" i que serà el seu president qui li prendrà jurament. "Cal dir –adverteix Antoni Rosselló– que el Consell de Regència era una organisme regulat per les Lleis Fonamentals del franquisme" i que va desaparèixer "amb l'entrada en vigor de la Constitució de 1978, que no el regula". I aclareix que "la funció de prendre jurament al Rei i proclamar-lo correspon al president del Congrés dels Diputats, en tant que president de les Corts Generals reunides en sessió conjunta".

Tal com s'explicava al títol, el gràfic volia ser una simulació de la coronació de Felip VI, a partir de les dues últimes cerimònies similars. I per tant, és lògic que hi hagi situacions diferents entre les dibuixades a la simulació i la realitat de la proclamació que es viurà el proper dia 19. El protocol i els detalls de l'acte

s'estan definint aquests dies i, per tant, el gràfic pretenia ser, només, una visualització aproximada. La infografia és una tècnica molt utilitzada en una narració d'aquest tipus, perquè permet un relat visual molt més comprensible a primera vista que no pas una crònica escrita. Però dit això

En un gràfic que simulava la futura coronació de Felip VI hi apareixia el Consell de Regència, un òrgan que ja no existeix

i malgrat l'advertiment que es tractava d'una simulació, el lector té raó. Van faltar els reflexos necessaris per suprimir del fotomuntatge un òrgan que ja no existeix.

El lector fa una altra puntualització al text que vam publicar el mateix dia, a la pàgina 14, en informar que el Rei Joan Carles, feta efectiva l'abdicació, ostentarà el títol de comte de Barcelona, tal com va fer el seu pare, Joan de Borbó. Certament, aquesta és una possibilitat. Però "el títol de comte de Barcelona –escriu Antoni Rosselló– és privatiu de la Corona i correspondrà al futur rei Felip", tret que n'autoritzi "la seva utilització vitalícia per part de Joan Carles". Però "això –afegeix– quedarà a la decisió del nou rei, que li podria atribuir aquest o qualsevol altre títol o no donar-n'hi cap". Aquestes dades ja han quedat aclarides en les edicions dels dies posteriors.

A l'Olimp, els déus escriuen el futur a la seva conveniència. A la redacció, només l'expliquem. I "en un diari com *La Vanguardia*, conegut per la seva seriositat i professionalitat" –tal com escriu el lector– cal prendre totes les mesures per explicar-lo bé. Malgrat que el volum inesperat de treball i la urgència per editar les pàgines extraordinàries del dimarts podien dificultar-ho.●

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



Estratègies obliqües

Fan falta més valents

IGNACIO
Escolar

Hi ha dues grans diferències entre el que ha passat a *El Jueves* i el que està passant aquests dies en altres redaccions espanyoles. La primera, que aquesta vegada s'ha vist la mà negra. La censura només és eficaç si no es nota. Funciona mentre el lector –o l'espectador o l'oient– no sigui conscient que existeix. Però quan 60.000 exemplars ja impresos són guillotinat mentre la portada prohibida circula per les xarxes socials, la censura es torna com un bu-

merang i peta a la cara dels censors. Els amos de la revista, el grup RBA, no només van ordenar destruir aquells exemplars. També el prestigi d'*El Jueves*, o almenys el de la seva empresa editora.

La segona gran diferència, potser la més rellevant, és la lliçó que han donat els dibuixants de còmics que han dit *no* a la censura i han tocat el dos amb la consciència neta, el futur incert i la butxaca buida. Han estat ells, els dels acudits, els que més seriosament s'han pres la llibertat d'expressió. Se'n van al carrer amb el cap ben alt, però d'aquesta dignitat no se'n menja. La gran pregunta: ¿què passaria si alguns periodistes –o alguns editors– tinguessin la mateixa valentia que han demostrat els dibuixants d'*El Jueves*?

Ho sé, no tothom té la mateixa responsabilitat ni tampoc tots poden permetre's donar la batalla, però els asseguro que els companys d'*El Jueves* tampoc s'ho poden permetre i no s'han rendit. En conec diversos. És gent que menja gràcies a aquesta revista des de fa molts anys; tenen nens i hipoteques. Es juguen el pa dels seus fills, no la piscina de la casa de la platja.

La dignitat de l'ofici

No tinc un sol retret contra tots els companys que, tantes vegades, en tantes redaccions, han ajupit el cap. Tampoc contra aquells que fan de cada taula un Vietnam i lluiten cada dia per la dignitat del seu ofici sense que la seva ràbia moltes vegades

des se senti fora. Són tots víctimes; també els que es queden a *El Jueves* amb el terror de perdre el seu lloc de treball. ¿La màxima amenaça a la llibertat d'expressió? La cua de l'atur. No hi ha gaires sectors econòmics que s'hagin salvat de les duríssimes conseqüències de la crisi, però un dels més castigats és la premsa. Preguntin a qualsevol conegut que sigui periodista i ell els ho explica.

No criticaré els que no se subleven, però sí que crec que cal elogiar i reconèixer la valentia quan és tan excepcional, tan escassa. La dels dibuixants i col·laboradors que se'n van perquè la seva llibertat no té preu: **Manel Fontdevila, Albert Monteys, Bernardo Vergara, Paco Alcázar, Manuel Bartual, Guillermo Torres, José Rubio Malagón, Pepe Colubi, Iu Forn, Isaac Rosa, Miquel Gras, Mel Prats, Triz Babia, José Luis Ágreda...** Un immens aplaudiment, companys. ■



SALOU ■ PERE FERRÉ, FOTÓGRAFO DEL 'DIARI', SE LLEVÓ UNO DE LOS GALARDONES

El TAS acoge la segunda edición de los Premis de Comunicació de Tarragona

■ El periodismo mostró ayer en Salou su lado más solidario. El Teatre Auditori (TAS) acogió la gala de los II Premis de Comunicació de Tarragona, organizada por la República Checa y la revista +Actual. Asistieron unas 200 personas. La entrada costaba 6 euros y el dinero recaudado irá destinado a la Associació de Familiars i Amics Oncològics de Catalunya (Afanoc). El fotógrafo del *Diari de Tarrago-*

na Pere Ferré ganó el premio en la categoría de mejor imagen. Los otros galardonados fueron La Vila (prensa local), Surtdecasa.cat (emprendimiento), Ariadna Costa (investigación), Circ de la Cultura (2.0), *Diari Mes* (historias de vida), *Ràdio l'Hospitalet de l'Infant* (resistencia) y Dídac Bertran (mejor trayectoria profesional). El meteorólogo de TV3 Tomàs Molina se llevó el premio nacional.

Diari de Tarragona contó con cuatro finalistas: los periodistas Xavier Fernández y Raúl Cosano (investigación), la sección de Costa por la serie *Gent de Món* (historias de vida) y el fotógrafo Lluís Milián. La gala fue amenizada por el mago López, la Coral de l'Escola de Música de Salou, la compañía de Mónica Domingo o los subcampeones de España de baile de salsa David y Lucía. —J. DÍAZ



Los animadores de la gala agradecen la presencia de los doscientos espectadores que acudieron ayer al TAS. FOTO: ALFREDO GONZÁLEZ



ZONAD'INCERTESA



ALBERT PLA NUALART

LINGÜISTA I ESCRIPTOR

Esquivarem la censura pagant pel talent digital

L'ARGUMENT MÉS SUCÓS de la setmana, i el més revelador de quin és l'estat de salut de la llibertat d'expressió ara i aquí, és el que RBA ha donat a la redacció d'*El Jueves* per justificar que no deixés arribar al quiosc la revista amb la portada del manresà Manel Fontdevila.

Si ho he entès bé, RBA els ha dit que la monarquia ha passat a ser un tema tabú en portada perquè és un tema que no interessa a la gent.

Fa set anys, quan van segrestar la portada del mateix Fontdevila i de Guillermo Torres on es veia Felip i Letícia practicant sexe, la censura era la clàssica, la judicial, la que crea complicitat entre les seves víctimes.

Avui, quan diem que la monarquia ja no és intocable –i els fets, fins ara, ho confirmaven–, la censura l'ha exercit l'empresari i ha dinamitat el setmanari d'humor obligant a plegar, per dignitat, el seu nucli més creatiu.

Ara, el més curiós és com ho ha justificat. Com que quedava molt poc liberal admetre que la portada li generava problemes, s'ha agafat al (neo)liberal subterfugi d'afirmar que no ven prou... mentre banderes republicanes voleien als balcons.

Tenim la gran sort que les revistes digitals surten prou barates perquè elsensors de sempre encara s'hagin d'arremangar, i que queden espais, com l'acudit de Ferreres, on surten corones emmerdades amb aparent normalitat.

Però, tot i així, és alarmant aquest gradual pas, en només set anys, de la clara però estimulante censura a la fosca i desmoralitzant autocensura. Set anys de crisi que han anat desfigurant el perfil de mitjans de paper que ara ja no suren sense l'ajut d'un capital cada cop menys plural.

I com que el talent eficaçment crític amb el poder no viu de l'aire, si volem que els Fontdevila, Monteys, Alcázar, Guillermo, etc. continuïn tocant el que no sona, no farem prou manifestant-nos contra Fernández Díaz: haurem d'aprendre a pagar pel talent digital.



EL OYENTE

Los héroes del día D

LUIS OZ

En Bayeux, la primera ciudad importante de Normandía recuperada por los aliados tras el desembarco hace 70 años, hay un sendero escoltado por docenas de columnas de piedra en las que están grabados los nombres de unos 2.000 periodistas muertos en batalla desde 1945.

Por fuego enemigo, en la segunda guerra mundial murieron 38 de los 1.600 acreditados ante el mando aliado. Setecientos eran estadounidenses (24 mujeres) y 500 de ellos cubrieron el Día D. Muchos se limitaron a informar desde los puestos de mando. De los héroes anónimos -y hubo muchos- nadie se acuerda.

La gloria, brevísima para algunos de la lista, se la llevaron Hemingway, Cronkite, Capa, Fuller, Pyle, Hottelet, Rooney, Halton, Boyle, Collingwood, Wertenbaker... Martha Gelhorn, para gran cabreo de Hemingway, se le adelantó haciéndose pasar por enfermera. Para entonces Papa ya estaba liado con otra corresponsal, Mary Welsh.

A Murrow la CBS le obligó a quedarse en Londres para transmitir los partes oficiales de Eisenhower y coordinar todo lo que transmitía «la banda de los ocho magníficos» que envió la cadena a las playas.

Sólo la BBC desplegó 48 reporteros para cubrir la operación y 17 de ellos desembarcaron con los soldados el 6 de junio.

Sin televisión y sin radio en directo, sin internet y sin correo electrónico, los corresponsales, casi todos empotrados, transmitían como podían por télex en boletines muy parecidos a los tuits de hoy que llegaban a las redacciones por teletipo. Una vez utilizadas, las cintas se destruían.

Todos los medios estadounidenses dependían del cable de Dow Jones para las conexiones transatlánticas y la Oficina de Información de Guerra, con más de 14.000 funcionarios, censuraba los contenidos que consideraba peligrosos para el éxito de la operación.

Del Día D apenas sobrevivió un rollo de unos 4 metros. El primer boletín empieza así: «La invasión aliada de Europa ha comenzado hoy entre la medianoche y las 02.25 horas de la madrugada, hora nuestra».

De las 100 fotos que logró hacer Capa, jugándose la vida, en las primeras horas del desembarco en la playa de Omaha sólo se salvaron 11. No por su culpa, sino porque al joven encargado de revelarlas en Londres se le secaron.



Gigamesh boicoteja RBA per la portada d'El Jueves'

La llibreria Gigamesh de Barcelona, la més gran d'Europa especialitzada en gènere fantàstic, ha anunciat per Twitter que no vendrà més llibres de l'editorial RBA. El motiu: la censura de la portada d'*El Jueves*. És un altre revés per a l'editorial, després de la renúncia de col·laboradors històrics de la revista.





Jordi Suriñach

■ Aquest excel·lent periodista i narrador radiofònic de diades castelleres s'ha destapat ara com un gran *showman* damunt de l'escenari. Jordi Suriñach va ser una de les sorpreses més agradables en la gala commemorativa de les 25 edicions del Concurs de Castells celebrada dilluns. Va conduir la festa amb habilitat, ironia i uns tocs d'humor. El cap de comunicació del Concurs va ser un gran mestre de cerimònies en una nit on van triomfar Raquel Sans i Tòniu Xou, codirectors del documental *El somni de Pau Casals*.



JORDI GIL

Periodista i presentador de l'Info K'

“Els nens no són menys intel·ligents, és que han viscut menys”



El somriure de Jordi Gil és permanent i encomanadís, i els menuts espectadors de l'Info K el coneixen molt bé. PERE TORDERA



ALBERT SOLÉ

Força Desprèn energia i felicitat, i els nens que miren cada tarda al Super3 com ell els explica la realitat a la seva manera, ho noten. Lluny de la càmera, l'esport li ha donat una raó per aixecar el cap després de passar el tràngol de perdre la parella per un càncer

Jordi Gil (7-5-1977, Tarragona) és una de les cares més conegudes de Televisió de Catalunya, sobretot a les escoles. Presenta des de fa tres anys l'Info K, l'informatiu diari per als nens (19.30 h) del canal Super3. Combina la seva faceta periodística amb les triatlons, i algun Ironman. Ara es prepara per córrer el de Frankfurt per recollir diners per a l'Hospital Sant Joan de Déu.

¿Escriure notícies per a l'Info K és més difícil que escriure-les per al TN?

No, però cal tenir clares algunes premisses. Els nens entenen tot el que els expliquis, sempre que sàpigues fer servir les paraules adequades. Els nens tenen el gran handicap que no tenen el vocabulari dels adults. No és que siguin menys intel·ligents, és que han viscut menys temps i saben menys coses.

¿L'Info K hauria de tenir les mateixes notícies que el TN?

L'Info K està destinat als nens, i a ells els interessen altres coses. Si la informació del dia és important els hi expliquem, però si no és prou rellevant tenim altres temes específics. A l'escaleta intentem barrejar temes feixucs amb temes més lleugers, i també temes d'escoles, d'animals, de medi ambient, o de rècords, que també els agraden.

una sèrie de dibuixos

'BOLA DE DRAC'

un llibre

'EL PETIT PRINCEP'

un lloc per perdre't

UN FAR EN PLENA POSTA DE SOL

Potser la facultat hauria de crear una assignatura específica d'informatius per a nens, ja que tot això que dius no ens ho van explicar quan hi vam estudiar tu i jo.

Quan comences a treballar a l'Info K escrius una notícia, i després l'has d'anar rebaixant de nivell, però no per fer-la més senzilla, sinó per explicar-la d'una manera més clara perquè s'entengui millor. I aquest exercici que no t'han ensenyat a fer l'acabes aprenent, i veus que tot el que expliquem es pot explicar d'una manera més fàcil. I quan ho fas t'adones de l'error que cometem tots els periodistes, que pensem que tothom sap el mateix que sabem nosaltres. Ara, et faries creus de les coses que ja saben els nens abans que els hi expliquis, perquè ells escolten els pares a casa, i l'Info K intenta ajudar-los a raonar i entendre que passa al seu voltant.

Quan eres a la Facultat de Periodisme suposo que no et veies presentant un programa com l'Info K. Què somiaves fer?

Primer, jo de petit volia ser futbolista, però em vaig adonar que la meua capacitat per parlar era superior als meus dots pel futbol. Vaig entrar a la facultat perquè m'agradava comunicar, i en especial m'agradaven els esports i l'entreteniment. Les notícies era el que menys m'interessava a priori, però com a periodista et surt la vena d'explicar coses. I a l'Info K m'hi

sento molt còmode, explico notícies però puc ser una mica més creatiu, sense arribar a fer el pallasso.

Què sents quan surts a l'escenari de la festa dels sùpers cada any en un Estadi Olímpic ple a vessar?

Crec que la gran majoria dels grups de música del món mai tindran davant seu tanta gent. L'energia que reps amb els crits dels nens és com si et vingués una onada de força... I veus totes aquelles cares d'alegria. Mira'm el braç [pell de gallina]. És espectacular, l'experiència personal que suposa costa d'explicar.

Quan vas pel carrer esquives els parcs infantils?

No, no. M'encanta estar amb nens, i si em reconeixen m'ho passo pipa. Sóc el primer que m'ofereixo per fer-m'hi una foto. Els adults som més de mirar dissimuladament. Un nen, quan et reconeix, primer li fa vergonya i se't queda mirant fix com una estàtua. Però si aconseguixes trencar aquesta vergonya inicial, després són fantàstics, sincers, i toquen molt.

Et deu passar el mateix quan vas els dilluns com a voluntari a Sant Joan de Déu, no?

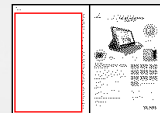
Un nen és un nen, encara que estigui malalt. Quan vaig allà a posar el meu gra de sorra, a ajudar amb el que sigui, el nen vol jugar i passar-s'ho bé, i si aconseguixes que s'oblidin de la seva malaltia durant una estona, és perfecte. Jo volia fer-me voluntari fa temps, però vaig perdre la meua parella per un càncer fa menys de tres anys, i vaig estar dos anys intentant assimilar el que m'havia passat, i encara ho faig una mica, però fins que no em vaig veure preparat per ajudar els altres no vaig començar.

I ara te'n vas a Frankfurt a fer un Ironman per recollir diners per Sant Joan de Déu.

Jo he fet sempre molt d'esport. Fa quatre anys vaig descobrir els triatlons, i l'any passat, en honor a la Pili, vaig decidir fer l'Ironman de Lanzarote, i ara preparo el de Frankfurt. Anant a Sant Joan de Déu vaig saber que estaven recollint diners per construir un hospital de dia, i amb uns amics vam decidir convertir el repte esportiu de Frankfurt del 6 de juliol en un repte solidari. Ens hem proposat recollir diners per totes les vies per donar-los a l'hospital.

I l'esport per a tu ja ha deixat de ser un hobby per ser una competició?

Si, jo competeixo sempre, tot i que sé que no guanyaré mai cap cursa, però a mi l'esport em dóna energia. Quan vaig perdre la Pili, l'esport es va convertir en la manera de buscar al·licients a la vida. Tot se n'havia anat a la merda, així de clar, i vaig buscar alguna cosa que em tragués del pou, i l'esport em va tornar a activar perquè no tenia ganes de fer res.



Twitter, el nuevo soporte publicitario de los famosos

Iker Casillas y Miguel Ángel Silvestre se suman al negocio de rentabilizar sus seguidores en las redes sociales

ISABEL VALDÉS
 Madrid

El precio de un tuit de Kim Kardashian en 2012 ascendió a 7.600 euros. La publicidad en redes sociales a través de las cuentas privadas de famosos estaba asentada en EE UU. En España empezaba a colarse, sobre todo a través de Facebook y Twitter —Instagram tiene menos impacto, aunque comienza a expandirse—, y desde el verano pasado cada vez más famosos publican productos, eventos o marcas que forman parte de su vida privada.

