



RECULL DE PREMSA

CAP DE SETMANA

21/07/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

51



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.
19/07/14	EL GOBIERNO VUELVE A RETRASAR LA LEY DE COLEGIOS PROFESIONALES / EL ECONOMISTA	7	1
21/07/14	¿DESAPARICIÓN DE LOS COLEGIOS PROVINCIALES? / EL GLOBAL	8	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
19/07/14	PERIODISTAS DE CÁMARA EN MANO / ABC (CULTURAL)	10	1
19/07/14	POLICIA 2.0: PATRULLANT PER LES XARXES SOCIALS / ARA	11	2
19/07/14	LA REALITAT NO ÉS DE FRANC, ÉS DE PAGAMENT / ARA	13	1
19/07/14	MADRID RECIBE AL MAESTRO DEL FOTOPERIODISMO / CINCO DIAS	14	1
19/07/14	«CANAL AJUNTAMENT » DÓNA SERVEI A TRENTA MUNICIPIS EN EL SEU SEGON ANY DE VIDA / DIARI DE GIRONA	15	1
19/07/14	EL CAC AVALA UN PROGRAMA DE TV3 SOBRE EL 9-N QUE NO CONTÓ QUE ES ILEGAL / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	16	1
19/07/14	AMAZON LANZA EL SPOTIFY DE LOS LIBROS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	17	1
19/07/14	EL IMPUESTO DEL ADSL QUE IMPULSA LA GENERALITAT LO PAGARÁ EL CONSUMIDOR / EL PAIS (EDICION CATALUÑA)	18	1
19/07/14	EL EXETARRA URRUSOLO, SIN PERMISOS POR HABLAR EN LA SER / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	19	1
19/07/14	ENTREVISTA A JOSEP MARIA BLANCH, SECRETARI DE COMUNICACIÓ DEL GOVERN DE LA GENERALITAT: "LA GENT HA DE PODER PASSAR COMPTES AMB EL GOVERN" / EL PUNT AVUI	20	1
19/07/14	RELLEU DE VEUS A LA GRAELLA D'ESTIU DE RAC1 / EL PUNT AVUI	21	1
20/07/14	ABC ABRE SU IMPRESIONANTE ARCHIVO FOTOGRÁFICO AL MUNDO / ABC (EDICION NACIONAL)	22	2
20/07/14	LAS MEJORES FOTOGRAFÍAS DEL SIGLO XX / ABC (XL SEMANAL)	24	5
20/07/14	Història del viratge sorprenent de Robert Ménard: de Reporters Sense Fronteres a alcalde de la mà del Front Nacional / ARA (ARA DIUMENGE)	29	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/07/14	ROBERT MÉNARD, L'INESPERAT PEÓ DE MARINE LE PEN / ARA (ARA DIUMENGE)	30	3
20/07/14	CÓMO MANTENER LA BUENA REPUTACIÓN / EL PAIS (DOMINGO)	33	1
20/07/14	APROFITAR LES VACANCES per EL DEFENSOR DEL LECTOR, Pep Collelldemont / EL PUNT AVUI	34	1
20/07/14	ELS SECRETS DE LA RÀDIO per ANDREU BUENAFUENTE / EL PERIODICO DE CAT. (ED. CAT) DOMINICAL	35	1
20/07/14	DESDE WASHINGTON. ASFIXIA DE LA LIBERTAD DE PRENSA / DIARI DE TARRAGONA	36	1
20/07/14	LA LLETRA COM A MISSATGE per EL DEFENSOR DEL LECTOR Josep Rovirosa / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	37	1
20/07/14	UNA REVISTA DESVERGONYIDA / EL PUNT AVUI	38	1
20/07/14	RÀDIO PAPIOL FM TANCA "FINS A NOU AVÍS" / ARA	39	1
21/07/14	UNA SOCIEDAD PANTALLA PANAMEÑA CONTROLA «EL UNIVERSAL» CON UN TESTAFERRO VENEZOLANO / ABC (EDICION NACIONAL)	40	1
21/07/14	Israel no se responsabiliza de la prensa / DIARI DE TARRAGONA	41	1
21/07/14	LA FUSIÓN QUE MURDOCH PREPARA EN EUROPA / EXPANSION	42	1
21/07/14	EL RELLEU DE CANAL 9, A L'ESPERA / ARA	43	1
21/07/14	LA COMPRAS DE TECNOLÓGICAS YA MUEVEN MÁS DE 280.000 MILLONES ESTE AÑO / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	44	1
21/07/14	UNEDISA ABRE LA PUERTA A MÁS BAJAS TRAS ELIMINAR 682 EMPLEOS DESDE 2009 / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	45	1
21/07/14	«FORBES» SE VUELVE GLOBAL / LA RAZON	46	1
21/07/14	MORDAZAS por ISABEL SAN SEBASTIÁN / ABC (EDICION CATALUÑA)	47	1
21/07/14	MARTA CAILÀ S'INCORPORARÀ AL SETEMBRE AL 'VERSIÓ RAC1' DE CLAPÉS / ARA	48	1
21/07/14	LA PRENSA LÍQUIDA, POR VICENTE LOZANO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	49	1

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/07/14	BERENBERG RECOMIENDA VENDER ATRESMEDIA / EXPANSION	50	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



El Gobierno vuelve a retrasar la Ley de Colegios Profesionales

El Consejo de Ministros presentó el Anteproyecto de la norma hace casi un año

Teresa Blanco MADRID.

A pesar de que todo apuntaba a que el Anteproyecto de Ley de Servicios y Colegios Profesionales, al que el Gobierno ya dio su visto bueno el pasado 2 de agosto, se aprobaría ayer, finalmente el Ejecutivo decidió no incluirlo en el último Consejo de Ministros.

La norma, que la revista *Iuris&Lex* analiza en profundidad en su último número, trae de cabeza a prácticamente todos los colectivos afectados, al reducir la colegiación obligatoria de las 80 profesiones actuales a tan sólo 38. Además, limita las prerrogativas de los colegios en aquellas profesiones que sí estarán sometidas a colegiación obligada: prohíbe todos los pagos de acceso a los Colegios y establece que la suscripción de los seguros colegiales por parte del colegiado deberá ser voluntaria, así como de los servicios de protección social complementa-

ria a través del Colegio. En la misma línea, establece que los profesionales que acrediten estar desempleados tengan un descuento del 75 por ciento en las cuotas obligatorias.

Asimismo, prevé auditorías obligatorias y que los colegios cuenten con un sistema de control interno que garantice la intervención de todos los actos y documentos de carácter económico, para dotar de mayor transparencia a las gestiones colegiales.

Incompatibilidades

Por otro lado, la norma prohíbe a los cargos directivos de los colegios contratar a familiares directos o recibir regalos o favores, y les somete a un nuevo régimen de incompatibilidades.

De este modo, quien ocupe un cargo directivo colegial no podrá ocupar, entre otros, el cargo político del Estado, comunidades autónomas, provincias u entidades locales; cargos directivos en partidos políticos, sindicatos u organizaciones empresariales; o ser titular de un órgano directivo superior en cualquier Administración. Y prohíbe a los colegios la recomendación de honorarios.



¿Desaparición de los colegios provinciales?

Está claro que en la mayoría de las ocasiones se cumple el axioma que precisa que el pez grande se come al chico. Y eso es lo que podría pasar en el caso, cada vez más cercano, de que finalmente en el proyecto de Ley de Servicios y Colegios Profesionales, que debería salir del Consejo de Ministros antes de que finalice este curso, se rompa con la obligatoriedad de que los profesionales tengan que colegiarse en el colegio de la provincia donde ejercen su actividad. La cuestión, ni mucho menos, es baladí, ya que podría romper el equilibrio existente entre los diferentes colegios de farmacéuticos.

Este equilibrio implica que las reglas de juego sean iguales para todos los colegios, desde el de Madrid (11.269 colegiados), Barcelona (8.315) o Valencia (3.910), hasta los de Ceuta (74), Melilla (80), o Soria (156). Y cuando decimos las mismas reglas de juego no queremos decir que todos los colegios ofrezcan los mismos servicios a los colegiados, sino que el marco general de actuación es el mismo para todos.

Si se derriba esa 'barrera' y cada colegiado puede ejercer en cualquier provincia, independientemente de donde esta colegiado, ¿hay alguna necesidad para que existan los colegios provinciales? Porque la pregunta debería ser esa, y si la pregunta es esa estamos hablando de otro debate.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



Santos Yubero retrata a dos actrices en 1934

ARCHIVO ABC

PERIODISTAS DE CÁMARA EN MANO

El fotoperiodismo español está a la altura del internacional. Este ensayo reúne sus principales nombres

Román Gubern definió el fotoperiodismo como «un macrogénero icónico, dentro del que se engloban numerosos subgéneros (foto bélica, foto deportiva, foto de moda, etc.), cada uno de ellos con sus requisitos y sus leyes propias». El que se practicó en España en el primer tercio del siglo XX es apasionante y no tan estudiado como debiera.

Nuestro país cuenta con una gran cantidad de fotógrafos que están esperando ser descubiertos y que poseen un talento que nada tiene que envidiar al de los grandes del fotoperiodismo internacional, mucho más conocidos.

«Periódico de monos»

En la década de los treinta del siglo XX la información gráfica se convirtió en un elemento imprescindible del periodismo español. Aquellos que tildaban a ABC de «periódico de monos» por la abundancia de fotografías publicadas fueron corregidos por la implacable realidad. La genialidad

de Torcuato Luca de Tena de convertir la información gráfica en un elemento periodístico autónomo, trascendiendo el papel de mero ilustrador de los textos, fue asumida tanto por las publicaciones de información general como por las especializadas. Junto a ABC y Blanco y Negro, *Ahora*, *Crónica*, *El Día Gráfico*, *Mundo Gráfico*, *Estampa*...