El pasado 30 de mayo, Iker Casillas —@CasillasWorld con 1,62 millones de seguidores— publicó: "Ummm que ricos, claro que sí, son mis favoritas!! :)", con el hashtag #SomosFutbol, enlazando a la cuenta oficial de la marca de patatas Lay's. Dos meses antes, el actor Miguel Ángel Silvestre —@ma_silvestre, con 309.000 followers— lanzó durante varios lunes en su cuenta de Twitter e Instagram videos y fotos de las cenas que se preparaba para ver la serie *Velvet*: espaguetis, arroz, pimientos... y ensalada. Siempre había ensalada en el menú. De Florette, cuya bolsa, de forma sutil, se vio en uno de los videos.

En el caso del portero madridista, quien tiene además un contrato para este verano con la marca de aperitivos relacionado con el Mundial, la publicidad es explícita. Pero, ¿qué ocurre con las cenas sanas del protagonista de *Velvet*? Ese tipo de mercadotecnia llegó a España "de forma bastante natural", según Eduard Corral, de la agencia de comunicación en redes sociales Buzz. "Hace un par de años que empezó este fenómeno, pero últimamente se ha intensificado. Antes, unas cuantas menciones en Twitter podían hacerse incluso gratis". Ahora se hacen por contrato, "que normalmente incluye algo más que tuits: anuncios, eventos..."

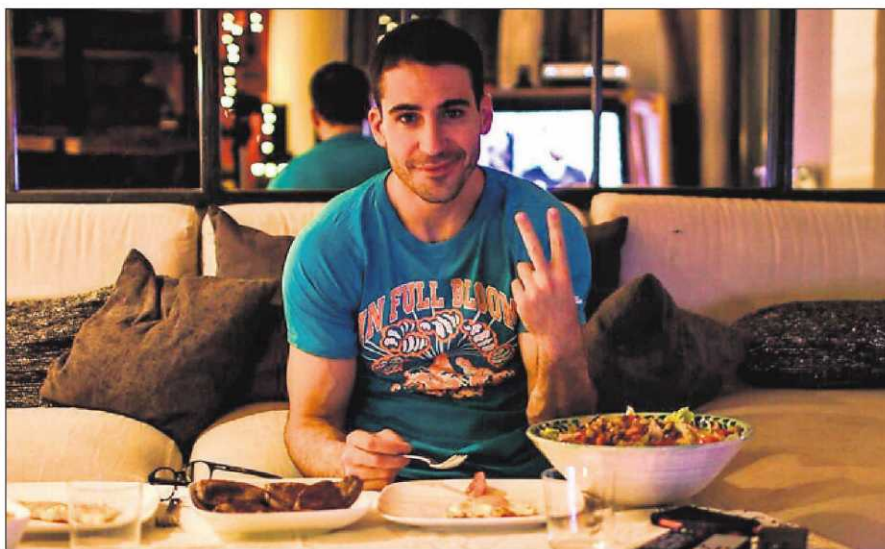
El quién busca a quién también ha cambiado. Eran las marcas las que contactaban con los personajes. "Ahora algunos famosos buscan este tipo de acciones de forma proactiva. Hay que entenderlo como una marca. Ambos se refuerzan", asegura Corral. Cada vez se emplea más esta fórmula. La publicidad ha llegado hasta la intimidad de los famosos, como el salón de Silvestre con la televisión reflejada en el espejo mientras cena.

No es nuevo ver rostros conocidos representando a empresas. La historia de la publicidad está plagada de grandes nombres, Marilyn Monroe usaba Chanel n.º 5, y el perfume volvió a recuperarla el pasado noviembre para una campaña. Televisión y radios han estado repletas de voces inolvidables, como la de Constantino Romero, y las páginas de periódicos, pintadas con sonrisas reconocibles, como la de Matías Prats sentado en un banco naranja. Las blogueras de moda llevan más de siete años promocionando firmas en sus webs. La evolución hacia las redes sociales era cuestión de tiempo.

"Lo que sí es cierto es que primero se usaron perfiles que ya eran influyentes en Internet como amplificadores en las redes sociales, con blogueras como Lovely Pepa. Después se han hecho eco de lo que llamamos influyentes *offline*, que después se han convertido en *online*", explica Corral. Iniesta o Alejandro Sanz son buenos ejemplos de profesionales respetados que



Iker Casillas promociona una marca de patatas fritas. / TWITTER



Miguel Ángel Silvestre anuncia ensaladas mientras en un televisor al fondo se emite su serie *Velvet*. / TWITTER

Las campañas con caras conocidas van en aumento desde hace dos años

Los deportistas de élite son los rostros más cotizados en el nuevo negocio

ahora tienen gran poder de convicción en la Red y, por tanto, una supuesta gran rentabilidad, que depende del grado de reconocimiento. "Según el caché, unos 3.000 euros puede ser una media aproximada de un paquete", explica Moisés Fernández, director ejecutivo de Avipp, una agencia de marketing online. El paquete al que se refiere Fernández es un número fijo de tuits que las marcas acuerdan con el famoso y que debe lanzarse en las redes sociales en un

momento determinado. "Esa media también puede depender de si es una campaña a corto o largo plazo, si es a nivel nacional o internacional...", añade.

Esos 3.000 euros aumentan cuando se trata de deportistas de élite como Casillas, Rafa Nadal o Pau Gasol. "Son personajes muy cotizados. Lo que interesa es que tengan muchos seguidores y que la personalidad del personaje enlace con los valores de la marca", apostilla Fernández. Pero no todo es la longitud de

la lista de seguidores, ni puede conocerse la rentabilidad exacta de un nombre. Así lo asegura Santiago de Mollinedo, director general de la consultoría de mercadotecnia Personality Media: "Incluso los anunciantes están algo desorientados. No te puedes fiar del número de seguidores. Hay que tener en cuenta lo activos que son y la calidad en la interacción con el personaje". Las cuentas deben estar activas continuamente, destaca Mollinedo, para que quienes las siguen estén acostumbrados a un interés permanente en lo que se publica.

La cantidad resulta fácil de medir. Para la calidad, "se nece-

El número de 'followers' no es un parámetro fiable; el éxito no es seguro

La legislación española aún no regula esta práctica de forma específica

sita medir la interacción media por mensaje, de publicaciones diarias...", comenta Mollinedo. Pero ni siquiera así se asegura el éxito. "Grandes compañías han dejado esta práctica, porque no conocían si efectivamente había tenido retorno".

Lo que siempre resulta rentable son las publicidades altruistas. "por responsabilidad social, sobre todo con ONG. A un futbolista polémico se le recomiendan estas prácticas", opina Eduard Corral, de Buzz. Las únicas que, en caso de una regulación, no tendrían problema.

Fuentes de Autocontrol, entidad que audita la publicidad, afirman que, pese a no existir leyes específicas para la mercadotecnia en redes sociales, aplican las existentes: la ley General de Publicidad, la de Comercio Electrónico y la de Competencia Desleal, que exige que la publicidad quede "claramente especificada en el contenido" y sea "identificable para el usuario".

Con la crisis, los eventos de marca han disminuido y, por tanto, la presencia de los famosos. "Las celebrities empiezan a verlo como una fuente de financiación nueva, sobre todo los personajes no consolidados, como los que salen de los realities. Desde un punto de vista ético puede verse como publicidad escondida", señala Marcos Morales, de la agencia de comunicación Tinkle. A su entender, este nuevo tipo de emplazamiento del producto es como cualquier otro tipo de banner: "En el fondo no es más que un engaño en un limbo legal, pero quizás nos hemos vuelto locos intentando controlar algo que no es más que lo mismo que llevan haciendo los grandes medios toda la vida".



EM2 / CULTURA

Publicación / Nuevos medios

El lúcido papel de la cultura

'Jot Down' demuestra con su éxito que aún hay sitio para las revistas y las letras

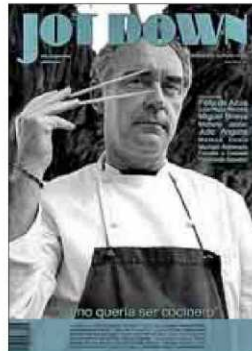
LUIS ALEMANY / Madrid
Un día apareció una página de *Jot Down* en nuestra pantalla y todos pensamos que aquello era un *asunto de amigos*. Luego llegó la revista y parecía lo contrario, lo tienen todo medido. ¿Dónde está la realidad? ¿En los dos extremos a la vez? *Jot Down* nació, crece, se reproduce y puede gustar más o menos, pero su personalidad es muy nítida. «Yo quería mantener ese *nosequé* de proyecto de amigos. Siempre decimos que el triunfo de verdad es que no dejamos de ser amigos». Carlos A. Foguet, fundador de la revista junto a Ángel Fernández y Ricardo J. González, es el encargado de contar su historia. «Supongo que ni éramos tan *amateurs* ni teníamos una idea clara de lo que faltaba en el mercado. Teníamos intuiciones de lectores voraces. Si ni siquiera somos periodistas... Hombre, en tres años vamos aprendiendo cosas, pero no haré el relato de que lo teníamos todo clarísimo. Sería mentir».

Foguet tiene 35 años, de modo que se acuerda del culto por lo *amateur* de los años 90. Después, los chicos de su edad descubrieron que, para hacer algo valioso, hay que ser competitivo, presionar y aguantar la presión, ser puñetero... «Eso fue un tema generacional y cultural: yo vengo de los fanzines y su contracultura, de la idea de que todo lo que se hace entre amigos está bien porque sí. Y no, claro que no. Pero en *Jot Down* no hablamos de competir. Hablamos de compartir. La red de distribuidores la compartimos con otras revistas: Mongolia, Libro... Y nos da algún ingreso. Tampoco estamos aquí para dar dinero a los accionistas sino para ser sostenibles».

¿Y hay broncas cuando algo sale mal? «Hay riñas, pero bastante domésticas... Yo me cabreo mucho cuando veo un error. Más que en

cualquier otro trabajo que he hecho. El número 1 estaba lleno de erratas; las prisas, la inexperiencia, yo qué sé. Ahora lo miramos y nos quedamos entre la risa y el pánico». Lo del cabreo viene a cuento de que Foguet repite un par de veces la frase «que cada palo aguante su vela», en referencia a la responsabilidad personal de sus colaboradores. Como si el editor fuera sólo un mediador.

¿Vio *House of Cards*? El momento en el que la periodista deja su periódico y se va a otro medio que apenas es un espacio de *coworking* en



el que cada redactor se busca la vida y se queda para sí mismo con el éxito o el fracaso de su trabajo... «Sí, me acuerdo». Pues a los que crecimos en redacciones grandes y más o menos corales nos daban ganas de llorar. «En *Jot Down* también tenemos una estructura muy laxa y horizontal. Ni siquiera tenemos un espacio, una redacción. Hay un foro para el *staff* que hace de redacción virtual, los colaboradores no tienen contacto entre ellos y todo viene firmado de modo que uno es responsable



Arriba, Carlos Foguet, editor de 'Jot Down'. Sobre estas líneas algunas de las portadas de la revista. / EL MUNDO



ble de lo que hace. Pero conservamos el control de tiempos, temas y firmas. No somos tan anárquicos».

¿Y qué puede ir mal en *Jot Down* de aquí a cinco años? «Eso es una eternidad para nosotros. Somos como el ciclista, que si deja de pedalear se cae. No sé, si nos mantenemos fieles a unos valores que me serían muy difíciles de definir, iremos bien», explica Foguet.

Valores. ¿No juega *Jot Down* a adular el oído de su lector? A hacerle sentir inteligente porque recuerda a Biriukov... «Reclamamos el derecho a hablar en serio de temas cómicos y a hablar con humor de las cosas serias. Yo entiendo que hay textos sobre películas de culto que en realidad son muy malas que se presentan en la web como la gran cosa. Habrá quien se lo tome en serio, pe-

ro... Entre hacer sentir al lector inteligente y tratarlo de estúpido, casi prefiero lo nuestro».

Jot Down nació en 2011, en un momento de excitación política; pero siempre ha sido fría, distante. «Fue una decisión deliberada. Los amigos que estamos en *Jot Down* nos parecemos en muchas cosas pero no en nuestras opiniones políticas. Muchos nos expresamos políticamente pero no aquí. *Jot Down* no tiene línea editorial, está hecha por aluvión. Por eso, nos dicen de todo, que somos de UPyD, catalanistas, comunistas, falangistas... Está bien así».

«Tenemos 10.000 lectores de la revista y medio millón de lectores únicos de la web», continúa Foguet. «Supongo que el núcleo de lectores *hardcore* tiene un techo, no sé cuál. Pero tampoco tenemos una estrategia de nicho, de dirigimos a un lector concreto...». ¿Conectan, por ejemplo, con chicos de 20 años? «Sí. ¡En las facultades de Periodismo tenemos mucho éxito! Por referencias culturales, nuestros lectores son de 30 a cuarenta y tantos. Pero hay más lectores de 20 que de 50».

«Hemos visto revistas muy buenas que no nos han sobrevivido. ¿Cuál fue la decisión crítica que nos fue bien? Ni idea. Intuyo que fue un acierto crear una comunidad de lectores antes de lanzar la revista. Otros medios nacen con un buen producto pero sin tener la certeza de que los lectores existan». ¿Y eso no acaba en lo de antes, en la complacencia? «Puede ocurrir. Pero en una comunidad sana los lectores dan la alarma si te equivocas».



CRÒNIQUES DEL DIA D (i 4)

David Portabella



Cronistes del dia més llarg

El periodisme va conèixer amb el Dia D en tensió molt abans del desembarcament i fins i tot des de les seccions més innocents d'un diari, com la de mots encruats que publicava al britànic *The Daily Telegraph* des de feia vint anys Leonard Sydney Dawe amb l'orgull de no repetir mai una definició. Edició del 2 de maig del 1944: "17 horitzontal. Un dels Estats Units". Solució? "Utah". Edició del 22 de maig: "3 vertical. Indi pèl roja de Missouri". Solució? "Omaha". Edició del 27 de maig: "11 horitzontal. Però a vegades alguna gran perruca, com aquesta, ha robat alguna cosa d'això". Solució? "Overlord". Que durant vint dies el *Telegraph* hagués jugat a fer endevinar els noms en clau de dues platges de Normandia i el de l'operació del desembarcament —a deu dies del Dia D!— va obligar Scotland Yard a investigar l'autor dels celebrats mots encruats sobre una coincidència que encara avui continua embolcallada de misteri. Salvada la sorpresa i arribat el Dia D, però, periodistes com el fotògraf Robert Capa van desembarcar amb les tropes d'assalt per immortalitzar el combat des de l'hora H.

En el llegat gràfic de Capa hi conviuen l'heroicitat de retratar l'infern d'Omaha i la frustració pel tractament de les excepcionals fotos. Impacient perquè passaven els dies i "el món sencer esperava les nostres fotos i no teníem notícies de Capa", John Morris, cap de *Life* a Londres, va rebre quatre pel·lícules de Capa des d'Omaha. Amb la pressa, un tècnic forçà la temperatura a la cabina d'assecat i oblidà airejar-la. Resultat: l'emulsió fon tres de les quatre pel·lícules i de la quarta onze clixés sobreviuen lleugerament borrosos.



La sala de premsa del Château de Vouilly tal com és avui i com era el 1944 gràcies a l'única foto de Walder D.P.

"Vaig plorar de ràbia", diria Morris. *Life* publicarà les instantànies amb el següent peu: "La immensa excitació del moment va fer tremolar la mà del fotògraf i les seves fotografies han quedat desenfocades." Capa es venjaria de *Life* amb ironia tres anys després titulant les memòries *Una mica desenfocades*. El desenfocament, però, no evita que una mare retalli aquella foto d'un jove de 18 anys amb l'aigua al coll a Omaha i la guardi. "Mira, no ets tu?", va dir aquella mare al soldat Edward Regan quan va tornar a casa. "Sí, sóc jo, i estic molt orgullós de ser-ho", va dir Regan a la mare que havia guardat el retall de premsa.

Un cop guanyades les platges, el desembarcament donaria pas a la batalla de Normandia. El 9 de

juny, el 115 regiment d'infanteria de la 29 divisió captura el Bosc de Calette, turó al nord de la vila de Vouilly. Expulsats els nazis, l'estat major del primer exèrcit nord-americà es presenta al Château de Vouilly i demana disposar d'habitacions per instal·lar-hi el primer camp de premsa i permetre als periodistes acreditats un lloc des d'on enviar les cròniques. L'amfitriona, Alexandrine Hamel, fa saber als americans que al castell familiar del 1750 estan a casa.

Elegit pel cos nord-americà de transmissions per la seva situació privilegiada a l'hora de facilitar les comunicacions amb Anglaterra, el Château de Vouilly és equipat amb una sala de premsa... i una sala de censura. "Tots els articles i les cròniques escrits pels perio-

distes, abans de ser enviats, eren rellegits pels censors i les informacions susceptibles de ser útils a l'enemic eren eliminades. És per això que tots els articles redactats a l'època comencen amb un idèntic encapçalament: "En algun

El Château de Vouilly va acollir la sala de premsa i de censura on el general Bradley relatava l'avenç

lloc de Normandia" o bé "cap de pont de Normandia", relata 70 anys després James Hamel, a qui la mare Alexandrine va posar un nom anglobí inspirada en un que oïa a casa aquells dies. Encara avui la placa de *Press Copy Room*

col·locada pels americans evoca el lloc on naixien les cròniques i on el general Omar Bradley, comandant del primer exèrcit dels Estats Units, relatava l'avenç aliat.

Entre els inquilins de Vouilly hi havia Capa, Ernie Pyle (*Stars and Stripes*), John Thompson (*Chicago Tribune*), Hal Boyle (*Associated Press*), Andy Rooney (CBS News), Andre Rabache (*France presse*), Charles Wertenbaker (*Life*) Andre Rabache (*France presse*) o Roy Walder Jr. (*New York Herald Tribune*), autor de l'única foto de la sala de premsa del 1944 que els Hamel guarden com un tresor. Per Normandia també va passar Ernest Hemingway, però ell va preferir desembarcar en la setena onada quan Omaha era una catifa i no l'infern retratat per Capa. "Els periodistes aquí no tenien una bona opinió de Hemingway", diu James Hamel recollint el ressò del que escoltava dels seus pares. Alguns dels periodistes moririen poc després emportats pel seu ofici de corresponsal, com Ernie Pyle (morirà el 18 d'abril del 1945 a l'illa de Leshima durant la campanya d'Okinawa al teatre d'operacions del Pacífic) o Robert Capa (morirà el 25 de maig del 1954 a Indoxina divuit dies després de la caiguda de Diên-Biên-Phu), però alguns com John Thompson van retornar durant anys al lloc on va escriure les seves cròniques fins que el camp de premsa va ser enviat a Canisy el juliol. El trasllat es va endur per sempre el soroll de les màquines d'escriure i dels transmissors que emetien de nit per la diferència horària però va deixar un capítol de la història als salons del Château de Vouilly, on James Hamel no es diria James si per aquí no haguessin passat els cronistes del dia més llarg.