Pequeño formato

Una prensa ilustrada consolidada, que alcanzó su apogeo en la década de los treinta, permitió que la primera generación de fotoperiodistas —Alba, Alfonso (padre), Brangulí, Campúa, Duque, Goñi o Zegrí— conviviera con una nueva, más preocupada por la información gráfica y que, con las nuevas cámaras de pequeño formato (Leica y Contax), hizo un fotoperiodismo mucho más cercano a la incesante actividad social, cultural y política. En ella tenemos a Albergo y Segovia, Alfonso (hijo), Calvache, Centelles, Díaz Casariego, Muro, Serrano o Santos Yubero.

El tradicionalmente desunido colectivo de reporteros gráficos creó, en 1933, la Unión de Informadores Gráficos de Prensa (UIGP), asociación que en sus pocos años de vida jugó un importante papel al conseguir cohesionar a reporteros de todo el espectro político.



TRAS EL OBJETIVO
 Torcuato Luca de Tena hizo de ABC un diario en el que la información gráfica era mucho más que una mera ilustración. Para ello, nuestro diario contó con fotoperiodistas de la talla de Julio Duque (arriba) y Alfonso Sánchez Portela, «Alfonsito» (abajo)



Sirvió de órgano de defensa de sus intereses como profesionales al representarles como colectivo ante las instituciones oficiales, y de foro de debate para replantearse una nueva profesión ya perfectamente consolidada.

La Guerra Civil no sólo fue una tragedia humana desproporcionada, sino que rompió muchos itinerarios en nuestro país. Uno de ellos fue el del fotoperiodismo. Al asesinato de algunos fotógrafos (Campúa, Duque o Goñi en Madrid) se añadió el cierre de numerosos diarios y la desaparición de cientos de miles de fotografías de sus archivos. La censura posterior a la guerra, las depuraciones, la crisis que impedía la publicación de tantas fotos como en los años treinta, supusieron un retroceso en nuestro fotoperiodismo.

Ochenta biografías

Los profesores Sánchez Vigil y Olivera Zaldúa nos sumergen en este apasionante mundo. El primero es un autor imprescindible para conocer la documentación fotográfica en España, además de dinamizador de los estudios sobre fotografía; la segunda posee ya una larga trayectoria en la investigación fotográfica. Nadie mejor para adentrarnos en los vericuetos del fotoperiodismo español.

Tras una primera parte en la que se estudia la prensa ilustrada del primer tercio del siglo XX, los capítulos se centran en los años de la Segunda República y la Guerra Civil. El volumen incluye un anexo biográfico con ochenta pequeñas biografías de fotoperiodistas; una sección muy útil, pues contribuye a poner en valor su obra.

A ello hay que sumar otro anexo, realmente interesante, con artículos de la época sobre el fotoperiodismo. Todo ello convierte esta obra en una fuente de conocimiento imprescindible para los interesados en la fotografía, el periodismo o la Historia de España. Y especialmente para los que lo están en todo ello a la vez.

F. AYALA SORENSSEN

FOTOPERIODISMO Y REPÚBLICA J. M.



SÁNCHEZ VIGIL Y M^a OLIVERA ZALDÚA
 Ensayo
 Cátedra, 2014
 13,99 euros

★★★★★



SEGURETAT

Polícia 2.0: patrullant per les xarxes socials

Creix l'ús de Twitter i Facebook com a eina d'investigació i prevenció

MARC TORO
BARCELONA

El vídeo de l'agressió racista a un jove d'origen asiàtic que es va produir al metro de Barcelona a finals de juny va generar una allau de comentaris a les xarxes socials. I no tan sols això. Poques hores després, diversos usuaris de Twitter van publicar fotografies i detalls personals del suposat agressor i del còmplice que va enregistrar les imatges. Unes dades que, en alguns casos, anaven acompanyades d'una menció al compte dels Mossos d'Esquadra (@mossoscat) i que van facilitar l'arrencada del procés d'investigació. És tan sols un exemple d'un fenomen creixent. Cada cop són més els internautes que utilitzen aquest canal per denunciar delictes o aportar informacions a la policia.

"Les xarxes socials han dinamitzat la gent. La informació arriba molt més", afirma el caporal dels Mossos Joan Brull, responsable del compte de Facebook del cos -creat el febrer del 2011-. "És un canal molt més ràpid i àgil per adreçar-te a la policia", afegeix Mariona Cabestany, periodista i responsable de gestionar el Twitter dels Mossos, operatiu des de l'abril del 2012. La policia catalana rep a través de les xarxes socials tot tipus de denúncies, des d'accidents o infraccions de trànsit fins a l'existència de continguts de pornografia infantil a la xarxa. I en alguna ocasió també ha demanat l'ajuda dels ciutadans per resoldre algun cas. Però res comparat amb les pràctiques habituals del Cos Nacional de Policia (CNP).

La policia espanyola és el cos policial més seguit del món a Twitter (@policia). Els més de 940.000 seguidors del seu perfil superen fins i tot els de l'FBI, i el seu responsable, Carlos Fernández Guerra, potencia les xarxes socials com a canal de col·laboració ciutadana. Fernández assegura que a través de les informacions facilitades per usuaris de Twitter s'ha aconseguit detenir unes 420 persones vinculades al tràfic de droga, localitzar víctimes

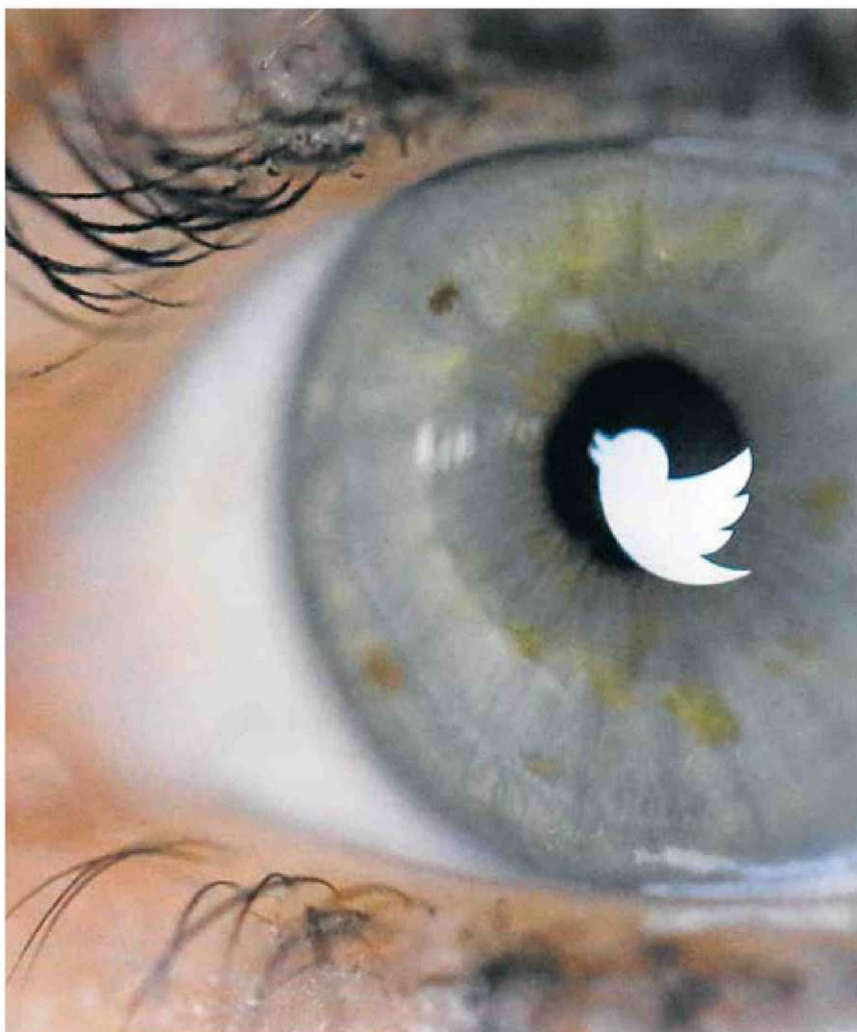
i testimonis d'agressions sexuals o atrapar fugitius en poc menys de 12 hores, entre d'altres. No és estrany, per exemple, veure tuits del CNP que inclouen una fotografia d'un delinqüent acompanyada del hashtag #wanted ("es busca", en anglès).

Brull reconeix el potencial de les xarxes socials per facilitar la tasca de la policia, i fomenta la participació ciutadana, però deixa clar que "no es pot detenir una persona només perquè algú la identifiqui a Twitter", i que cal respectar els temps de les investigacions policials. Hi coincideix el catedràtic de dret penal i director del programa de criminologia de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Josep Maria Tamarit, que admet que "hi ha moltes informacions falses" que cal contrastar. Tot i això, assegura que la col·laboració ciutadana a les xarxes és molt important per perseguir determinats delictes. "Una altra cosa són els inconvenients jurídics de penjar fotografies de persones sospitoses que no han estat condemnades", matisa Tamarit.

Consells de seguretat

Sigui com sigui, la presència dels Mossos a les xarxes socials és, ara per ara, més informativa que operativa. I més enllà de donar a conèixer les operacions completades pel cos, l'objectiu principal és traslladar la tasca dels agents de proximitat a internet. "Interessa fer una escolta activa a les xarxes, saber què interessa i preocupa als ciutadans", diu Brull, que intenta respondre a tots els dubtes dels internautes. Tamarit destaca la importància d'aquest "patrullatge cibernètic": "És important saber què es cou a les xarxes".