Posar en risc el sistema català de comunicació

Avui, l'oferta televisiva en TDT al nostre país consta d'una més que notable presència de canals de televisió d'àmbit estatal; d'una menor, però potent, oferta de canals públics i privats d'àmbit nacional, i d'un seguit de canals de cobertura local. Amb el comandament a la mà, doncs, observem que l'oferta televisiva en català, que en termes d'audiència representa únicament un 22%, és molt inferior que en llengua castellana.

A aquest desequilibri hi hem de sumar els efectes que té i tindrà la convergència tecnològica, que està implicant l'entrada de nous *players* i de plataformes de distribució de caràcter global, amb una oferta de continguts molt àmplia, i la de fabricants d'aparells i d'operadors de telecomunicacions, que presenten plataformes pròpies.

Un risc per al model audiovisual. Amb aquesta realitat, i com a president del CAC, crec que ens ha de preocupar i hem d'estar molt amatents a la gestió que el govern espanyol faci de l'espectre radioelèctric i vetllar perquè no afecti cap dels tres multiplex que Catalunya té assignats per emetre els seus canals d'àmbit nacional.

La pèrdua d'un multiplex posaria en risc i comprometria greument la competitivitat dels canals catalans davant la tendència cap a l'HD i l'UltraHD i tindria greus conseqüències culturals i lingüístiques. I això, evidentment, implicaria un afebliment del sistema català de comunicació, un sistema que, com ja s'ha vist, pateix d'una situació de desequilibri respecte a altres sistemes.

Els mitjans audiovisuals són un element indispensable per a un pa-

ís a l'hora de reproduir, recrear i normalitzar la seva cultura i la seva llengua. És per això que disposar d'una oferta audiovisual pròpia potent i de qualitat es presenta com un requisit per a qualsevol comunitat cultural i lingüística que es vulgui projectar i cohesionar.

Un risc per a la normalització cultural i lingüística. Cal recordar que una de les missions de servei públic encomanades a la CCMA és "la promoció, el coneixement i la difusió de la llengua i la cultura catalanes".

Des de la recuperació de la democràcia, els mitjans en català, juntament amb el sistema educatiu, han contribuït notablement a la normalització de la llengua catalana en la nostra societat. Val a dir, però, que



ROGER LOPPACHER

PRESIDENT DEL CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC)

Els mitjans audiovisuals són un element indispensable per a un país

encara no se n'ha generalitzat el coneixement en tots els usos públics.

La normalització del català és, encara avui, una fita ambiciosa i no plenament assolida, però absolutament indispensable per a la cohesió de la realitat social i lingüística diversa dels nostres països. I, evidentment, la televisió, i els mitjans audiovisuals en general,

juga un paper indispensable en aquest procés, ja que té una clara funció integradora i d'aprenentatge per a tota la població.

Una funció, doncs, que es podria veure compromesa amb la supressió d'un multiplex, de la mateixa manera que també es posaria en risc la reciprocitat televisiva amb la resta de territoris amb els quals compartim llengua i cultura.

Un risc per a les emissions en HD. Actualment, el parc de televisors en HD representa gairebé el 50% del total, i un 50% d'aquests aparells tenen com a programes principals els canals en HD, amb una forta tendència a augmentar.

En aquest context, i en l'escenari de supressió d'un canal multiplex per a Catalunya, això podria comportar que, a curt termini, la CCMA hauria de renunciar a les emissions en HD o eliminar canals en qualitat estàndard (SD) i, per tant, reduir la seva oferta programàtica; a curt i a mitjà termini, la CCMA no podria fer *simulcast* de programes en SD i en HD per preparar la migració a l'HD, i, a mitjà i a llarg termini, no disposaria de capacitat per fer emissions 4k/8k.

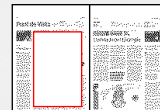
És a dir, es faria impossible mantenir l'oferta actual de continguts catalans i en català a Catalunya i/o evolucionar cap als nous estàndards de qualitat que es consolidaran com els habituals en el consum televisiu.

La solució tècnica és possible. La gestió eficient de l'espectre radioelèctric és avui una necessitat per a tots els països. Però els ajustos "necessaris" que s'hagin de dur a terme en aquest camp hauran de tenir molt en compte no posar en risc la realitat cultural i lingüística existent i fer viables les tendències tecnològiques i de consum que demanen els usuaris.

Urgeix que el govern espanyol faci públic el seu pla tècnic i que hi ofereixi les solucions perquè Catalunya pugui continuar disposant del tercer multiplex. Una solució que passa per reassignar els multiplex objecte d'afectació en altres freqüències lliures. Amb voluntat, la solució tècnica és perfectament possible.



RUTH MARIGOT

**GIOVANNI MARIA VIAN, EL DIRECTOR, TÉ EL PERFIL DE 'GENTLEMAN' VATICÀ**

Miriam Díez

**Periodista i professora a la Universitat Ramon Llull**

El diari del Papa

Si el que li agrada d'un diari és jugar al sudoku, no compri *L'Osservatore Romano*. No té passatemps, ni esports. S'ocupa de política, i també de cultura i religió.

La seva línia és de

construir

ponts, per-

què aquesta

és per natura

la feina d'un

pontífex. És

considerat el

diari vaticà, tot

i que existeix de

molt abans que

es creés l'Estat

Vaticà, el 1929.

El seu director,

Giovanni Maria

Vian, un home que

"destil·la discre-

ció", segons el veterà periodista Arturo

San Agustín, va ser a Barcelona per par-

lar d'informació vaticana i per desgran-

nar la història del seu llegendari mitjà.

El va convidar la Societat Econòmica

Barcelonesa d'Amics del País. Vian no

va estalviar autocritica i va explicar al-

guns errors que ha comès el seu diari,

que no és infal·lible. També va recordar

la missió del diari vaticà: informar sen-

se ferir. És la consigna no escrita d'un

diari que sap molt més del que mai llegi-

rem a les seves pàgines llençol. *L'Osser-*

vatore Romano, l'únic diari de la Santa

Seu, es mou entre "posicions clares" i

tractant de "no ferir ningú". Polemitza

però no insulta. Un diari insòlit. Els

seus directors, en 153 anys, han estat

sempre laics. A diferència d'altres mit-

jans de la Santa Seu, com la revista

quinzenal *Civiltà Cattolica*, que envia

tots els articles a Secretaria d'Estat

abans de ser publicats, *L'Osservatore*

Romano "no té temps" per a censures

prèvies. El criteri del seu director és su-

ficient. I no s'equivoquen. De fet, Vian

encarna com ningú el perfil del *gentle-*

man vaticà. Va ser batejat per Pau VI

quan aquest era un monsenyor jove. La

seva família ha estat amiga de Papes. I

ell és, a més de director, professor de

Patrística a la Sapienza. Un savi im-

pregnat del *savoir faire* vaticà conver-

tit en director de diari. El seu és el perfil

del director de diari pausat però ama-

tenant, no atabalat, dotat d'aquella finesa

i criteri que la bogeria titànica del dia a

dia no consenteixen. El seu diari surt

cada dia i té 7 edicions i a diverses parts

del món s'edita. En castellà, els lectors

del diari madrileny *La Razón* el poden



LLUÏSA JOVER

Informar sense ferir. Aquesta és la consigna no escrita de 'L'Osservatore Romano', que sap molt més del que mai llegirem a les seves pàgines llençol

tenir el diumenge.

'L'OSSERVATORE' ÉS el primer *global newspaper*, un diari universal, diminut i influent. Romà de nou però universal de batec. És el diari vaticà però existeix abans que el Vaticà fos una realitat. Durant la Primera Guerra Mundial va saber mantenir neutralitat i és un diari no partidista. El rotatiu de la Santa Seu no és replicable. No hi ha cap altre diari que sistemàticament obri amb informació internacional. Des de la petita redacció romana, aquest observador ro-

mà, que va estar a punt de dir-se *Amic de la Veritat*—un nom que l'hauria acosat nominalment al soviètic *Pravda*—, té avui aquest director que ha estat a Barcelona per revelar anècdotes del diari que té entre mans. Va explicar que quan va saludar el papa Francesc per primer cop, aquest li va dir: "No em feu massa propaganda." I és que el Papa argentí vol una informació "equilibrada i correcta" però no li agrada que al diari es parli d'ell sinó de tot. La internacionalització del diari, l'obertura a altres religions, la inclusió de la cultura com a part fonamental del rotatiu, hi ajuden. Amb tot, qui vulgui llegir els discursos i textos oficials ha d'anar a recalar-hi per força.

VIAN, MOLT EDUCAT, VA DEMANAR disculpes per no poder parlar en català tot i que l'entén. Va demostrar que és un home extremament intel·ligent i prudent. És ell qui ha aconseguit l'entrada de dones a la direcció del diari. Li agrada en Tintín però no és un periodista intrèpid. "Ho veu tot" i és un "expert en Papes", va analitzar Arturo San Agustín. L'home ideal per observar des de Roma el que passa al món i explicar-ho. Perquè per molts encara és cert, quan parlem d'informació vaticana, que el que compta no és el que passa, sinó com ho explica *L'Osservatore Romano*.



JOSÉ LUIS PIÑAR Miembro del comité de expertos de Google

“Defiendo la privacidad. No me he pasado al enemigo”

ROSARIO G. GÓMEZ
 Madrid

Google, el gigante estadounidense de Internet, ha nombrado a un comité internacional para aplicar la reciente sentencia del Tribunal de Justicia de la UE que reconoce el derecho de los ciudadanos a suprimir del buscador aquellos datos irrelevantes y sin interés público que les afecten. José Luis Piñar, catedrático de Derecho Administrativo y vicerrector de Relaciones Internacionales de la Universidad San Pablo CEU (Madrid, 1957), forma parte de este grupo de expertos en el que también figuran el relator de la ONU para la protección de datos, Frank La Rue; el fundador de Wikipedia, Jimmy Wales, y los profesores Luciano Floridi (Universidad de Oxford) y Peggy Valcke (Lovaina).

A la espera de que comiencen sus trabajos, tarea por la que no cobrarán, Piñar afirma que la sentencia tiene “muchas aristas” y es técnicamente “muy problemática”. Pero por encima de todo, defiende la privacidad como un derecho fundamental. Cree que en su nombramiento ha pesado el hecho de que entre 2002 y 2007 dirigió la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), precisamente el detonante de la sentencia del Tribunal de Luxemburgo. Desde ese cargo fundó la Red Iberoamericana de Protección de Datos.

Pregunta. ¿Quién le propuso?

Respuesta. Imagino que ha influido el hecho de que haya sido director de la AEPD. En esa época tuve una relación cercana con el responsable mundial de privacidad de Google. Nos reuníamos muchas veces para marcar las líneas rojas. Eran los tiempos en los que empezaba Gmail y se discutía si Google escaneaba o no los correos electrónicos para que apareciera publicidad personalizada. Vimos que no había intervención humana, sino una gestión mecánica y que no se conservaban los datos personales. Además, parece lógico que haya un español; la sentencia se refiere a un caso planteado por España.

P. ¿Se ha pasado al otro lado?

R. Soy un firme defensor de la privacidad como derecho fundamental, pero no podemos ser fundamentalistas. La protección de datos tiene que convivir con la transparencia, con Internet y con la información. No me he pasado al enemigo; lo que vamos a hacer es evaluar cómo se aplica desde un punto de vista técnico y jurídico. La sentencia plantea muchos problemas.

P. ¿Cuáles son los más complejos?

R. En protección de datos existen tres sujetos: el titular del dato, el responsable del fichero y el encargado del tratamiento, que puede ser, por ejemplo, el que gestiona las nóminas de una empresa. Cuando llegó el caso al

Tribunal de la UE, el abogado general consideró que Google maneja datos, pero que eso no hace de Google responsable del tratamiento. No es más que una correa de transmisión entre el editor de los datos y el usuario. De modo que no puede alterar la información.

P. Pero el tribunal no siguió la argumentación del abogado.

R. La sentencia da un paso muy importante. Lanza el mensaje de que, por mucho que estemos hablando de una gran compañía de EE UU, tiene que respetar la protección de datos y la directiva europea.

P. Google siempre se ha escudado en que se rige por las normas de EE UU, ya que su sede está en California, y que no le afectan las leyes de otros países.

R. Efectivamente, pero Google Inc tiene una filial en España, que es Google Spain, y la sentencia sostiene que, dado que Google Spain lleva a cabo una actividad relacionada con el buscador —la gestión publicitaria—, debe ajustarse a la directiva.

P. Eso significa que afecta a todos los usuarios de la UE.

R. Sí, pero no necesariamente a todos los buscadores. Si Bing o Yahoo tienen filiales en España o en otros países de la UE tendrán

cho fundamental que hay que equilibrar con otros derechos, como la libertad de expresión e información. Además, tiene que convivir con los buscadores sin poner puertas al campo. Google va a decidir si esas informaciones son o no de relevancia pública. Va a analizar caso a caso.

P. ¿El comité de expertos pondrá coto a la intención de los usuarios de borrar sus datos negativos?

R. Existe el derecho de los internautas a saber. He leído que entre las 40.000 solicitudes de cancelación que se han presentado en los cuatro primeros días hay bastantes de pederastas. El comité ha de marcar pautas objetivas y claras.



José Luis Piñar. / JULIÁN ROJAS

“Habría sido más preciso exigir que fuera el editor quien tomara medidas”

“Entre las 40.000 peticiones recibidas hay bastantes de pederastas”

que cumplirla. Si no es así, habría que verlo. Esta es una de las consecuencias que hay que analizar. Es una sentencia que tiene muchos recovecos.

P. ¿Cómo queda Google?

R. Google es responsable del tratamiento y por eso se puede ejercer el derecho de cancelación frente a Google. De modo que puede salir reforzada porque ahora, según la sentencia, es la dueña de la información. Aunque no lo va a hacer porque iría en contra de la fiabilidad, pero podría decir: ‘José Luis Piñar no me cae bien y lo borro de Google’. Ya no es una simple correa de transmisión, sino que decide. La cuestión es hasta qué punto Google es responsable de la información y hasta qué punto puede convertirse, ahora sí, en una especie de censor. Habría sido mucho más preciso exigir que fuera el editor el que tomara medidas para no indexar la información.

P. ¿Cómo se conjugará el derecho a la privacidad y a la libertad de información?

R. La privacidad es un dere-



MITJANS

Els investigadors alerten que els nous mitjans digitals només aconseguirien competir si aposten pel bon periodisme

Sense qualitat no hi ha futur

SALVADOR ENGUIX

“El suport no és el problema més gran”. José María Herranz, professor de Periodisme de la Universitat de Castella-la Manxa, ho anunciava abans de sentenciar que “l'eix de qualsevol projecte periodístic és la qualitat”. Herranz és un dels molts docents, investigadors i experts que han participat a Conca en el seminari *Periodisme emprenedor, una esperança renovada*. Unes jornades en les quals ha quedat clar, com apunta el coordinador, el professor Juan Luis Manfredi, que l'important en qualsevol projecte digital (fins i tot en les versions digitals dels diaris en paper) és “el contingut, l'ètica, el treball per l'interès general, la defensa de la democràcia i del progrés; si no tens clar aquests valors, no pots ni innovar ni competir en l'entorn digital actual”.

Les sessions de treball, que tindran continuïtat a Nova York i Mont-real, han servit per posar en comú necessitats per formar bé els futurs periodistes a les universitats espanyoles i per consensuar les tendències que s'estan demostrant vàlides per al denominat *nou periodisme*. José Manuel Noguera, professor de comunicació de la Universitat Catòlica San Antonio de Múrcia, va ser clar en la seva exposició: “El nou canal exigeix noves habilitats tecnològiques, però les bases del bon periodisme continuen sent les mateixes”. I va raonar que “el contrast de les fonts, de les informacions, la qualitat a la redacció, el compromís de l'informador i la veracitat continuen sent fonamentals, i els nous mitjans que competeixen a tot el món acon-



ALBA ROVIRA

Un usuari llegeix l'edició digital de La Vanguardia

segueixen refermar-se perquè es mantenen fidels a aquests principis”.

Cristina Manzano, directora d'*Esglobal*, va reconèixer que el “focus de les idees” és molt

Investigadors han abordat a Conca les claus de la digitalització del periodisme

competitiu; i va destacar com els diaris han de consolidar la seva posició en un ecosistema amb múltiples ofertes de continguts, des d'altres diaris digitals (nadius o versions de pa-

per), fins a blogs o fins i tot les xarxes socials. “La qualitat és l'únic que et pot permetre diferenciar-te de la resta”. Una tesi que va defensar també el periodista i consultor Millán Berzosa, per a qui el fonamental “és el valor que dones amb el teu contingut al lector”. “Importa més el què que el com, perquè el contingut és més important que la plataforma; si ets una empresa periodística que saps explicar coses interessants, aconseguiràs marcar la diferència”. D'altra banda, el professor Miguel Carvajal, de la Universitat Miguel Hernández, va reconèixer que els professionals del periodisme han “d'incorporar en la mesura que puguin coneixements bàsics en matèria de programació, saber

explorar les possibilitats del nou entorn digital, però innovar és, a la fi, ser diferent”. Cosa que inclou conèixer l'ús de les noves “narratives” com el periodisme de dades, la infografia, la barreja de llenguatges –vídeo, text i so–, i tenir present, segons els experts, que les xarxes socials són una oportunitat tant per als periodistes com per als mateixos mitjans de comunicació.

Juan Luis Manfredi conclou que al món de la universitat espanyola “hi ha una voluntat de renovació i d'innovació, des de la universitat cap al periodisme, nosaltres com a professors vam descobrir que és necessari ensenyar noves maneres de veure el periodisme adaptat al segle XXI”. ●



Telefónica prevé lanzar un 'Spotify' de películas y series

NUEVA OFERTA/ Prepara un servicio de acceso ilimitado a contenidos audiovisuales por un precio fijo mensual, como hace el grupo norteamericano Netflix.

I. del Castillo. Madrid

Telefónica prepara para los próximos meses una nueva revolución en su servicio de televisión de pago Movistar TV, con el que pretende blindar a su base de clientes y lograr una migración masiva a sus redes de fibra óptica.

La operadora ya dio un golpe de efecto el pasado 25 de abril al empezar a dotar de canales de televisión a toda su base de clientes de Fusión, su servicio que combina banda ancha fija y móvil, con la intención manifiesta de convertirse en una "video company", como destaca su presidente, César Alierta.

El mismo objetivo persigue la compra de Digital +, la plataforma de televisión de pago del grupo Prisa, firmada la pasada semana con el grupo de medios, al que ha acordado comprar el 56% del capital por 750 millones de euros, de forma que pasará a tener el control del 78%.

Con la compra de Digital + - que aún debe ser aprobada por los reguladores, bien nacionales o europeos, Telefónica logra una base de millón y medio de clientes de televisión y muy buenos contenidos, muchos de ellos en exclusiva, con los que reforzar su oferta de contenidos.

Con la misma filosofía, el grupo prevé ahora ampliar y flexibilizar sus servicios de Movistar TV para lograr una mayor fidelización por un lado y aumentar sus ingresos unitarios por cliente.