Part de les publicacions dels Mossos, i de la policia espanyola, tenen per objectiu desmentir rumors o alarmes socials que circulen a internet, mentre que altres continguts estan enfocats a la prevenció davant estafes o determinades pràctiques delictives. "Ofereim consells de seguretat", explica Cabestany. Segons el catedràtic de la UOC, que la policia difongui informacions de "bones pràctiques" és especialment



Resultats
La Policia Nacional ha fet 400 detencions gràcies a Twitter

Proximitat
Els Mossos busquen fer una "escolta activa" dels ciutadans a la xarxa

útil de cara al col·lectiu jove, el que més utilitza les noves tecnologies. Sobretot de cara a prevenir casos d'assetjament a la xarxa, cada cop més comuns a Catalunya. Els Mossos investiguen actualment 58 denúncies de grooming, ciberassetjament sexual, que afecta un gran nombre de menors d'edat.

Si bé les xarxes socials són un bon altaveu per a la prevenció, perquè

siguin del tot efectives han d'arribar a un gran volum de ciutadans. Lluny de les xifres del CNP, els Mossos tenen 30.300 seguidors a Twitter i 32.500 a Facebook, amb un creixement mensual de 1.000 i 3.500 seguidors de mitjana, respectivament. Arribar a més gent dependrà de l'interès i del format dels continguts publicats, així com del llenguatge utilitzat. És per això que la policia

D'Holanda als EUA: 4 estratègies diferents

L'ús que la policia fa de les xarxes socials és diferent en cada país. Ho explicava la setmana passada el professor de la Utrecht School of Governance Albert Meijer a Esade, en una taula rodona sobre xarxes socials i organitzacions policials. Després d'elaborar diversos estudis sobre el tema, Meijer explica que a Holanda, per exemple, s'utilitza una estratègia descentralitzada. La policia té més de 1.000 perfils de Twitter que gestionen els mateixos agents de proximitat. Els seus seguidors són generalment els veïns dels barris per on patrullen, cosa que els permet tenir més contacte amb la gent i conèixer més les problemà-

tiques locals. És un model semblant al de Toronto (Canadà), on la policia va entrar a les xarxes socials arran de la decisió d'alguns policies de crear perfils individuals per acostar-se als joves. Altres països, va explicar el professor, fan una gestió més centralitzada de les xarxes socials. A Boston, l'ús de Twitter es va potenciar per netejar la mala imatge que la societat tenia de la policia, mentre que a Washington els agents utilitzen les xarxes socials per recopilar informació a la sala de control. Segons Meijer, la idoneïtat d'una estratègia o una altra depèn de les característiques socials i culturals de cada ciutat o país.



Carlos Fernández Guerra

RESPONSABLE DE XARXES SOCIALS DEL COS NACIONAL DE POLICIA (CNP)

“M’enfado quan em deixo portar pel retuit fàcil”

M. T.
BARCELONA

“Sóc un tio provocador”. És la carta de presentació de Carlos Fernández Guerra (Madrid, 40 anys), comunicador i responsable de xarxes socials del Cos Nacional de Policia (CNP). El seu estil informal i polèmic a Twitter (@policia) ha estat clau per convertir la policia espanyola en la més seguida del món en aquesta xarxa social, amb més de 940.000 seguidors. Diu que treballa de vuit del matí a una de la matinada i que enfoca la seva feina al ciutadà com si es tractés d'un client.

Quin és el secret per ser el cos policial més seguit a Twitter?

Orientar-se al que la gent vol o necessita, i superar les seves expectatives amb un contingut sorprenent, impactant. També cal pagar molts peatges d'esforç i treball, i fer renúncies. No sempre podem parlar del que volem, de les operacions policials, cal parlar del que interessa als ciutadans. Això també ha d'anar acompanyat de certs riscos, per exemple amb el llenguatge. Més enllà d'això, és igual tenir mil seguidors o un milió, l'important és la utilitat del que publiquis.

¿Utilitzar l'humor és una bona estratègia per tenir èxit a les xarxes?
El que faig jo no és humor. M'encantaria ser còmic, però no ho sóc. Vull aconseguir l'impacte per conscienciar els ciutadans picant-los l'ullet i buscant el ganxo. És comunicació publicitària aplicada a la prevenció i la conscienciació.

¿I aquest tipus de llenguatge no pot restar credibilitat a la policia?

Alguns es preocupen per això i jo me'n ric. Som més pròxims perquè volem ser més útils, perquè volem aconseguir objectius. No val tot, però sí que val utilitzar determinades paraules perquè t'assabentis de les estafes i dels rumors, i aprenguis a fer un bon ús de la xarxa. I els resultats després parlen, és meravellós.

¿La col·laboració ciutadana a través de les xarxes socials també millora els resultats policials?

Cada cop s'utilitzen més les xarxes socials com a eina d'investigació. Un bon exemple és el d'un noi que va penjar un vídeo en què conduïa per la carretera de manera temerària. En poca estona, 40 suposats amics seus ens van enviar informació sobre ell. Però aquest tipus d'utilitat de les xarxes s'ha de gestionar de manera intel·ligent. No podem estar cada dia buscant gent. Si anunciem la recerca d'un delinqüent un cop al

mes la població veurà que és important, i més si aviseu que és perillós.

Per què la policia no segueix cap perfil a Twitter?

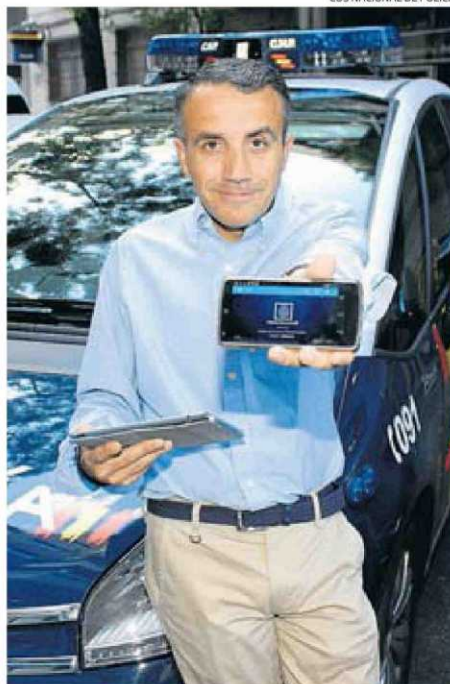
La pregunta és a qui no seguiria la Policia Nacional. ¿Tu saps la quantitat de gent amb qui parlo cada dia? El ministeri de l'Interior segueix 3.000 perfils i encara no sé per què. Jo sempre dic que no seguim a ningú però atensem a tothom. Rebem unes 2.500 mencions al dia.

Ha fet alguns tuits que han generat molta polèmica. ¿Considera que alguna vegada s'ha equivocat?

I tant! M'equivoco cada dia. El meu pitjor error és quan no tuitejo alguna cosa que hauria d'haver tuitejat. I després m'enfado quan m'arrisco massa, quan em deixo portar pel sensacionalisme o el retuit fàcil. Hi ha errades que em deixen tres dies sense dormir, però al cap d'un temps queden en l'anècdota, que és el que són. Escolta, que tampoc he matat Kennedy!

Una vegada va explicar com amagar cànnabis per passar fronteres. Va ser una càrrega tremenda, sobretot perquè no em vaig expressar amb intel·ligència. Jo puc fallar en seguretat, en dret o en tecnologia, però no a utilitzar el llenguatge per dir el que he de dir. Si jugues amb foc hi has de jugar bé. Si no, et cremaràs.

COS NACIONAL DE POLICIA



PRESENCIA 'ONLINE'
La xarxa esdevé un escenari ideal per prevenir determinats delictes. FABRIZIO BENSCH / REUTERS

espanyola utilitza paraules molt col·loquials, un llenguatge molt “cool” –explica Fernández–, que ha generat tant èxit com polèmiques a les xarxes socials. “Nosaltres optem per un llenguatge proper, però més neutre”, apunta Cabestany. “No som col·legues del ciutadà”, afegeix Brull. Tamarit considera que un llenguatge informal pot ser positiu sempre que no traspassin uns límits: “La policia no pot perdre el caràcter d'institució oficial, la seva imatge i respecte”.

Tenir “veu pròpia”

Tot i la voluntat d'oferir una sensació de proximitat, el desallotjament de Can Vies o els casos d'Ester Quintana i de l'empresari Juan Andrés Benítez han deteriorat la imatge dels Mossos. “Hem rebut molt mala premsa a Twitter”, confirma la periodista. Precisament, un dels objectius de la presència del cos a les xarxes socials és “tenir veu pròpia”. “Tenim l'oportunitat de defensar la nostra versió dels fets sobre determinats temes”, diu Brull. Un objectiu que, de mica en mica, esperen que doni fruits i ajudi a recuperar la reputació perduda. “De moment, per cada tres ciutadans que ens critiquen, un ens agraeix la nostra feina”, conclou Cabestany.