Acceso ilimitado

Para ello, el grupo está trabajando en el desarrollo de dos nuevos tipos de servicios. Uno de ellos tiene un concepto similar a Spotify, la compañía que ofrece servicios digitales de música. Es decir, se trata de que por un pago fijo mensual, el cliente pueda consumir, sin límite, todas las películas y series que se encuentren en el catálogo de Telefónica, aunque con la limitación de que no tiene acceso a los últimos estrenos.

Los contenidos, especialmente en películas, tienen una antigüedad de uno o dos años. Este mismo concepto es el que ha popularizado la compañía norteamericana Netflix, que se ha convertido en la mayor del mundo por

La operadora pretende reforzar el atractivo de su servicio Movistar TV, clave en su oferta

Prevé flexibilizar el acceso a contenidos, implantando el pago por visión en series o eventos deportivos

Los 34 millones de clientes de Netflix en EEUU pagan 9 dólares al mes por contenido ilimitado

clientes de televisión IP, con 46 millones de clientes, de los que 34 millones están en Estados Unidos y los otros 12 millones se encuentran en el resto de los 40 países en los que está presente. Los clientes de Netflix en Estados Unidos pagan, por ejemplo, 8,99 dólares (6,6 euros) mensua-

les, y pueden disfrutar de los contenidos en cualquier soporte (SmartTV, PC, Tableta o Smartphone) conectado a Internet. Aunque la compañía norteamericana ha anunciado su desembarco en un grupo de países europeos, por el momento no tiene previsto estar presente en España.

El segundo concepto que quiere lanzar Telefónica es una flexibilización del consumo de contenidos, introduciendo, de nuevo, el concepto de pinchazos, de forma que un cliente pueda ver un capítulo de una serie, o un evento deportivo (un partido de fútbol o de tenis, una carrera de

Fórmula 1 o de motociclismo, etc) aunque no esté abonado al paquete o al canal que proporciona el contenido.

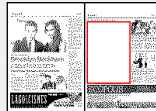
Telefónica lleva dos trimestres elevando de nuevo su volumen de clientes de televisión. En el primer trimestre del año sumó 58.000 altas y ya tiene 730.000 usuarios.



César Alierta, presidente ejecutivo de Telefónica.

El acuerdo con Bruselas por Alemania está más cerca

Las autoridades de Bruselas están cerca de autorizar la compra de la operadora móvil E-Plus por Telefónica para fusionarla con su filial alemana, en una operación valorada en 8.600 millones de euros y que supondrá crear el tercer operador móvil por ingresos y el primero por clientes del mercado alemán. El departamento de Competencia, que dirige el español Joaquín Almunia, se encontraría cómodo con las concesiones propuestas por Telefónica para lograr la aprobación, según *The Wall Street Journal*. El sector de telecomunicaciones en Europa está pendiente de esta operación, que reduciría de 4 a 3 el número de operadores móviles con red en el mercado más importante de Europa, porque si las condiciones impuestas son aceptables, podría abrir la puerta a una oleada de fusiones en el sector en Europa. Las concesiones de Telefónica, según el rotativo, incluyen que al menos el 30% de las frecuencias combinadas de la empresa resultante deberán ser puestas a disposición de tres operadores virtuales para que construyan sus redes. Y además, al menos uno de ellos deberá haber firmado un acuerdo con Telefónica. Según el diario, no menos de cuatro compañías habrían manifestado su intención de aceptar la oferta de espectro de Telefónica.



LA FOTÒGRAFA COMPRA UN LUXÓS PIS A NOVA YORK

Leibovitz surt de la seva crisi econòmica

IDOYA NOAIN
NOVA YORK

Mudar-se a un dúplex d'11,2 milions de dòlars amb vistes a Central Park i amb **Robert De Niro** com a veí no entra en allò que un ciutadà corrent anomenaria «retallar». És, no obstant, el que representa per a **Annie Leibovitz**, que fins fa poc ha viscut, ha treballat i ha rebut els seus convidats en un complex de tres cases al West Village de 947 metres quadrats.

I aquest pas cap a un allotjament més modest és el que ha permès a la fotògrafa sortir del forat negre financer que el 2009 va començar a amenaçar d'empassar-se-la i prendre-li el control sobre la seva obra gràfica.

Aquell any, en part per diners que va demanar prestats per comprar i renovar les tres *townhouses* del West Village (per als quals va usar com a aval les seves fotografies), **Leibovitz** va ser demandada als tribunals per Art Capital Group. Va estar a un pas d'haver-se de declarar en bancarrota i de perdre la seva obra.

I tot i que mesos després el prestamista va retirar la demanda i va renegociar els terminis de pagament, va començar per a qui va ser companya de Susan Sontag l'ardu camí cap a la recuperació econòmica.

Fa sis mesos la fotògrafa de 64 anys, que el 2001 va tenir la seva primera filla i el 2005 va tenir bessones a través d'una mare de lloguer, va fer el pas definitiu per sortir del forat al vendre per

28 milions de dòlars el complex de tres cases a **Lauren Bush**, la neboda de l'expressident **George Bush**, i el seu marit, **David Lauren**, el fill del dissenyador **Ralph Lauren**. No eren els 33 milions que buscava inicialment, però, com ha dit una font pròxima a la fotògrafa a *New York Post*, «va esperar prou i ha fet un molt bon negoci».

Leibovitz no podrà tornar íntegrament el seu deute perquè s'ha hagut de gastar 11,2 milions a comprar el dúplex a Central Park West, però com deia també aquesta font «és un gran pas cap a la recuperació financera». També ha estalviat una mica sobre el preu inicial de la seva nova casa (14,5 milions).

I encara que diu adéu a luxes com 13 xemeies, disposarà de tres habitacions, tres banysimig, un gransaló i un gran menjador, vistes immillorables i un veí de calibre per posar en un dels seus cèlebres retrats. ≡



Leibovitz, l'octubre passat als premis Prínceps d'Astúries.



Un Papa i un periodista per la pau

HENRIQUE Cymerman, corresponsal de *La Vanguardia* a Jerusalem, un dels periodistes més informats de l'Orient Pròxim, jueu d'origen portuguès amb contactes immillorables amb Palestina, ha estat el mitjancer de la trobada espiritual que ahir a la tarda va tenir lloc als jardins del Vaticà. Al costat del papa Francesc i del patriarca ecumènic Bartomeu I, els presidents Mahmud Abbas de Palestina i Shimon Peres d'Israel es van aplegar, no pas per compartir la mateixa pregària, sinó per estar plegats a l'hora de pregar. El matís és important: d'una banda revela la formidable altura de mires del pontífex (que cedeix el Vaticà a altres religions); però podria semblar bizantí si no revelés l'extrema dificultat d'una trobada entre dos enemics aparentment irreconciliables. També van compartir la trobada el rabí Abraham Skorka i l'imam Omar Abboud, argentins tots dos i amics de Bergoglio.

La idea va cristal·litzar en la visita que van fer el rabí Skorka i el nostre corresponsal a Francesc. A l'austera residència papal, van parlar de la necessitat d'un viatge a Terra Santa, que el Pontífex va voler transformar en una oportunitat per a la pau. Amb sintètica visió global, va dir llavors Bergoglio: "Si la pau arriba a Jerusalem, hi haurà pau al món". Des d'aquella trobada, i en contacte constant per e-mail i telèfon amb el Papa i amb el rabí Skorka, Cymerman ha estat teixint un projecte que el mateix Francesc va donar a conèixer a l'opinió pública durant el viatge que va fer a Terra Santa no fa gaire: asseure palestins i israelians a pregar per la pau i a compartir un temps de diàleg i reconeixement. No cal imaginar, ingènuament, que d'aquesta trobada espiritual en vindran resultats polítics. Són ben conegudes les enor-

mes dificultats que obstaculitzen la pau en el punt més calent del planeta; però precisament per això, qualsevol petit avenç té un valor incalculable.

Inicialment, la trobada s'havia de celebrar a Terra Santa. El centre Notre Dame de Jerusalem i la ciutat palestina de Jericó eren sobre el paper llocs acceptables per a totes les parts, encara que el Papa preferia el mont Nebo, de sobirania jordana, des del qual Moisés va veure la terra promesa. Però les negociacions que Abbas mantenia aquells dies amb el grup islamista Hamàs, així com les humiliacions que podia rebre als controls fronterers, van frustrar la trobada, que tampoc no era fàcil per a Shimon Peres. Els presidents israelià i palestí van dir-li que estaven disposats a tornar-ho intentar i, sense perdre el temps, Francesc, aprofitant el viatge, va convertir aquella disponibilitat en compromís. Superats els últims esculls, el Pontífex ha aconseguit substituir les tòpiques apel·lacions retòriques a favor de la pau en un moviment efectiu. No polític. Simbòlic.

La política l'han de fer els polítics, ve a suggerir el Papa; però la pregària i el compromís espiritual poden generar dinàmiques de reconeixement que la política ignora. "L'oració és important i pregar plegats sense discussions ajuda", ha declarat el Sant Pare. Si la política ha bloquejat la pau, cal empènyer-la i donar-li suport per altres vies. Francesc ho intenta amb el convenciment que la fe pot moure les muntanyes que la violència fossilitza. També el paper d'Henrique Cymerman mereix un comentari. Un periodista objectiu, informat i ben connectat no és insensible ni indiferent al dolor que observa. Contribuint decisivament a l'èxit de l'esforç papal per la pau, Cymerman demostra que el bon periodisme no és incompatible amb el compromís humanitari.



lallambregada

IU FORN - PERIODISTA

Les sorpreses del cas 'El Jueves'

Sorprèn que algú pugui pensar que en ple segle XXI farà desaparèixer la portada d'una revista i no se sabrà. Sorprèn que algú pensi que convencerà la gent inventant una excusa inversemblant per justificar-ho. Al món de Twitter sorprèn que algú decideixi destruir 60.000 exemplars d'una revista per evitar que els ciutadans (i les ciutadanes) vegin una portada ignorant que la imatge circularà per la xarxa i que llavors la veuran 200 milions. Sorprèn que algú pensi que, quan se sàpiga que hi ha hagut aquesta misteriosa *desaparició*, tot continuarà igual. Sorprèn que a l'era del màrqueting mediàtic algú pretengui que amb el seu silenci taparà un error tan monumental que compromet la gran campanya d'estat dissenyada per salvar l'actual *statu quo* institucional, estructural, polític, econòmic, mediàtic i de

control social. Sorprèn que algú no s'adoni encara que ha posat en un greu compromís la campanya d'imatge d'un nou rei que ens és presentat com la modernitat i el futur.

I, sobretot, sorprèn que algú no s'hagi preguntat qui comprarà a partir d'ara un diari esportiu català (digui'n una revista) que el dia que el Barça guanya la final de la Champions al Reial Madrid per 10 a 0 i al Bernabéu (digui'n que abdica el personatge que més cops ha sortit a la revista en els seus 37 anys de vida) va i treu en portada els quarts de final del torneig de petanca del càmping Ricardo I. Ah, per cert, una monarquia que havia demanat dibuixos originals i que havia rebut a Palau els antics propietaris de la revista que un cortesà passat de frenada ha decidit destruir. Tanta ignorància sorprèn.



La BBC pretende ahorrar 1.000 millones de euros con el despido de 500 trabajadores

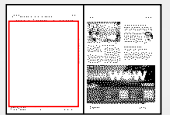
L. R. C.

MADRID- La cadena británica anunció esta semana que su personal se verá reducido por cientos de despidos en el área de informativos principalmente. La intención de la BBC es conseguir ahorrar en dos años unas 800 millones de libras (mil millones de euros). Según el Sindicato Nacional de Periodistas, el número de empleados de los que prescindirán está cerca de los 500. «Siento decir que no hay escapatoria al hecho de que probablemente habrá un número significativo de despidos; la mayor parte de nuestros costes están asociados al personal, por lo que hay poco margen para hacer grandes ahorros en otras áreas», manifestó el director de noticias y actualidad, James Harding. La secretaria general del sindicato, Michelle Stanistreet, criticó la medida y planteó la posibilidad de una votación para decidir si organizar una huelga para protestar, ya que «recortar 500 empleos en áreas que ya están muy estiradas es inaceptable y perjudicará inevitablemente a la calidad del periodismo y de la programación». En los últimos años, con el fin de ahorrar en los costes, la cadena pública ha efectuado miles de despidos e incluso ha repartido sus estudios de producción en varios puntos del país mientras que su sede permanece en Londres.



Google encalla con el anuncio de pago

Los anuncios de pago insertados en los resultados de los motores de búsqueda no tienen beneficios que sean realmente mensurables para el anunciante, según ha desvelado un estudio realizado en Estados Unidos entre eBay y las universidades de Berkeley y Chicago, recogido por *Ep*. Los investigadores participantes en este estudio han señalado que las ventas no están tan relacionadas con los clics sobre los anuncios de pago como lo están con el resultado de una búsqueda natural en el motor de búsqueda, según ha recogido el diario británico *The Guardian*.



Los anuncios de bebidas, solo en horario nocturno y sin la promoción de famosos

► Estará prohibido ensalzar propiedades terapéuticas de los productos con alcohol

N. RAMÍREZ DE CASTRO
MADRID

La futura ley del alcohol no ha llegado tan lejos como el tabaco. No prohibirá por completo la publicidad de bebidas alcohólicas ni la promoción de actividades deportivas como hace ahora una conocida marca de cervezas con la selección de fútbol, pero intentará que resulte lo menos atractiva posible para quien la vea. Adiós, por tanto, a los anuncios en los que basta una copa para divertirse, hacer amigos y conseguir a la chica más guapa.

El borrador del texto, al que ha tenido acceso ABC, sí prohíbe todos los anuncios dirigidos a menores «de una forma directa, indirecta o encubierta» en cualquier soporte, ya sea tradicional (revistas, televisión, periódicos, vallas publicitarias) como en páginas web, aplicaciones para móviles o plataformas de comunicación en línea.

Se considerará que la publicidad está dirigida a menores cuando los «incite o estimule» a beber. Para evitarlo estará prohibido utilizar un diseño atractivo para ellos, «con personajes o animales, reales o de ficción que sean interesantes, famosos o populares». Se deberá evitar el lenguaje, la música, los argumentos o las voces que puedan resultar atractivas. Tampoco se podrá utilizar la voz o la imagen de personas de menos de 24 años, ni vincular las bebidas alcohólicas con el ocio, el deporte, la diversión, la euforia, el éxito social, el riesgo..., todo un reto para los publicistas. El borrador también deja claro que no se podrá «argumentar propiedades terapéuticas».

Vallas a cien metros de coles

La emisión de estos anuncios en televisión se quiere limitar a un horario de adultos, entre las diez de la noche y las 6 de la mañana del día siguiente, con todas estas precauciones. No se podrá insertar publicidad antes, durante o después de programas juveniles. Estará prohibida cualquier forma de publicidad en revistas juveniles y en medios impresos generales (periódicos y revistas). En estos últimos, «no se podrá incluir anuncios de bebidas en las portadas, contraportadas ni en secciones de información deportiva o relacionada con el ocio y los pasatiempos».

Sin embargo, los anuncios en la vía pública -vallas y mobiliario urbano- pese a estar a la vista de menores no se prohíben. La ley impide su presencia en colegios, hospitales y recintos deportivos y en un perímetro de seguridad de 100 metros a su alrededor.



Jóvenes consumen bebidas alcohólicas en un «botellón» junto a la Caja Mágica, en Madrid

DE SAN BERNARDO

Diez preguntas para entender la ley

¿Se podrá beber una cerveza en un «picnic» en el parque?

No, la ley prohíbe también a los mayores de edad beber alcohol en una zona como un parque donde hay presencia de niños. Sólo se permitirá en zonas acotadas para ello, como terrazas o kioscos.

¿Se limita el consumo en bares y restaurantes si hay menores?

No, la intención no es restringir el consumo en general, por lo que los adultos, salvo en determinados lugares (parques, colegios, recintos infantiles...), podrán consumir.

¿Y en el asiento de un avión?

En los aviones, donde no se dispone de cafetería sí se podrá. En un tren habrá que acudir a la zona de bar.

¿Un niño podrá beber vino consagrado en misa?

La ley también regula el consumo en rituales religiosos. Lo permite, aunque establece que la bebida no

podrá tener un contenido en alcohol superior al 10 por ciento.

¿Podrá hacerse la prueba del alcohol a un menor sin consentimiento de los padres?

Para demostrar que un chico ha bebido, la policía deberá hacerle soplar, como se hace con los conductores. Siempre ha de hacerse con el conocimiento de los tutores o padres. Aunque los progenitores no se podrán negar, una vez informados. La negativa significará consumo probado, como en la Ley de Seguridad Vial.

¿Se cobrará por hacer la prueba?

Solo si se pide un análisis comparativo para comprobar la veracidad de los primeros resultados.

¿Los hospitales se convierten en espacios libres de alcohol?

No ocurrirá como con el tabaco. Se permitirá consumir a los adultos en las cafeterías de los centros sanitarios y las residencias. Sí se

prohíbe a los pacientes ingresados, sea cual sea su edad.

¿Quedan prohibidos los «botellones»?

No regula el fenómeno del «botellón» explícitamente más frecuente entre los mayores de edad. Ahora bien, la Policía podrá intervenir y sancionar en las situaciones en que un consumo en la vía pública, sean mayores o menores, altere la tranquilidad ciudadana.

¿Una tienda de vinos no podrá exponer sus botellas en el escaparate?

El borrador de la ley impide la exhibición de bebidas alcohólicas a supermercados y otras tiendas con más artículos a la venta. En este caso concreto, se incluirá como excepción.

¿Los autobuses podrán llevar publicidad?

No se permitirá. Las vallas en publicitarias y el mobiliario urbano sí se dejarán aunque solo lejos de centros escolares y de recintos deportivos y juveniles.



Prisa pone a la 'Ser' como garantía de 1.314 millones de deuda y Grupo Godó le demanda

Los acreedores tienen la llave para vender Santillana y Media Capital si la editora no cumple los pagos

A. Semprún MADRID.

La refinanciación de la deuda de más de 3.400 millones de euros que Prisa cerró en diciembre ha abierto una brecha entre los principales accionistas de la Cadena Ser. La firma que preside Juan Luis Cebrián ha puesto a la emisora como garantía de 1.314 millones de euros de deuda para lograr el visto bueno de los acreedores.

Una maniobra que no ha sentado nada bien en el seno del Grupo Godó (posee un 18,37 por ciento de la cadena), que ha iniciado movimientos para anular dicho aval.

Así, Javier Godó Muntañola, Carlos Godó Valls, consejeros dominicales de la Ser, y la propia editora de *La Vanguardia*, han presentado una demanda de impugnación de los acuerdos adoptados el 5 y el 18 de diciembre (cuando se cerró la refinanciación) por el consejo de Prisa "relativos a la renovación de

la garantía personal otorgada por la sociedad en relación con los contratos de reestructuración y extensión de la deuda", explica la compañía en su informe de auditoría.

En el mismo documento, la todavía dueña de Canal + resta importancia a la demanda y asegura que la resolución de este litigio no tendrá grandes consecuencias para la sociedad.