L'activitat a la xarxa

MOSSOS D'ESQUADRA

TWITTER (@MOSSOSCAT)

“Si reps correu Agència Tributària que informa d'error i demana clicar en 1 enllaç, no ho facis! #phishing”

“#Vacances No deixis senyals visibles que ets fora i demana a conegut que et reculli el correu”

“Tu també fas seguretat! #Mossos detenen 2 homes per un robatori amb força en un domicili de #Sarral, gràcies a la col·laboració ciutadana”

FACEBOOK (MOSSOSCAT)

“ALERTA Si t'ofereixen inserir publicitat en revistes, policials o d'altres, assegura't abans que la publicació existeix i evita l'#ESTAFÀ

“No et despistis. Amb un moment en tenen prou... mòbil, cartera, bosses de mà... i gent. A les rebaines VIGILA BE les teves coses. I si ens necessites no dubtis que estem al teu servei”

“Si sents que la teva parella et controla, t'aïlla, t'intimida i/o t'agredix estàs patint violència i, per tant, estàs en situació de risc. Per sortir-ne necessites ajuda i demanar-la no et compromet a res, pensa-hi!”

COS NACIONAL DE POLICIA

TWITTER (@POLICIA)

“#Feria El teu vestit de flamenca (maquíssima!), els complements a joc (diviins!)... Però et deixes el mòbil i/o bossa a les cadires i emprovadors #FAIL”

“Si et tempta jugar a #Breaking Bad, has de saber que acabaràs a l'escenari de #PrisonBreak. En la vida real, jugar amb drogues acaba MOLT MALAMENT”

“#WANTED Fem fora els conductors criminals de la circulació (carretera)”

FACEBOOK (POLICIANACIONAL)

“Et trobes un accident de trànsit. Què cal fer? PAS (Protegir, Avisar i Socórrer). NO AJUDAR ÉS MISERABLE... I DELICTE”

“És divendres i molts sortireu de viatge; no et descuidis carregador, documentació... tancar bé portes i finestres. Vés amb compte a la carretera, esclat! #Micasaasalvo”

“Si has vist algun camell (i no els de la Cavalcada d'ahir), explica'ns-ho a antidroga@policia.es”



CRÍTICA PREMSA



ANTONI
MARIA
PIQUÉ

@AMPIQUE

La realitat no és de franc, és de pagament

El pagament pels continguts s'imposarà. És veritat que als consumidors, als usuaris, a la gent, no ens entusiasma pagar res. A més, les experiències de pagament en línia no han estat d'allò més reeixides: uns quants diaris que ho van provar abans del 2008 es van fer enrere perquè no aconseguien prou subscriptors. Fins ara, tot ha conspirat en contra del pagament per continguts, començant pels gurus digitals, que encara sostenen que a la xarxa tot ha de ser obert, lliure i de franc. Avui, però, hi ha un factor que ho capgirarà tot: el caràcter mòbil en l'ús d'internet combinat amb la popularitat de les xarxes socials. Vull dir que els continguts, si volen ser consumits i cobrats, hauran d'anar a buscar la gent per aquestes dues vies combinades: xarxes socials, dispositius mòbils. Avui són el telèfon i la tauleta, demà les ulleres i el rellotge i demà passat ves qui ho sap. Una data, només una: a l'entorn del 70%-80% dels usuaris de Twitter del Regne Unit i un 85% dels usuaris dels EUA ho són via dispositius mòbils.

És fonamental, doncs, que comprar en aquest entorn veloç, personal i tempestiu sigui un procés agradable. L'experiència de la transacció ho serà tot. Pensi en les targetes del transport públic. Hem d'anar a comprar-les, les hem de protegir a la cartera, treure-les, picar-les... Buf! Alegri's, però: aviat podrem pagar acostant el telèfon a algun terminal del vehicle o ens cobraran automàticament només pel fet d'entrar al bus. El repte és acabar de guanyar-se la confiança de la gent, que és el gran què quan parlem de pagament en línia. No tindrem problema si se'ns ofereixen experiències clares, breus i directes. La clau és *cap fricció*: que el contacte entre l'usuari i el proveïdor sigui senzill, poc intrusiu, amable. Als mèdia ens obsessionem a demanar tot de dades a l'usuari, fer-lo treballar perquè ens assegurí que és ell, exigir-li una comprovació i una altra. Si sembla que no volem que ens pagui! Fem-ho fàcil i la gent pagarà. —



Madrid recibe al maestro del fotoperiodismo

CINCO DÍAS *Madrid*

La Fundación Mapfre acoge hasta el 8 de septiembre una muestra sobre la obra de Henri Cartier-Bresson, miembro fundador de la Agencia Magnum, la primera organización de fotoperiodistas.

La retrospectiva contiene más de 500 fotografías, dibujos, cuadros, películas y documentos del artista. Recoge los inicios de la obra del autor en la década de 1920, y abarca etapas de su biografía como la creación de la agencia Magnum en 1947, junto con Robert Capa, David Seymour, George Rodger y William Vandivert. Concluye en la década de 1970, época en la que el autor se retira de la profesión. La entrada es gratuita.