Pero más allá de poner a Prisa Radio como pagador solidario de una parte de la deuda en el caso de que la matriz no sea capaz de hacer frente a sus obligaciones, el consejo del todavía gigante audiovisual ha constituido una prenda o garantía real sobre el 73,49 por ciento que posee de la Ser para hacer frente a los pagos. Es decir, que permite a los acreedores propiciar la venta forzosa de las acciones de emisora para poder cobrar la deuda garantizada.

La Cadena Ser no es el único activo que el grupo puso como aval

El grupo tiene que devolver 1.500 millones entre 2015 y 2016 con la venta de activos

para lograr el favor de la banca. En este punto, a finales de 2013 casi todos los activos del grupo estaban pignorados en favor de los bancos y los fondos buitres que compraron deuda en el mercado secundario.

Por un lado, *El País* y varias empresas (grupo Bidasoa, Distribuciones Aliadas, Medios Impresos) se pusieron sobre la mesa como garantías personales, lo que implica que se comprometen a responder solidariamente del cumplimiento ante el acreedor en lugar del deudor. Por el otro lado, el grupo que dirige Fernando Abril Martorell dio

la llave a la banca y los fondos internacionales para vender el 14 por ciento de las acciones de Mediaset, el 75 por ciento de los títulos de Santillana y el 56 por ciento de DTS en el caso de que no cumpliera con sus obligaciones de pago.

Pero a los acreedores no les debió parecer que las garantías cubrían la totalidad del préstamo, porque en enero de 2014 Prisa se vio obligado a constituir una prenda o garantía real sobre el 80 por ciento de Audiovisual Sport, la firma a través de la explota y administra los derechos del fútbol. A su vez, el grupo también constituyó una garantía real sobre el 84,69 por ciento que posee en Media Capital para asegurar el pago de los tramos dos y tres de la deuda. Así, si a la compañía le vienen mal dadas y no puede afrontar su elevada deuda (en 2013, excluyendo Canal+, el ebitda del grupo alcanzó los 291 millones), los fondos tienen la llave para desman-

telar el grupo y así poder cobrar su deuda de 3.401 millones de euros.

El tramo tres es un crédito de 2.278 millones con un vencimiento a seis años y que contempla dos hitos de reducción de deuda: 900 millones en 2015 y 600 millones en 2016. Esta devolución se hará con la venta de activos no estratégicos.

En este punto, la editora se ha puesto manos a la obra para hacer caja con sus activos audiovisuales. Hasta la fecha ha vendido un 3,69 por ciento de Mediaset por 121 millones, unos fondos que ha usado para recomprar deuda. El objetivo del grupo, tal y como reconoció Abril Martorell, es vender el 13,65 por ciento restante en el corto plazo para reducir deuda. A su vez, el grupo ha cerrado con Telefónica la venta del 56 por ciento de Canal+ por 725 millones.

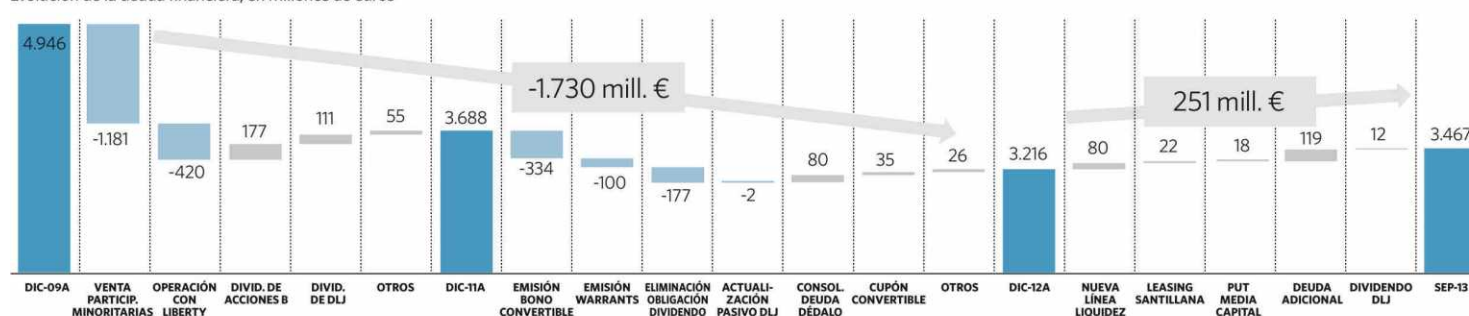
La operación, que le permitirá cumplir el primer hito, está pendiente del visto bueno de Competencia.

El pasivo de un gigante de la comunicación

Proceso de reducción de deuda



Evolución de la deuda financiera, en millones de euros



Fuente: Prisa.

elEconomista

El caché de las estrellas

Rubén Cortada ****
EL PRÍNCIPE



La serie que protagoniza como Faruk empieza a rodar la segunda y última temporada tras cerrar un gran estreno.

F. Barriocanal ****
LA COPE



El también presidente de la Conferencia Episcopal reclama una señal en propiedad para emitir 13TV.

I. Corrales ****
DIRECTOR TVE



A los problemas económicos de RTVE se suma la mala gestión de Corrales que no logra subir el 'share'.

C. G. Abadillo ****
EL MUNDO



El director de 'El Mundo' empieza a tener problemas. Se ha enfrentado con históricos por supuesta censura.

Francisco Ortiz ****
PUENTE VIEJO



La exitosa serie de Antena 3 celebra su tercer aniversario con la llegada de un personaje que dará un giro.

INNOVADORES



Laura Tapias, vicepresidenta para España y Latinoamérica de Applicaster, en el Disseny Hub de Barcelona. / JORDI SOTERAS

> PERSONAJES ÚNICOS / LAURA TAPIAS

Es vicepresidenta de la empresa israelí de aplicaciones televisivas Applicaster para España y América Latina. En febrero de 2011 lanzó el canal de pago para niños Canal Panda. Desde 2012 vive en Tel Aviv. Por **Alex Claramunt**

‘Apps’ israelíes y diseño BCN

En 2011 Laura Tapias lanzó Canal Panda en España con un difícil reto: encontrar un espacio dentro de la televisión de pago para niños con un presupuesto limitado y competidores de la talla de Disney o Nickelodeon. Un año después conoció la *start up* israelí Applicaster en una feria de televisión, y la fusión de los potenciales respectivos dio resultado. «Me cogí un verano sabático y fui a estudiar

televisión del futuro a través de *apps* para *smartphones* y tabletas con una idea clara: que el espectador conozca mejor los contenidos, participe activamente votando, acceda a diferentes puntos de vista, y, si no puede ver un programa en directo, que pueda verlo en otro momento. Israel, cuenta Tapias, es el lugar ideal para experimentar en este sentido. «Es un país de siete millones de habitantes con 14 millones de dispositivos móviles, y además son *high users*».

¿Cuál es la ventaja de Applicaster? Que Tapias sabe cómo funciona un canal de televisión por dentro y es capaz de transmitir a sus clientes la importancia del mundo digital en la captación de audiencia y la creación de contenidos atractivos e inteligentes. Su experiencia, además, ha ayudado a la compañía a internacionalizarse y abrirse a nuevos mercados, en especial a España, Latinoamérica y los hispanohablantes de Estados Unidos, «de forma que podemos exportar la televisión de tecnología israelí a todo el mundo», cuenta.

Applicaster es una simbiosis de tecnología israelí con diseño barcelonés: conocimiento y visibilidad, dos cualidades que se

complementan bien. Tapias, de hecho, estuvo en Barcelona la semana pasada con ocasión de la *BCN-Israel start up connection* en el marco de la BCN Design Week, organizada por Barcelona Centre de Disseny. «En Barcelona tenemos un sentido más internacional y nos centramos en dar un *branding*, un lenguaje y una imagen a nuestros proyectos. En Israel se dedican a que la tecnología funcione», explica. En su opinión,

«Si tienes ganas de aprender, trabajar en Israel es lo mejor que te puede pasar»

el panorama de *start up* de Barcelona es menos sólido de lo que parece, con muchas empresas asentadas que se presentan como tales. «La *start up* es un desorden donde todo el mundo hace de todo, no una empresa con 10 años de trayectoria», arguye. En Israel usan la palabra *Balagan*, que significa, literalmente, «lío».

Tapias describe el de Israel como un panorama fabuloso para la emprendeduría. «El gobierno ofrece ayudas y hay mu-

chas empresas *angels* que convocan encuentros para ver si hay algún proyecto que les interesa e invertir en él», dice. Algo que la ha sorprendido gratamente es el carácter israelí: «la gente pasa tres años en el servicio militar, cuando acaban estudian una carrera, y al salir montan una empresa con cuatro colegas». Israel, además, es un polo que atrae talento de todo el mundo. «Hay cantidad de culturas e idiomas y gente joven muy preparada. Lo único que les falta es experiencia», explica.

Trabajar en Israel es una experiencia multifacética, cuenta Tapias: «Si eres una persona inquieta, con ganas de aprender y de que las cosas sucedan, es lo mejor que te puede pasar». De su experiencia con la *start up* Applicaster cree que podemos aprender a no tener miedo al fracaso, atrevemos a realizar cualquier idea para ver cómo acaba y aprovechar el día a todos los niveles. «Si es necesario trabajar el fin de semana se hace, y se lleva el perro y el bebé a la oficina», explica. En Tel Aviv ha trabajado «como nunca», admite, pero explica también que allí vive sin formalismos y que ha sido capaz de encontrar su propia esencia.

«Una ‘start up’ es un ‘balagan’, un desorden donde todo el mundo hace de todo»

hebreo a Tel Aviv», explica Tapias. Allí pudo visitar la compañía y conocer al equipo. Le propusieron quedarse y ya lleva dos años como vicepresidenta para España y Latinoamérica.

A los usuarios españoles les sonará la *app* Mitele, que permite interactuar con el *reality show* *Supervivientes* o hacerse amigo de los participantes de *Ciega a citas* de Cuatro. «Esto es tecnología israelí de Applicaster», revela Tapias. La compañía israelí está fraguando la



EL GERMÀ PETIT

JORDI SUNYER
PERIODISTA DE TELEVISIÓ DE CATALUNYA

Prou d'aquest color

Dennis Deninger, executiu de televisió nord-americà i reputat productor d'ESPN durant vint-i-cinc anys, té raó quan valora, en el seu esplèndid manual *Sports on Television*, la feina del comentarista: un privilegi, un regal. "Li paguen per assistir als esdeveniments -escriu Deninger-, potser rep el millor seient de l'estadi i té accés a informació acurada". Paradoxalment, el periodista argentí Gabriel Sufryn, que ha compilat les biografies dels relators argentins més populars, omple la seva obra *El grito sagrado* de cops de puny als vidres de les cabines, camuflatges per abandonar els estadis, insults i mastegots. I, en molts casos, amb un mateix origen, una fantasia que, en canvi, per als *plateístas* és dogma i font d'orgull personal en tant que *hincha*. A Carlos Parnisari, que narrava partits de Boca Juniors per a Radio Buenos Aires, l'etiquetaven de "gallina" (del River), fins que, en una de les seves últimes visites a la Bombonera, dibuixant el partit amb la seva veu des d'un pupitre, no va poder resistir els insults que entomava a cada gol del rival de la *xeneize* (l'afició del Boca). Va apagar el micròfon i va revelar: "Si supieran que yo sufro más que ustedes con estos goles..." El respectat John Motson també recorda veure's encercat, acabant una jornada de treball, per un grup d'aficionats que li recriminaven un suposat suport al Tottenham. Motson és del Barnet, el conjunt sobre el qual informava en els seus inicis.

Crida l'atenció com, sobretot a través de l'altaveu indiscriminat de les xarxes socials, hi ha persones especialment bel·ligerants amb el comportament professional d'algú a qui només coneixen pel seu vessant públic, que s'entesten a menystenir la professionalitat del locutor adjudicant-li una parcialitat que el fa inútil. Ningú ha confirmat que l'equip de comentaristes que ha acompanyat les grans cites futbolístiques de Canal+ durant vint-i-quatre anys sigui rellevat de cara a la nova temporada, però en els espais oberts dels mitjans que van publicar

Afició
Existeix la fantasia d'imaginar de quin equip deuen ser els locutors de ràdio i futbol

la notícia, les reaccions populars eren diverses. Qui beneïa el canvi, això sí, no es movia d'un argument ben suat: massa culers, massa blancs. No la documentació, ni el ritme, ni la comprensió de les situacions de joc: la samarreta. En sentit invers, es podria preguntar si aquests opinadors són tan tenaços amb problemes que afecten realment el seu benestar diari o si, simplement, gaudeixen convençuts que tothom fa malament totes aquelles feines que, curiosament, ells no fan.

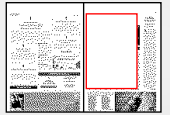
La parcialitat

Pot existir un comentarista parcial? Evidentment, en funció de l'abast geogràfic del seu mitjà. Ai-

xò, però, no és incompatible amb l'honestat en les apreciacions, el respecte pel rival i el coneixement individual i col·lectiu de l'equip que té, per assolir l'objectiu final de millorar l'experiència de visionat del telespectador. Rescatant Deninger, no s'entendria que, amb tots els condicionants positius intrínsecs a aquest treball, un comentarista fos incapaç de traslladar a l'antena l'emoció de l'esdeveniment i la passió per explicar-lo. Al·lhora d'encarar el partit, els mètodes són diferents: els fulls de llibreta omplerts a mida, per controlar totes les dades del partit en un cop d'ull; els *post-it*, enganxats segons les disposicions tàctiques dels equips i amb informació clau de cada jugador; el document esquemàtic elaborat amb processador de textos; o, fins i tot, una tauleta, amb finestres obertes als llocs web que proporcionen contingut útil. En tots els casos, però, el locutor professional passa les hores prèvies al partit fonamentant la base sobre la qual ha de bastir una bona retransmissió, un treball especialment meritori en l'era de la fragmentació, l'*offtube* i el *low cost*, en què és freqüent que poques veus es reparteixin molts comentaris. No hi ha temps, doncs, per pensar en llumens per als que esperen que el professional digui el que ells volen escoltar. I quan un mitjà avala aquesta actitud mantenint una veu en antena durant anys o dècades, el mínim que mereix el locutor és el respecte de tothom.



Un periodista de Televisió de Catalunya durant una connexió a peu de gespa abans d'un partit de Lliga de Campions al Camp Nou. PERE VIRGILI



OBITUARIS

El general que escribía

FRANCISCO LÓPEZ DE SEPÚLVEDA Y TOMÁS (1929-2014)

Militar i periodista

El general Francisco López de Sepúlveda y Tomás, mort a Barcelona el 5 de juny passat als 84 anys, era militar, era general, era català, era periodista i moltes vegades més periodista que militar, i això que va ser director del Centre Superior d'Estudis de la Defensa Nacional (Ceseden) del 1988 al 1991. Tot i això, els 3.000 articles i tres centenars d'editorials que va escriure per a *La Vanguardia* van marcar la seva vida, 32 anys de la seva vida.

El general Francisco López de Sepúlveda tenia el problema dels que tenim els cognoms llargs i compostos, raó per la qual en entrar a la redacció de *La Vanguardia* del carrer Pelai els companys el saludaven amb un simple "hola, Sepúlveda!". O bé, quan lliurava els folis amb el seu article d'anàlisi internacional i de defensa, la frase per al cap d'impremta (eren temps del paper i no de l'era digital) era: "Aquí tens l'article de Sepúlveda"... I l'endemà el lector de *La Vanguardia* tenia ocasió de llegir, d'aprendre i de saber molt més que el comú dels mortals sobre els conflictes internacionals que afectaven el món.

El que el lector es perdia, pe-

Va publicar a 'La Vanguardia' 3.000 articles d'anàlisi internacional i sobre defensa

rò molts periodistes d'aquest diari teníem el privilegi d'escoltar –només escoltar, ja que per intervenir-hi calia saber-ne molt– eren els debats a tall de tertúlia entorn de geoestratègia internacional i defensa que de vegades es feien al passadís central de la redacció de Pelai, entre el general i periodistes de talla inabastable com van ser Jaime Arias i Carlos Nadal. Impossibile ficar-hi cul·lerada quan els tres parlaven. Tan sols gosava fer-ho José Casán, que des de la seva discre-



ARXIU

ció en sabia tant o més que ells.

Hi ha una dada imprescindible per comprendre correctament l'abast d'aquella tertúlia improvisada que aquí descriu per al record. És la trajectòria dels interlocutors que abordaven Sepúlveda per comentar els fets que s'esdevenien al món.

Jaime Arias, que com a jove periodista va arribar a cobrir la visita de Himmler a Barcelona, era un demòcrata aliadofil, antinazi i antifeixista tan ferotge i convençut que en el pitjor moment del 23-F va ser el que, amb la benedicció del comte de Godó, va arengar la redacció de *La Vanguardia* per infondre un ànim necessari per tal de no defallir ni atemorir-nos i sortir l'endemà als quioscos en defensa de la democràcia, del Rei i de la Constitució encara que triomfés aquell cop d'Estat que estava en ple apogeu.

I Carlos Nadal i José Casán, els dos de la secció d'Internacional, que figuren amb Santiago Nadal als informes secrets desclassificats tant als Estats Units com a la Gran Bretanya com els periodistes amics dels aliats que, novament amb el beneplàcit dels Godó, durant la II Guerra Mundial van eludir la censura franquista per a hà-

bilment informar dels avanços angloamericans i de les derrotes nazis. Però aquesta és una altra història.

López de Sepúlveda va pertànyer a un tipus de militar que potser avui ha desaparegut i que sens dubte es troba a faltar. Em refereixo al militar àmpliament preparat que té el desig i plaer d'escriure i explicar a la ciutadania el punt de

Amb una carrera excepcional, era el tipus de militar que necessita explicar als ciutadans el que sap

vista d'un professional de la defensa. És curiós assenyalar –i no afegiré més noms per no desviar-me del record al general desaparegut– que quan Sepúlveda va estar destinat a la capitania de la IV Regió Militar (o sigui, Catalunya) a les dependències del passeig Colom, hi havia no pas menys de cinc oficials que eren periodistes o escrivia en premsa, i no precisament per a més glòria del règim anterior.

El general de divisió López de Sepúlveda va néixer a

Manresa el 15 de setembre del 1929 i va ingressar a l'Acadèmia General Militar el 1947. Diplomata en Estat Major, el febrer del 1986 va ser promogut a general de brigada i el març del 1988, a general de divisió.

Una destinació que el va marcar, a més de la que va tenir a Catalunya, tant a Barcelona com en l'Estat Major de la Divisió de Muntanya Urgell 4, va ser l'Agregaduria Militar de l'Ambaixada d'Espanya a Washington. Que va ser un militar destacat queda subratllat també pel fet que el 1986 va ser cap de l'Escola d'Estat Major i que dos anys més tard era director del Centre Superior d'Estudis de la Defensa Nacional (Ceseden).

Ignoro si els lectors de *La Vanguardia* van ser del tot conscients del grau d'excel·lència de l'autor d'aquells milers d'articles que formen part de la història d'aquest gran diari, ja que aquell militar era, a més de tot plegat, especialista en xifra, judo i defensa personal, transmissions, informàtica, protecció en guerra atòmica, biològica i química, i a més número 1 de la promoció de 1972 de l'Escola Oficial de Periodisme. Descansi en pau un periodista que va ser militar.

EDUARDO MARTÍN DE POZUELO



L'assassinat de la periodista russa

Qui va ordenar matar Politkóvskaja?

La justícia condemna cinc sicaris però no aclareix l'autoria intel·lectual

GONZALO ARAGONÉS
 Moscou. Corresponsal

Gairebé al cap de vuit anys i després d'un judici fallit, mitja veritat continua sense ser suficient. Cinc homes dolents van ser declarats culpables fa un mes per l'assassinat a sang freda de la periodista d'investigació Anna Politkóvskaja el 7 d'octubre del 2006. Ahir el jutge va dictar les sentències. Però el pitjor de tots no estava assegut al banc dels acusats, dins de la caixa de vidre, on els condemnats intercanvien somriures nerviosos mentre el magistrat els llegia el futur.

"Només estaré satisfet quan la persona o persones que ho van ordenar siguin condemnats", va assegurar el fill de Politkóvskaja, Ilià.

Pàvel Meliojin, el jutge, va ordenar presó per tota la vida per al txetxè Rustam Makhmúdiv, declarat culpable per prémer el gallet, i per al seu oncle Lom-Ali Gaitukàiev, que es va encarregar de tota la logística per a un assassinat per encàrrec típic i descar-nat.

Anna Politkóvskaja tenia 48 anys el 2006. L'últim dia de la seva vida, tornava a casa, situada en un edifici d'apartaments del centre de Moscou, després de fer diverses compres. Un pistolero li va disparar al vestíbul, a prop de l'ascensor.

La periodista havia aconseguit fama internacional pels seus articles de denúncia i investigació, en els quals criticava la corrupció dels funcionaris i els abusos dels drets humans, especialment a Txetxènia, la regió russa del Caucas que va patir dues acarnissades guerres en els anys posteriors a la desintegració de la Unió Soviètica.

Hi ha tres condemnats més. Als germans de Makhmúdiv, Ibraguim i Dzhabraïl, el jutge els va sentenciar a dotze i catorze anys en una presó d'alta seguretat. Segons l'acusació, la seva mis-



MAXIM SHIPENKOV / EFE

Sense motius personals. Els acusats Ibraguim Makhmúdiv, Lom-Ali Gaitukàiev i Rustam Makhmúdiv, ahir en un moment del judici al Tribunal Municipal de Moscou

sió en aquesta trama va ser seguir i vigilar els moviments de la periodista, així com avisar el seu germà de l'arribada de la periodista a casa seva. L'últim condemnat és un antic policia moscovita, Serguei Khadjikurbánov: vint anys de presó. El tribunal també va ordenar als culpables el pagament d'una compensació de cinc milions de rubles (107.000 euros) als fills de Politkóvskaja, Ilià i Vera. Els seus advocats havien demanat al tribunal que fos indulgent amb Ibraguim i Dzhabraïl, ja que ha-

L'ACTIVISTA PONOMARIOV

"El nom de la persona que hi ha darrere dels fets no se sabrà durant el règim actual"

CADENES PERPÈTUES

Els dos autors materials, oncle i nebot, passaran la vida entre reixes

vien participat menys en el complot. Els advocats de la defensa van anunciar que recorreran contra la sentència.

Però els crítics acusen el poder de no posar de la seva part per solucionar aquest cas. "Estic segur que el nom de la persona que és darrere de l'assassinat no es coneixerà durant el règim polític actual. Si l'ordre va venir dels membres més importants de l'elit governant, ningú no s'arriscarà a parlar perquè sap que li costarà la vida", va dir Lev Ponomariov, un dels activistes dels

drets humans més destacats a Rússia. "Totes aquestes persones han estat condemnades a grans penes, però no tenien cap motiu personal per matar Anna Politkóvskaja. La qüestió fonamental és qui ho va ordenar", va afegir ahir Ludmila Alekséieva, presidenta del Grup Hèlsinki de drets humans.

La redacció de *Nóvaia Gazeta*, mitjà per al qual treballava la periodista, va assegurar que la sentència és "adequada", però va demanar que la investigació continuï fins al final. "Els principals actors d'aquest cas no són aquí. Espero qui el va encarregar, l'intermediari i moltes altres persones", va dir el director adjunt del diari, Serguei Sokolov.

Un portaveu del Comitè d'Investigació (versió russa de l'FBI) va dir que s'obrirà una investigació especial i que es prendran "totes les mesures necessàries" per identificar tots els implicats.

Després de l'assassinat, una de les explicacions que es va estudiar va ser la pista txetxena, precisament pels enemics que la periodista s'havia creat en posar al descobert les atrocitats perpetrades per les milícies pro-Kremlin a Txetxènia. Però les investigacions no ho han confirmat, i la

Ucraïna i Rússia parlen a dues bandes: guerra i gas

■ El temps apressa el nou president ucraïnès, Petró Poroixenko, que després de prendre possessió com a cap d'Estat ha d'enfrontar-se a dos problemes immediats: el conflicte a l'est, on els rebels prorussos guanyen terreny, i el conflicte del gas amb Rússia, que amenaça de tallar el subministrament si Ucraïna no satisfà un deute de 3.200 milions d'euros. La breu trobada a França amb el president rus, Vladimir

Putin, divendres passat podria haver suavitzat les relacions al més alt nivell. Una comissió de tres negociadors es reuneix diàriament per intentar trobar solucions a la gairebé guerra civil de les províncies ucraïneses de Donetsk i Luhansk. Hi assisteixen l'ambaixador rus a Kíev, Mikhaïl Zurábov; l'ambaixador ucraïnès a Berlín, Pavlo Klimkin, a més d'un representant de l'OSCE. Després de la sego-

na trobada, celebrada ahir, el Ministeri d'Afers Exteriors ucraïnès va dir que s'ha assolit "una entesa mútua en les mesures clau" del pla proposat per Petró Poroixenko per "rebaixar la tensió". Mentrestant, els separatistes prorussos ja controlen part de la frontera amb Rússia. Els guàrdies fronterers ucraïnesos van assegurar ahir que de matinada van rebutjar un nou atac a Izvarino. Pel que fa al

gas, les negociacions es duen a terme a Brussel·les amb la mediació de la Unió Europea. Avui es compleix l'última data límit que ha fixat Rússia per deixar de subministrar gas a Ucraïna si aquesta no paga els endarreriments. Segons l'econòmic *Védomosti*, la part russa espera assolir un esquema de pagaments per solucionar el conflicte que amenaça amb una altra guerra del gas a Europa.

CONTINUA A LA PÀGINA SEGUENT >>



El primer judici ja va revelar una investigació feble

>> VE DE LA PÀGINA ANTERIOR

presència de quatre condemnats d'origen txetxè no aclareix si qui va encarregar l'assassinat ho va fer per aquests motius.

Els activistes també asseguren que aquest cas és una demostració de la debilitat de la llei a Rússia. El judici que ahir va acabar, i que els condemnats apel·laran, ha estat possible perquè el Tribunal Suprem va ordenar repetir el que s'havia celebrat el 2009. El jurat popular va declarar innocents tres dels

cinc condemnats ara (Ibraguim i Djabrail Makhmúdiv i Serguei Khadjikurbánov) davant la debilitat de la investigació i les proves que va presentar l'equip de la Fiscalia.

Anna Politkóvskaia és un dels vint-i-tres periodistes assassinats a Rússia des de l'any 2000, segons el Comitè per a la Protecció dels Periodistes. Cinc dels quals treballaven per a *Nóvaia Gazeta*, un diari independent i crític amb el poder.

La queixa principal de la família i de les organitzacions de

drets humans ha estat sempre que els investigadors no han aconseguit arribar fins al final, és a dir, aconseguir saber qui és el cervell gris de l'operació, l'home que va pagar el sicari.

El dia en què van matar Anna Politkóvskaia, el president de Rússia, Vladímir Putin, feia 54 anys. Les autoritats russes han insistit en tot aquest temps en què no tenen res a veure amb l'assassinat.

Putin va condemnar al seu dia l'assassinat. Aquest va coincidir en el temps amb diverses cites internacionals del líder rus, on va haver de sentir crítiques dels països occidentals. I quan es va referir a la figura de Politkóvskaia no ho va fer de la millor manera possible. Putin va dir que la influència de la pe-

riodista en la política russa havia estat "extremadament insignificant" i que per a la imatge de Rússia era més nociu el seu assassinat que la seva feina. Paraules durament criticades pels activistes russos.

DENÚNCIA I CRÍTICA

Politkóvskaia escrivia a 'Nóvaia Gazeta', un dels pocs mitjans crítics amb el Kremlin

Anna Politkóvskaia va néixer el 1958 a Nova York. El 1980 es va graduar com a periodista a la Universitat Estatal de Moscou, i posteriorment va treballar per al diari soviètic *Izvéstia* durant més d'una dècada. El 1999 es va

unir a la redacció de *Nóvaia Gazeta*, un dels pocs mitjans de comunicació que a Rússia mantenen una línia editorial obertament contrària al Kremlin.

Politkóvskaia va adquirir fama internacional gràcies al seu llibre *Una guerra sucia*, una col·lecció d'articles sobre la segona guerra de Txetxènia, que es va iniciar el 1999. El 2004 va ser una de les guanyadores del premi Olof Palme pels seus treballs pels drets humans. El jurat va destacar "el seu coratge i força per informar en circumstàncies difícils i perilloses". El 2002 va ser una de les poques persones que van entrar al teatre del carrer Dubrovka de Moscou per negociar amb un grup de guerrillers txetxens que havien pres centenars d'ostatges.●



Los asesinos de Politkovskaya, Lom-Alí Gaitukáyev y Rustam Majmúdiv (segundo y tercero por la izquierda), en el juicio. / PAVEL GOLOVKIN (AP)

Cadena perpetua para dos chechenos por el asesinato de la periodista Politkovskaya

El fallo no resuelve quién encargó matar a la reportera crítica con el Kremlin

RODRIGO FERNÁNDEZ
Moscú

El organizador y el autor material del asesinato de la periodista rusa Anna Politkovskaya —opositora al Kremlin y famosa por las denuncias contra los abusos de policías y militares, particularmente en Chechenia— han sido condenados a cadena perpetua. Se trata de los chechenos Lom-Alí Gaitukáyev y Rustam Majmúdiv, respectivamente. Los otros cómpli-

ces fueron sentenciados a entre 12 y 20 años de prisión. Los cinco acusados habían sido declarados culpables por el jurado el 20 de mayo pasado y ayer se anunciaron sus condenas. Sin embargo, como subrayó el hijo de la reportera, Iliá Politkovski, este juicio no pone punto final, pues no ha sido nombrada la persona que encargó el asesinato.

El expolicía Serguéi Hadjikhurbánov, mediador entre el organizador y el asesino, fue condenado

a 20 años. La pena para Ibrahim y Dzhabraíl Majmúdiv, hermanos del autor y encargados de vigilar y seguir a Politkovskaya, fue de 12 y 14 años respectivamente. Los tres son sobrinos de Gaitukáyev.

Anna Politkovskaya cayó abatida por las balas al salir del ascensor de su casa el 7 de octubre de 2006. El sicario disparó primero tres tiros: dos en el pecho y uno en el hombro. Hubo un cuarto, el sello de los profesionales: en la cabeza, para asegurarse de la muerte.

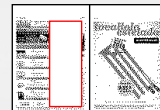
La condena llega siete años y medio después del crimen y tras otro juicio en el que se absolvió a los implicados. El Tribunal Supremo, basándose en tecnicismos, anuló aquel veredicto en 2009 y comenzó un nuevo proceso, sin el presunto autor material, entonces prófugo y que fue capturado en mayo de 2011.

El arresto de Rustam Majmúdiv hizo surgir en los familiares de Politkovskaya la esperanza de que pudiera averiguarse, por fin,

quién estaba detrás del crimen. Defensores de derechos humanos opinaron en su tiempo que tras el asesinato podría estar el líder checheno Ruslán Kadírov, criticado duramente por Politkovskaya, que lo tildó de "criminal". Pero Kadírov siempre aseguró que tenía nada que ver. La reportera tenía muchos otros enemigos por sus artículos e investigaciones. Los familiares de la periodista y los defensores de los derechos humanos creen que alguien pagó por el homicidio: los condenados no tenían motivos personales para matar a Politkovskaya.

El caso no está cerrado, reconoció el portavoz del Comité de Investigaciones —órgano encargado de investigar los delitos—, Vladimir Markín, al declarar que "se toman en la actualidad todas las medidas para determinar quién encargó asesinar a Politkovskaya, contra el que se ha abierto una causa criminal aparte".

Un sexto implicado, el expolicía Dmitri Pavluchénkov —condenado en 2012 a 12 años de prisión por haber participado en la organización del homicidio—, se libró de la pena máxima porque colaboró con la fiscalía. Declaró que el fallecido oligarca Boris Beresovski y exministro de Cultura de Chechenia y excomandante guerrillero Ahmed Zakáyev estaban detrás del crimen, versión que era ideal para el Kremlin: Kadírov quedaba libre de culpa y los enemigos del régimen aparecían como los principales sospechosos.



Un home col·loca unes flors a l'entrada de la casa d'Anna Politkovskaia ■ EFE

Cadena perpètua per a dos dels assassins de Politkovskaia

■ La periodista va morir tirotejada el 2006 ■ El succès va fer saltar l'alarma sobre el risc de ser crític amb el Kremlin

Redacció
MOSCOU

Un tribunal de Moscou va condemnar ahir dos homes a cadena perpètua per l'assassinat a trets de la periodista crítica amb el Kremlin Anna Politkovskaia el 7 d'octubre del 2006 a l'ascensor de casa seva, a Moscou. Es tracta de dos dels cinc individus que el 20 de maig passat van ser declarats culpables de l'assassinat de la periodista russa: Rustam Makhmudov, a qui es considera culpable d'haver disparat els trets contra Politkovskaia, i el seu oncle Lom-Ali Gaitukàiev, a qui el jutge considera el responsable d'haver preparat la logística.

Els altres tres condemnats han estat sentenciats també a penes de presó, però per períodes inferiors. Els dos germans de Makhmudov, Ibragim i Dzhabrail, han estat condemnats a dotze i a catorze anys, respectivament, per haver ajudat a seguir Politkovskaia el dia que la van assassinar. El cinquè con-

La data

07.10.06

Un individu va disparar quatre trets a Politkovskaia al portal de casa seva i la va rematar al terra de l'ascensor.

demnat, l'expolicia Serguei Jazhikurbànov, ha estat sentenciat a vint anys de presó per haver participat en la preparació de l'assassinat. Tot i les sentències de culpabilitat i les conseqüents condemnes, gairebé vuit anys després de l'assassinat de la periodista encara no s'hapogut saber qui va ordenar matar-la.

La periodista, que quan va ser assassinada tenia 48 anys, era coneguda per les seves crítiques al Kremlin i al president rus, Vladimir Putin. A la revista moscovita *Nóvaia Gazeta*, Politkovskaia va escriure nombrosos articles crítics sobre el conflicte a Txetxènia. En aquests articles, Politkovskaia descrivia els abusos comesos

per les forces militars russes, per rebels txetxens i per l'administració pro-russa de Grozni dirigida per Akhmat Kadirov i el seu fill Ramzan.

A més, Politkovskaia va informar de les violacions dels drets humans i els abusos policials a Txetxènia i altres zones del nord del Caucas en llibres com ara *Txetxènia, la deshonra russa de 2003* i *La Rússia de Putin de 2004*.

A causa del seu periodisme compromès amb els drets humans i crític amb el Kremlin, Politkovskaia va ser amenaçada diversos cops, fins que el 7 d'octubre del 2006 va ser tirotejada al portal de casa seva. Guardonada amb premis internacionals, va formar part de l'equip que va negociar amb els segrestadors del Teatre Dubrovka de Moscou el 2002, i el 2004, quan es dirigia a l'escola de Beslan (Ossètia del Nord), va ser segrestada per guerrillers txetxens, va ser enverinada i no va poder participar en la resolució del conflicte, que va acabar amb tragèdia. ■



MONTECASSINO

HERMANN
TERTSCH

DOS OLIGARCAS, MUCHAS MENTIRAS

Las mentiras de esta democracia son hoy ya mayores que las mentiras del franquismo. Amplificadas y multiplicadas en los medios

La inmensa mayoría de los españoles no consumen ni saben que subsisten en una vida marginal unas revistas que se autodenominan falsamente como satíricas y de humor y son en realidad un permanente vómito de mal gusto que solo hace humor zafio por medio de la denigración, ridiculización y humillación de personas públicas o no. Nada tienen que ver con aquellas revistas de ingenio como la legendaria Codorniz o después el Hermano Lobo. Son pura agresión y transgresión de cochambre amoral, habitualmente hiriente hacia la religión católica (con otras no se atreve) e ideología de extrema izquierda. Una de esas revistas cambió la pasada semana su portada en la que insultaban al Rey, al Príncipe y a la Corona. Lo hizo por orden estrictamente privada de su propietario. Era una injuria menor comparada con otras muchas que se han publicado en esa y otras revistas de similar calaña. A partir de ahí todo han sido denuncias contra «el secuestro» de la revista. Denuncias todas ellas acompañadas de la portada retirada, con lo que tiene una difusión muy superior a la que jamás habría tenido en su miserable distribución y venta habitual. Las grandes televisiones privadas han lamentado mucho el secuestro que nunca existió. Y se ha repetido mil veces la patraña. La solidaridad es lógica. Porque dichas televisiones no cesan de verter basura de la misma especie sobre los Reyes presentes y futuros y sobre la

Monarquía. Y, de paso, sobre todos los españoles que pudieran preferir esa forma de Estado a la reedición de una II República que, según pretende, fue un régimen impecable e ideal. Cuando, a los pocos años de su existencia, su principal cualidad era la tolerancia para el asesinato de que gozaban los rufianes de la soldadesca del Frente Popular.

Las cuatro grandes televisiones privadas se las reparten nuestros dos oligarcas de la tele. Uno es un español de Barcelona. Es el que marca tendencia en la agresión permanente y los esfuerzos deslegitimadores. El otro es italiano. Viendo el éxito del anterior es ya fiel emulador. Nuestros dos oligarcas son los dueños de todo el cortijo por obra y gracia de Zapatero y de Rajoy. Cada uno tiene una televisión generalista en la que pretenden tener algún escrúpulo y otra de combate en la que presumen de carecer de ellos. Imponen sus criterios publicitarios gracias a que Zapatero les entregó la parte del pastel de RTVE. Fue a cambio de una entusiasta complicidad en este proceso de encanallamiento general que nos ha traído a los españoles adonde estamos. El Gobierno actual ha respetado todas estas tropelías de Zapatero. Como todas las miserables leyes ideológicas del zapaterismo. Así, las mentiras del revanchismo se han hecho tan fuertes como la mentira del secuestro de la revista basura. Y las televisiones bombardean con basura ideológica a diario y sin pausa a la ciudadanía. Las mentiras de esta democracia son hoy ya mayores que las mentiras del franquismo. Omnipresentes, amplificadas y multiplicadas en estos medios, son «verdad revelada» para una sociedad cada vez más manipulable. El Gobierno mientras parece más dedicado a perseguir a los críticos y a quienes les recuerdan sus compromisos incumplidos. La extrema izquierda, creen algunos, acabará beneficiando al PP. Hay que cultivarla. Los españoles acabarán votando PP aterrados ante las barbaridades de la extrema izquierda y la amenaza del Frente Popular. Y en caso de que falten escaños y ante la presión de la ultrazquierda y el separatismo, el PSOE presionado por Europa y en un alarde de patriotismo, renunciará al Frente Popular para hacer una gran coalición con la derecha. En fin. Hay quien acusa a este Gobierno de no creer en nada. Si creen que así se salvan nos hacen pensar que creen hasta en los Reyes Magos.



«El periodismo es un acto creativo»

El vicedirector del diario, Rafael Moyano, se lamenta del menosprecio creciente de la autoría intelectual

D. PRIETO / Madrid

El acto (posible gracias al apoyo de Banco Santander, Telefónica y Correos) contó con la presencia de la presidenta de la Escuela Reina Sofía, Paloma O'Shea, así como del director general de publicidad de Unidad Editorial, Jesús Zaballa, y del vicedirector de suplementos de EL MUNDO, Iñaki Gil. El también vicedirector Rafael Moyano fue el encargado de introducir el acto enmarcándolo dentro del aniversario del diario. «Nos hemos propuesto que en estos meses que nos lleven hasta el 23 de octubre nuestra celebración esté muy vinculada con el arte, la literatura, el pensamiento, el cine, el teatro... y la música, cómo no», señaló. Tam-

bién defendió que el periodismo, la comunicación, sea «además de una profesión y un servicio a la sociedad, un acto de creación». En ese sentido, subrayó la corta distancia que separa el mundo de los medios del arte sonoro: «Nos unimos, desde la humildad y la modestia, a todos aquellos que hacen de la creación una profesión. A aquellos que ven cómo cada vez se respeta menos su esfuerzo y trabajo. A aquellos que sufren el menosprecio creciente de la autoría intelectual. Por eso hoy queremos estar con la música y que la música esté con nosotros».

La Escuela Superior de Música Reina Sofía, incluida en el proyecto más amplio de la Fundación Al-



De izda. a dcha., Rafael Moyano, Paloma O'Shea, Jesús Zaballa e Iñaki Gil. / B. DÍAZ

béniz, es una de las múltiples hijas musicales de Paloma O'Shea. Ella misma se ha convertido en la principal portavoz del proyecto educativo, a través de un incansable trabajo de captación de patrocinadores y de apoyos que no siempre ha recibido el soporte

que merece la excelencia de los resultados. Así, hace dos años alertó sobre la posibilidad de que la Fundación y la propia escuela pudieran desaparecer, y la necesidad de que la sociedad civil y los poderes públicos se conciencien sobre la importancia de la música

y de la cultura en estos tiempos de crisis. «Sin el vínculo de la cultura», recalcó entonces, «la sociedad deja de ser viable. Tenemos que defender la supervivencia de nuestras estructuras culturales porque las vamos a necesitar tanto o más que el mismo pan».



LA SEXTA JORDI ÉVOLE

'Operación Palace', patranya sense mala praxi periodística

La FAPE diu que l'objectiu no era enganyar sinó obtenir audiència

La Comissió d'Arbitratge, Queixes i Deontologia de la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya (FAPE) ha qualificat de "patranya" el fals documental sobre el 23-F dirigit per Jordi Évole, *Operación Palace*, per bé que no hi veu mala praxi a l'estar "intencionadament allunyat" del periodisme.

Així es va pronunciar la Comissió a l'informe emès a petició del president de l'Associació d'Usuaris de la Comunicació (AUC), Alejandro Perales, que va reclamar l'obertura d'expedient deontològic al programa emès a La Sexta el passat mes de febrer. "És un reportatge televisiu que pertany a un àmbit que és més enllà del periodisme i que no ha de sotmetre's als seus principis", assegura la FAPE, que entén que és un programa que "pretén provocar i experimentar, que transgredeix el convencional", però que, segons el seu parer, ho fa fonamentat en mentides: "una patranya" l'objectiu de la qual no és enga-



El treball d'Évole va fabular sobre l'intent del 23-F.

nyar el públic, sinó "obtenir audiència". La resolució explica que, "fruit de la imaginació dels seus guionistes", va comptar amb la complicitat de set polítics coneguts, tres periodistes rellevants, un professor d'història i un director de cine, que van secundar i van contribuir "a la pa-

tranya", que es descobreix al final de l'emissió. Per a la Comissió, aquest espai no és una novetat en el món audiovisual, on hi ha reportatges de ficció "famosos, que formen part de la història de la comunicació", com *La guerra dels mons* o *l'Operació Lluna*.



Rússia condemna els assassins de Politkóvskaia però el cas segueix obert

► La família i els companys de la periodista exigeixen saber qui va ser qui va encarregar el crim

EFE | MOSCOU

■ La Justícia russa va condemnar ahir a cadena perpètua els assassins de la periodista Anna Politkóvskaia, però la família i els seus companys de Nóvaia Gazeta es neguen a donar carpetada al cas fins que es trobi qui va ordenar la seva mort. «Estarem satisfets amb la decisió només quan siguin castigats tots els culpables i, en primer lloc, els que el va encarregar», va dir Anna Stavítskaya, advocada de la família de la reportera russa assassinada el 7 d'octubre del 2006.

El txetxè Rustam Makhmúdiv, autor material del crim, i el seu oncle, Lom-Alí Gaitukáev, qui hauria organitzat l'assassinat, van ser ahir condemnats a la màxima pena pel Tribunal Municipal de Moscou. Tots dos van ser titllats pel jut-

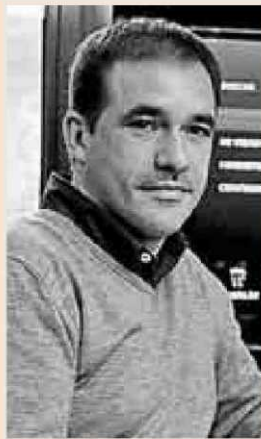
ge com a «extremadament perillosos per a la societat» i hauran de passar la resta dels seus dies en una presó de màxima seguretat.

L'assassí va esperar la reportera al portal de casa seva i, després de rebre l'avís dels seus germans, que es van encarregar de seguir la víctima, li va disparar diverses vegades a boca de canó quan aquesta es dirigia a l'ascensor. Segons la sentència, Gaitukáev va reclutar mesos abans els membres del grup criminal i va dirigir l'operació per telèfon, mentre que de la coordinació es va encarregar l'expolícia Serguei Jazhikurbánov, que passarà 20 anys entre reixes.

Per la seva banda, els germans de l'assassí, Dzhabrail i Ibraguim, van ser condemnats a 14 i 12 anys de presó, respectivament, com a còmplices en l'assassinat.

El jutge va confirmar el secret a veus que Politkóvskaia, una de les periodistes més crítiques amb política del president rus, Vladímir Putin, al Caucas, va ser tirotejada per la seva tasca professional.

L'assassinat de Politkóvskaia, que va néixer a Nova York el 1958, va ser perpetrat quan la periodista preparava un article sobre les tortures sistemàtiques a Txetxènia, que va ser publicat pels seus companys cinc dies després de la seva mort. La Fiscalia ha assegurat que «la decisió dels membres del jurat i la decisió posterior són un gran èxit de la judicatura russa i del jurat». Però ni la família, ni Nóvaia Gazeta, per al que Politkóvskaia va treballar des del 1999 fins a la seva mort, ni els activistes de drets humans van quedar satisfets. «Hi continua havent nombroses preguntes sobre qui el va encarregar. Estem disposats a col·laborar, fins i tot amb els condemnats, per continuar la investigació», va dir Ilia Polítkovski, fill de la reportera. La sentència diu que qui va encarregar el crim «estava enfadat amb les denúncies dels articles de Politkóvskaia sobre violacions dels drets humans, apropiació indeguda d'actius estatals i abús de poder de funcionaris públics».



Jacinto Roca dirige la firma.

El videoclub
online **Wuaki.tv**
entrará en Francia
y Alemania **P4**



Jacinto Roca, fundador y consejero delegado del videoclub online Wuaki.tv.

Wuaki.tv entra en Francia y Alemania

MERCADOS/ El videoclub online sigue su plan de crecimiento internacional y prepara el salto a ambos países para este año.

Tina Díaz. Barcelona

El videoclub online Wuaki.tv ultima su entrada en Francia y Alemania para los próximos meses. La puntocom cuenta con más de un millón de usuarios y ya está presente en España y Reino Unido, donde se instaló el año pasado.

La entrada en los mercados alemán y francés forma parte del plan de crecimiento internacional que la compañía diseñó el pasado ejercicio y con el que proyectaba aterrizar en entre diez y quince países de Europa, además de Japón, durante 2014.

Creada por Jacinto Roca hace cinco años, Wuaki.tv prefiere no desvelar las cifras de su volumen de negocio. El portal tiene un catálogo de películas y series de televisión -3.000 títulos en Reino Unido y 5.000 títulos en España-, que pueden alquilarse a 5,99 euros al mes.

La compañía pertenece a Rakuten, grupo japonés de comercio electrónico que lo adquirió en hace dos años. Rakuten cotiza en la Bolsa de Tokio y está considerado un competidor directo del grupo estadounidense de e-com-

merce Amazon. Tras adquirir Wuaki.tv, Rakuten instaló su filial española en Barcelona, que dirige Marc Vicente.

La internacionalización conllevará un aumento de la plantilla del videoclub, que emplea ahora a 85 personas en su sede del distrito tecnológico 22@.

Estrategia

La estrategia de internacionalización de Wuaki.tv contempla abrir una pequeña delegación comercial en cada nuevo país, explica Jacinto Roca, fundador y consejero delega-

do. Se trata de oficinas con dos o tres personas con un perfil comercial, que se harían cargo de los contenidos audiovisuales de cada mercado, ya que, por razones culturales, cada país tiene su propio catálogo de títulos.

Wuaki.tv ha puesto su foco de atención en Francia y Alemania porque considera que son mercados con fuerte potencial en el negocio audiovisual online. La puntocom eligió Reino Unido en primer lugar como prueba, ya que para la empresa el mercado anglosajón es el más complicado y donde están dos de sus competidores: Netflix y Amazon. Ambas son estadounidenses pero tienen presencia en Europa.

A largo plazo, Wuaki.tv pretende entrar en los países latinoamericanos. Se trata de un destino que ya estaba previsto para 2012, pero la compra de la compañía por parte del grupo japonés cambió los planes del portal. La firma ha evitado concretar en qué países quiere instalarse próximamente en el marco de su estrategia de internacionalización.

CAMPAÑA

Pese a ser una compañía online, Wuaki.tv ha salido de la red para llegar al público a través de una campaña **publicitaria** a pie de calle y otra por televisión para captar más usuarios. El videoclub online ha fichado a la agencia Havas Media.



HOJEANDO/ZAPEANDO

La Fape da por buenas las patrañas

VÍCTOR DE LA SERNA

Es lo que tiene sobrevivir casi medio siglo en el periodismo sin haber pertenecido nunca a la Asociación de la Prensa de una ciudad ni, por tanto, a su Federación: que uno carece de la base necesaria para entender del todo sus tomas de posición. Y es que ayer supimos que la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la Fape ha emitido su veredicto sobre el ya famoso programa de televisión *Operación Palace*, de **Jordi Évole**, a petición de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), que había reclamado la apertura de expediente deontológico al programa.

Pues el órgano de la Fape, esencialmente, se ha lavado las manos, negándose a calificar el *show* como «mala práctica periodística» porque eso es más «de lo que cabe esperar y exigir a esta Comisión». Y sigue: «Es evidente que *Operación Palace* discurre al margen del principio de veracidad, esencial en el trabajo del periodista, pero repudiar este tipo de creaciones supone poner límites y fronteras a la imaginación, a la creatividad, al uso de recursos como la ironía, la paradoja, la comedia, el drama... que también sirven a la búsqueda de la verdad, a la defensa de las libertades y los derechos de los ciudadanos y a denunciar los obstáculos para lograrlo».

Claro, afirmar todo eso tras decir que todo el programa fue «una patraña» con el único objetivo de «obtener audiencia» no tiene más que una interpretación posible para periodistas arcaizantes como este cronista: que para la Fape vale todo, la verdad y la mentira, si se busca un noble pretexto. ¡Pues que se autodi-suelva la Comisión! Ya nos dirán...

Lo que sucede es que los atenuantes o eximentes que esgrime la Fape son tan tramposos como el programa. No se puede comparar ni con *La guerra de los mundos* de **Orson Welles** ni con *Operación Luna* de la cadena Arte porque ambos programas estaban claramente planteados como ficción: uno, en la serie teatral *The Mercury Theatre on the Air*; el otro, con cortes reales de políticos (en el *show* de Évole los propios políticos actuaban y decían mentiras), pero sacados hábilmente de contexto, y junto a ellos una serie de actores con nombres famosos de la filmografía de **Stanley Kubrick**, en un juego inmediatamente captado por el espectador. En *Operación Palace* sólo daba una pista una línea fácilmente inadvertida en los títulos finales.

A uno le da genuina vergüenza ajena el «revelador» desprecio que la Fape muestra por el periodismo genuino. Nada nuevo, por otra parte. Pensándolo bien, la Fape siempre nos ha dado alguna razón de peso para no apuntarnos...



→ INAUGURADA L'EXPOSICIÓ DE MIQUEL RUIZ

La mostra és un repàs als 30 anys de fotoperiodista

■ ■ FIGUERES. Fins al 29 de juny es pot visitar a la Casa Empordà l'exposició fotogràfica 'Miquel Ruiz Avilés. Una altra manera de captar el món (1979-2013)', inaugurada dijous. La mostra és un recull de les més de 100.000 imatges que Ruiz va donar a la Diputació de Girona. (FOTO: Àngel Reynal). ■





INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/06/14	IX Premio de Periodismo Solidario Memorial Joan Gomis / Periodistas en Español	76	2
08/06/14	300 razones para contratar una agencia de comunicación / Top Comunicación	78	2
09/06/14	Es gesta una ràdio digital que vertebra els Països Catalans / Comunicació 21	80	1
09/06/14	FOTOCAM 2014 / AEPG	81	1
09/06/14	La FAPE no repudia Operación Palace por ser un espacio que va más allá del periodismo / 233grados.com	82	1
09/06/14	L'Operació Palace de Jordi Évole no sha de sotmetre al codi deontològic / Comunicació 21	83	1
09/06/14	La SICAV de la APM con un valor de 3,8 millones acumula una rentabilidad del 48% desde su creación / PRNoticias	84	1
09/06/14	Els periodistes tarragonins lliuren els seus premis / Comunicació 21	85	1
09/06/14	Jordi Barbeta prepara les maletes / e-noticies	86	1



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

IX Premio de Periodismo Solidario Memorial Joan Gomis

Sábado, 7 de junio de 2014

Joan Gomis Sanahuja (1927-2001) fue presidente de Justícia i Pau desde 1976 hasta que falleció. También presidió Justicia y Paz, la Federación Catalana de ONG para el Desarrollo y la Federación Catalana de ONG por la Paz. Fue uno de los impulsores de la creación del Fons Català de Cooperació al Desenvolupament, y fue vicepresidente de esta institución de 1986 a 1991. Participó en diferentes proyectos en defensa de los derechos humanos en Asia, África y América, además de ser uno de los fundadores de la revista El Ciervo, de la que fue subdirector hasta 1971. Colaboró en diferentes medios de comunicación y publicó libros como Un judío en Nazaret, León rugiente, Deseada Sumatra, La lucha por los derechos humanos y las Memorias cívicas. También se dedicó a la ilustración gráfica y a la pintura. Entre las otras distinciones recibió los premios Carles Cardó y Francesc Eiximenis de narrativa, el Serra i Moret de ensayo, y el Memorial Joan XXIII por su labor a favor de la paz.

BASES

- 1 El Memorial Joan Gomis se convoca para mantener viva la memoria de la figura de Joan Gomis y su compromiso y trabajo a favor de la paz, los derechos humanos y la eliminación de la pobreza, la exclusión social y las desigualdades Norte-Sur. Esta tarea la desarrolló como dirigente y promotor de distintas iniciativas cívicas y asociaciones, especialmente desde la presidencia de Justicia y Paz (1976-2001), así como mediante sus libros y sus colaboraciones con los medios de comunicación.
- 2 El Memorial lo convocan conjuntamente las siguientes entidades: Justicia y Paz, Cristianismo y Justicia (Fundación Lluís Espinal), Fundipau, Fundación Cultura de Paz, la Facultad de Comunicación Blanquerna, y las revistas El Ciervo y Foc Nou. El premio se convoca con el apoyo económico del Fons Català de Cooperació al Desenvolupament.
- 3 El Memorial reconoce anualmente dos modalidades: a) obras periodísticas en catalán o en castellano y b) trayectorias periodísticas.
- 4 En la modalidad a) se premian obras periodísticas escritas o audiovisuales de cualquier género (artículo, entrevista, reportaje) inéditas o publicadas. Las obras han de informar y de visibilizar la acción de personas, instituciones o colectivos que luchan contra las desigualdades Norte-Sur, la pobreza, o la exclusión social, y que destaquen por su compromiso o actividades en favor de la solidaridad, la paz, los derechos humanos y el buen entendimiento entre culturas y religiones. Se podrán presentar textos con una extensión no superior a las 5.000 palabras, o piezas audiovisuales que no superen 1h de duración. En el caso de que se presente una obra publicada o emitida, no podrá ser anterior al 1 de enero de 2013. Si se quiere presentar más de una obra, se podrá hacer con un máximo de dos por persona o entidad. Las candidaturas deberán entregarse por correo electrónico a la dirección en formato digital. En caso de presentar un documento audiovisual ha de ser posible visionarlo on-line (canal de vídeo youtube, vimeoetc). En todo caso, se deberán incluir los datos personales y de contacto con los autores.
- 5 En la modalidad b) se premiará una trayectoria periodística de alguna persona, institución, medio, programa, sección periódica, o iniciativa que muestre un compromiso con los valores solidarios del certamen. Para

presentarse será necesario elaborar en formato digital una biografía, perfil o descripción histórica que refleje los méritos periodísticos de la persona, institución, programa o iniciativa. Esta descripción se complementará con los links o archivos adjuntos que convengan. Las candidaturas deberán entregarse por correo electrónico a la dirección en formato digital. En todo caso, se deberán incluir los datos personales y de contacto con los autores. 6 La fecha límite de admisión de originales y candidaturas en ambas modalidades para la convocatoria de 2014 finaliza el 30 de julio de 2014. 7 El premio para obras periodísticas (modalidad a) está dotado con 1.500 euros. Las trayectorias (modalidad b) serán premiadas con 1.500 euros. Los premiados y las personas o instituciones de las que se trate en las obras premiadas recibirán un diploma acreditativo con una ilustración de Joan Gomis. 8 El Jurado, que decidirá sobre las dos modalidades, estará formado por una persona designada por cada una de las entidades convocantes, un representante del Fons Català de Cooperació al Desenvolupament y presidido por una persona de la familia de Juan Gomis. El jurado designará un secretario. El veredicto del jurado será inapelable, no se devolverán los originales presentados ni se establecerá correspondencia con los candidatos. 9 El Memorial se celebrará en un acto de entrega del premio, que se convocará en otoño de 2014 y que también será en recuerdo del aniversario de la muerte de Juan Gomis. Enlaces: www.escriitores.org

300 razones para contratar una agencia de comunicación

Domingo, 8 de junio de 2014

Manuel Carrillo acaba de publicar en su blog un interesantísimo trabajo colaborativo titulado 300 razones por las que contratar una agencia de comunicación, recopiladas a partir de la participación de un buen número de profesionales del sector. POR REDACCIÓN. domingo 08 de junio de 2014 Para leer las 300 razones te aconsejamos que visites el blog de Carrillo, desde adonde además podrás bajarte una versión el pdf para imprimir. Nosotros te adelantamos aquí, las razones que más nos han llamado la atención.

- Un profesional de la comunicación en nómina tiene un salario medio anual de 31.772 euros (Estudio Salarios wellcomm 2013). La inversión (fee o cuota mensual) en una Agencia Comunicación, de media, supone la mitad.
- Un Departamento de Comunicación o Gabinete de Prensa interno supone el doble de inversión que la contratación de una Agencia de Comunicación externa. Desde el año 2008, en casos concretos, esta diferencia puede llegar a ser el triple.
- Al profesional de la comunicación las nóminas se abonan a mes vencido. A la Agencia de Comunicación a mes vencido, 30, 60 ó 90 días.
- La Agencia de Comunicación le ofrecerá servicios tradicionales en prensa, radio, televisión, y además, estrategia digital (normalmente). Si tuviera su propio departamento interno tendría que contratar a dos profesionales diferentes (normalmente). Uno para la comunicación corporativa y otro para la estrategia digital.
- Reducirá la estructura de costes fijos en su empresa al disponer de un solo interlocutor, al frente de un grupo de profesionales externos que gestionarán la reputación de su marca.
- Deshacer un Contrato de Servicios con una Agencia de Comunicación se suele realizar sin penalizaciones y de forma instantánea. Deshacer un Contrato laboral con un profesional ocupa negociaciones, costes y tiempo.
- Su Departamento de Prensa interno asimilará su cultura corporativa, pero en su estrategia carecerá de la visión multisectorial de una Agencia de Comunicación. Este enfoque es un valor añadido del que carecerá un profesional de comunicación interno.
- Un punto de vista externo a la empresa desvela y corrige errores que pasan desapercibidos por la costumbre.
- Su Agencia de Comunicación le informará puntualmente de las tendencias en los medios de comunicación porque se lo cuentan sus periodistas, con los que habla.
- La Agencia de Comunicación será el nexo de unión para entrar en contacto con colectivos, patronales, fundaciones, sindicatos, interesantes para sus objetivos de negocio.
- La Agencia de Comunicación le sugerirá de quién deben depender las relaciones institucionales. Directamente de la Dirección General, Marketing, Comunicación o Comercial.
- La Agencia de Comunicación le mostrará redes sociales corporativas donde cimentar la comunicación interna de su compañía.
- La Agencia de Comunicación evitará que sus empleados se enteren por la prensa de un ERE, una fusión o una venta de su compañía.
- La Agencia de Comunicación le enseñará a descubrir los numerosos materiales de comunicación que usted mismo realizará con su smartphone.
- La Agencia de Comunicación le enseñará a enfrentarse a una entrevista con un periodista en persona, por teléfono o email. Parece lo mismo, pero no lo es.
- La Agencia

de Comunicación le invitará a no pedir cuestionarios cerrados en una entrevista con un profesional de la información. - La Agencia de Comunicación grabará todas las conversaciones con cualquier periodista , para tener la versión original ante cualquier error de transcripción o interpretación. Dichas grabaciones también servirá para escucharlas y obtener mejoras en futuras entrevistas informativas. - Por cierto, ante un error en la estrategia de imagen o reputación corporativa siempre le puedes echar toda la responsabilidad a tu Agencia de Comunicación. PUEDES LEER LAS 300 RAZONES PINCHANDO AQUÍ

Es gesta una ràdio digital que vertebrava els Països Catalans

Lunes, 9 de junio de 2014

L1 de setembre està previst que comenci a emetre a través d'internet Ràdio Terra, un projecte de comunicació popular, autogestionat, horitzontal i descentralitzat, que aposta per la transformació social i que vol dotar l'espai comunicatiu de parla catalana d'un mitjà que el vertebri. Més concretament, Ràdio Terra vol cobrir un buit informatiu en l'àmbit radiofònic i connectar les diferents veus i realitats socials, econòmiques i culturals dels Països Catalans, per a la qual cosa ja es compta amb corresponents per a cadascuna de les comarques. A més, els seus impulsors aposten per descobrir aspectes desconeguts o muts que no troben espai en altres mitjans, a més de sumar en la construcció d'un periodisme honest des del punt de vista de la comunicació social, el treball cooperatiu i la vocació de fer-se altaveu. Campanya de crowdfunding per arrencar La iniciativa es finançarà a través dels socis, que ja són més de 200, amb quotes de dos euros mensuals. A banda, s'ha impulsat una campanya de micromecenatge (amb aportacions de 10 a 300 euros) per finançar l'estudi central de l'emissora a Reus. L'objectiu és assolir 12.000 euros, dels quals ja se n'han aconseguit més del 40%. Posteriorment, es treballarà per crear una xarxa d'estudis que puguin servir per endegar i donar suport a projectes locals. La iniciativa, impulsada per un grup de periodistes compromesos, comença amb la cobertura legal d'una associació inscrita per construir el primer estudi i començar la producció informativa. L'evolució del projecte necessitarà més endavant la constitució d'una cooperativa que aixoplugui l'activitat. A partir del 10 de juliol, un cop finalitzi la campanya de microfinançament, es començarà la construcció de l'estudi a Reus, des d'on es coordinarà el treball de redacció, emissió i connexió amb el conjunt de corresponents i col·laboradors. Més endavant, durant l'agost, es definirà la programació, es concretarien les diferents àrees periodístiques i iniciarien les emissions en proves.

FOTOCAM 2014

Lunes, 9 de junio de 2014

ASOCIACIÓN	¿Qué es la AEPG?	Fines	Objetivos	Código
deontológico	Servicios	Junta Directiva	Asoc. autonómicas	Asamblea
La AEPG en los medios	SERVICIOS	¿Por qué contar con la AEPG?		Buscador
publicaciones	Mapa de distribución	Market place	Formación	Empleo
Documentos	Área digital	Archivo de Prensa	Acción Social	III ENCUENTRO
AEPG	ACTUALIDAD	Actualidad AEPG	Colaboraciones en medios	Noticias
del sector	Multimedia	Enlaces de interés		REDES SOCIALES
NOTICIAS DEL SECTOR	[volver]	Como informa PR	noticias el pasado viernes se	
entregaron los premios de fotografía periodística de la comunidad de Madrid. Participaban 67 fotoperiodistas y el jurado estaba compuesto por editores gráficos de medios de comunicación, y se destaco la idea de ofrecer información veraz a los ciudadanos. Las 26 mejores fotografías estarán expuestas de manera gratuita en la real casa de correos en la puerta del sol hasta el 22 de junio.				
IDENTIFICACIÓN	usuario	clave	Recordar contraseña	Recibir gratuitamente el
boletín informativo.	PATROCINADORES	AEPG		

La FAPE no repudia Operación Palace por ser un espacio que va más allá del periodismo

Lunes, 9 de junio de 2014

Una imagen del programa 'Operación Palace' Repudiar el reportaje de ficción de La Sexta, Operación Palace, supondría "poner límites a la imaginación y la creatividad", al tratarse de un espacio "más allá del periodismo". Esa es la principal conclusión de la Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) tras el juicio periodístico al que ha sometido al polémico programa, dirigido por Jordi Évole, y emitido el pasado mes de febrero con motivo del aniversario del 23-F. Después de su emisión, ya en marzo, la FAPE recibió una solicitud por parte del presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), Alejandro Perales, para abrir un expediente deontológico al programa, al considerar que el espacio vulneraba varias normas relacionadas con la veracidad del relato. Sin embargo, según ha concluido ahora la FAPE, 'Operación Palace' es una pieza que corresponde al género de reportaje-ficción que "anida más allá" del territorio del periodismo, aunque esté elaborada por periodistas. En su informe, la federación descarta incluso calificar el ejercicio de Évole como "mala práctica" periodística, algo que entiende "va más allá de lo que cabe esperar y exigir a esta comisión". Es evidente que 'Operación Palace' discurre al margen del principio de veracidad, esencial en el trabajo del periodista, pero repudiar este tipo de creaciones supone poner límites y fronteras a la imaginación, a la creatividad, al uso de recursos como la ironía, la paradoja, la comedia, el drama... que también sirven a la búsqueda de la verdad, a la defensa de las libertades y los derechos de los ciudadanos y a denunciar los obstáculos para lograrlo, ha explicado la mencionada comisión en su informe (ver aquí en PDF) En cualquier caso, la FAPE destaca que resulta evidente que se trata de un trabajo arriesgado para un periodista con prestigio y define como perturbador el hecho de que los periodistas puedan cambiar su uniforme de trabajo, en referencia a la realidad, para pasar a utilizar la ficción para ganar audiencia, aunque con el riesgo de perjudicar su crédito. Asimismo, resalta que el espacio cumplió con creces sus objetivos de captar audiencia, atendiendo al número de espectadores que siguieron el programa. Además, recuerda que este formato no es una novedad en el mundo audiovisual, señalando otros ejemplos como 'La guerra de los mundos' u 'Operación Luna'. Vía: Europa Press Te interesa: - Jordi Évole, mejor periodista de 2013 para la APM - Jordi Évole, tajante: 'Hay que dinamitar a la aristocracia de la prensa'

L'Operació Palace de Jordi Évole no sha de sotmetre al codi deontològic

Lunes, 9 de junio de 2014

La Comissió d'Arbitratge, Queixes i Deontologia de la Federació d'Associacions de Periodistes d'Espanya (FAPE) considera que el fals documental de Jordi Évole sobre el 23-F, Operación Palace, emès per La Sexta, pertany a un àmbit que està més enllà del periodisme, i que, per tant, no ha de sotmetre's als seus principis. La resolució arriba després de l'obertura d'un expedient després d'una sol·licitud de l'Associació d'Usuaris de la Comunicació (AUC), que argumentava que el treball podia vulnerar fins a cinc principis del codi deontològic. La Comissió, però, considera que Operación Palace és un programa que pretén provocar i experimentar, que transgredeix el convencional, però fonamentat en mentires, una falòrnia, l'objectiu i la pretensió del qual no és enganyar el públic, sinó cridar l'atenció, obtenir audiència, induir una reflexió sobre la manipulació i denunciar els efectes del secret i l'ocultació de documents que interessin al públic per conèixer i explicar fets rellevants. A més, assenyala que repudiar aquest tipus de creacions suposa posar límits i fronteres a la imaginació, a la creativitat, a l'ús de recursos com al·lusionisme, la paradoxa, la comèdia, el drama que també serveixen a la recerca de la veritat, a la defensa de les llibertats i els drets dels ciutadans i a denunciar obstacles per aconseguir-ho. Amb tot, l'organisme entén que, tractant-se d'un esdeveniment com el 23-F, els objectius del programa podrien haver-se intentat amb procediments periodístics ajustats als seus principis deontològics. A més, la Comissió considera que el reportatge és pertorbador per als periodistes que canvien el seu uniforme de treball, de manejar la realitat a utilitzar la ficció, malgrat amb el risc de perjudicar el seu crèdit.

La SICAV de la APM con un valor de 3,8 millones acumula una rentabilidad del 48% desde su creación

Lunes, 9 de junio de 2014

En medio de la mayor crisis para la historia del periodismo en España con más de 10.800 profesionales despedidos desde 2008, la Asociación de Prensa de Madrid (APM), entidad que ha lanzado simbólicas campañas como #SinPreguntasNoHayCobertura o #GratisNoTrabajo ha apostado por invertir en productos financieros sofisticados que le han generado un gran rentabilidad. Nos referimos a la SICAV de la APM, fundada en 2002 y que ha logrado desde esa fecha una rentabilidad del 48%. Desde 2010 la rentabilidad ha sido del 13% para los asociados a esta SICAV, casi todos directivos o ex directivos de la Junta. ¿Qué es una SICAV? Su definición oficial responde a una sociedad de inversión de capital variable. Nos referimos a una figura de inversión colectiva que tributa al 1% en el impuesto de sociedades siempre que su número de accionistas sea como mínimo cien- y que tradicionalmente es conocida como un producto inversor para ricos, una manera de gestionar el dinero, obtener beneficios y no tener que realizar grandes pagos a Hacienda. Es una figura muy popular entre futbolistas, actores, presentadores de televisión y... la Asociación de Prensa de Madrid (APM) presidida por Carmen del Riego (EN LA FOTO), o más concretamente de los miembros y ex miembros de la Junta. El último boletín informativo del 30 de abril de 2014 de la SICAV de la APM (APM 2001, INVERSIONES, SICAV, S.A.) indica que el valor efectivo de la sociedad es de 3.893.929 euros y que el valor patrimonial es de 3.885.233,28 euros con un número de 3.014.463 acciones y un valor liquidativo de 1,288 euros. Esto se traduce en una rentabilidad acumulada del 48,69% desde su creación en 2002 y del 12,37% en los últimos cuatro años. En lo que va de año han ganado un 3,69% y en el último mes ha ganado nada menos que un 0,63%. Lo que también ha cambiado es el montante del fondo. En 2005 tenía 4,4 millones, 8,5 en 2008 y ahora 3,8 millones, dos millones más que hace un año. El valor de la SICAV se ha reducido fuertemente desde que en 2011 la APM decidiese descapitalizarla para afrontar los gastos de su servicio médico, aunque la luz de los últimos datos demuestran que se ha apostado por volver a potenciar su capital. Con todo, en el detalle de actual la inversión vemos que el 97% de los fondos de la SICAV de la APM están en euros y que el 55,7% se invierte en renta fija la inversión más segura- el 20% en renta variable y el 13,7% en participaciones de otros fondos de inversión. Por sectores, el 25% de los fondos está invertido en semipúblico nacional y el 16,7% en público nacional. Por países la renta variable se divide entre un 92,7% en España y un 7,3% en Luxemburgo. Esto demuestra un nivel de inversión austera y sin correr muchos riesgos, los suficientes para tener un desempeño estable en el tiempo y que les permite acumular casi un 50% de rentabilidad en más de diez años. Recordemos que esta SICAV es gestionada por la APM pero no necesariamente tiene que ver con la totalidad de los socios, solo con los que han invertido en ella, que en su mayoría son ex miembros de la Junta e históricos asociados. Seguiremos Informando...

Els periodistes tarragonins lliuren els seus premis

Lunes, 9 de junio de 2014

El Teatre Auditori de Salou va acollir el passat dissabte la gala de lliurament de la segona edició dels Premis de Comunicació de Tarragona, a la qual van assistir més de 400 persones. Enguany, el guardonat han estat Didac Betran (premi a la trajectòria professional), Circ de la cultura (en la categoria 2.0), Ariadna Costa (investigació), Diari Més (històries de vida), Pere Ferré (millor imatge), Surtdecasa.cat (emprenedoria), Ràdio Hospitalet (resistència) i La Vila (premsa Local). A més, el Premi Nacional de Comunicació, fet públic fa un mes, en aquesta ocasió ha estat per al meteoròleg Tomàs Molina, de TV3. A banda, es van atorgar mencions especials als mitjans que aquest any celebren el seu cinquè aniversari: TAC12, Tgn21 i Notícies Tgn. Finalment, també es va lliurar un premi pòstum al periodista esportiu Rafa González, mort l'any passat, recollit per Jordi Siré. Enguany, la recaptació de la gala sha destinat a la Fundació AFANOC de nens amb càncer. Els guardons estan organitzats per La República Checa Tv i la revista +Actual. El jurat estava format per Maria José Rodríguez, regidora de Cultura de Salou; Manel Albiac, degà del Col·legi d'Advocats de Tarragona; Dani Martínez, del consell directiu del Sindicat de Periodistes de Catalunya; Jordi Cartanyà, periodista Cadena SER; Olívia Mollet, fotògrafa del Diari Més; Oliver Márquez, director d'Èxit Comunicació; Ricard Checa, director de La República Checa; Javier Díaz Plaza, periodista del Diari de Tarragona; Santiago Cordon, graduat social; Jaume Descarrega, president del Col·legi de Psicòlegs de Tarragona; la cap de premsa Julià García; Carles Abelló, director TAC12, i Francesc Fàbregas, director d'El Vallenc.

Jordi Barbeta prepara les maletes

Lunes, 9 de junio de 2014

El fins ara redactor en cap de política de La Vanguardia, Jordi Barbeta, començarà a buscar casa a Washington aquest mes de juny per estrenar-se definitivament com a corresponsal del diari als EUA el proper mes de setembre, segons ha sabut e-notícies. Els canvis, de fet, afecten a més gent perquè el fins ara correponsal a París, Lluís Uría, torna a Barcelona per fer-se càrrec de la secció d'Internacional en substitució de Joaquim Luna, que ha passat a ser una de les estrelles de la secció d'opinió -amb el seu periodisme costumista- on substitueix Quim Monzó els dilluns, per exemple. Barbeta reemplaçarà, en aquest sentit, el fins ara corresponsal a Washington, Lluís Bassets, que ja fa setmanes que s'ha incorporat a El País després d'haver-ho estat també a Nova York i Berlín. L'estrella de Barbeta a La Vanguardia, considerat molt proper a CiU, va començar a declinar amb l'arribada de Màrius Carol a la direcció. En el nomenament del nou equip directiu es va veure desplaçat per dues dones: Dolors Garcia, considerat més aviat progressista, que va ascendir a directora adjunta i Isabel Garcia Pagan, que fins aleshores havia estat a les seves ordres, nova subdirectora de Política. Barbeta i Màrius Carol, a més, no gaudien de bona relació professional. El juny del 2011 el consell professional del La Vanguardia, ja va donar un toc d'atenció al redactor en cap de política per unes paraules que va dedicar al llavors director de comunicació del Grup Godó, Màrius Carol. Barbeta va escriure en una crònica que "Màrius Carol va intentar després fer-se el graciós com a moderador sense advertir que és millor caure en gràcia" i el consell professional va considerar "vergonyós" que "parlés d'aquesta manera al presentador de l'acte" i que no es podien fer servir les planes del diari "per a disputes personals".