Más información:

www.exposicionesmapfrearte.com



«Canal Ajuntament» dóna servei a trenta municipis en el seu segon any de vida

GIRONA | ACN

■ El web de serveis periodístics als ajuntaments «Canalajuntament.cat» celebra aquest juliol el segon aniversari. El projecte es va gestar el 2011 en el marc de la primera edició del postgrau en Producció periodística multimèdia de la Universitat Oberta de Catalunya i l'Agència Catalana de Notícies. Concretament, va ser el treball final de Post Grau del llagosterenc Marc Sureda. Després d'una fase pilot d'un any, «Canal Ajuntament» supera els 3.500 usuaris registrats, la majoria alcaldes, regidors, tècnics municipals i periodistes, que reben cada setmana un butlletí per correu electrònic amb totes les notícies i notes de premsa relacionades amb els ajuntaments de Catalunya. El web té 2.500 visites diàries i 5.000 seguidors a Twitter.

En aquests dos anys s'han publicat 5.300 notes de premsa i unes 5.000 notícies relacionades amb l'actualitat municipal dels ajuntaments catalans. L'objectiu principal de «Canal Ajuntament» és fer visibles les actuacions dels 947 municipis de Catalunya i convertir-se en un punt de trobada per a l'intercanvi d'experiències entre els responsables polítics i els tècnics municipals.

De moment compta amb 3.500 usuaris registrats, la majoria polítics municipals que reben butlletins

El portal compta amb una factoria de notes de premsa per redactar-ne a baix cost per municipis petits

De moment hi ha una trentena de municipis subscrits i el canal ofereix serveis com ara la publicació íntegra de les notes de premsa i la seva dinamització a les xarxes socials i la redacció de notes de premsa per a municipis petits. Precisament una de les novetats que incorpora el web és el que els seus responsables anomenen Factoria de Notes de premsa. Es tracta d'un servei de redacció de notes de premsa de baix cost a través d'un qüestionari en línia a disposició dels ajuntaments de menys de 5.000 habitants.

El portal també incorpora un Mapa 2.0 dels ajuntaments de Catalunya que permet consultar els comptes oficials de Twitter i Facebook dels consistoris. Els responsables del projecte treballen per actualitzar el mapa a curt termini amb els comptes d'altres xarxes socials com Youtube, Instagram o



El CAC avala un programa de TV3 sobre el 9-N que no contó que es ilegal

Tres consejeros discrepan y denuncian que promocionaba la independencia

C. ÁLVAREZ / Barcelona

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) avaló ayer el pluralismo informativo del programa de TV3 y del 3/24 sobre la fecha y la pregunta de la consulta del 9 de noviembre gracias al voto de calidad de su presidente, ya que sus consejeros se mostraron divididos ante el fallo y los tres críticos plantearon incluso votos particulares ante la falta de contexto y explicaciones sobre la legalidad del referéndum.

El CAC entiende, según el dictamen aprobado *in extremis*, que el programa especial emitido el 12 de diciembre fue «plural» y que la conductora Ariadna Oltra «no ofreció ningún posicionamiento político».

El CAC se posiciona en estos términos después que el 17 de enero se presentara una queja por considerar que en el citado programa «había falta de pluralismo político y de honestidad informativa» porque la presencia de voces discordantes con la consulta fue mínima.

El acuerdo se aprobó el 7 de julio con tres votos a favor y tres en contra (de las consejeras propuestas por el PSC Elisenda Malaré y Carme Figueras, y por el PP Daniel Sirera), por lo que fue necesario el voto de calidad del presidente, el



Roger Loppacher. / JORDI SOTERAS

nacionalista Roger Loppacher, para lograr el desempate.

Los votos particulares de los consejeros discrepantes son contundentes. Carme Figueras recuerda a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals que es necesario «extremar el cuidado en el cumplimiento de las misiones de servicio público en los programas informativos y especialmente cuando se

tratan contenidos de relevancia en el debate político y social». Por su parte, la consejera Elisenda Malaré denuncia el tono «entusiasta» de la presentadora y la falta de contexto esencial, porque «no se explica que no hay una ley que lo ampare» no el valor que tendrá el resultado de la consulta si se celebra. En cuanto al vídeo final del programa, Malaré sostiene que «sólo pretende generar emociones».

Finalmente, el consejero Daniel Sirera insiste en el apartado final del programa, que califica de «videoclip de promoción de la independencia», y abunda en la falta de explicaciones respecto a que ni el Govern tiene competencias para celebrar la consulta ni el Parlament dispone de una mayoría en ese sentido. Sirera también echa a faltar alguna entrevista a miembros de la sociedad civil que están en contra del referéndum.

El pleno de este organismo constató en su informe final, sin embargo, «la presencia de pluralismo y de honestidad informativa» y desestimó la queja, según hizo público ayer en un comunicado y recogió Europa Press.

En esta queja también se criticaba el montaje y la estética del programa, ya que se consideraba que

presentaban «un sesgo favorable a la consulta, al derecho a decidir y a la independencia» y se incidía en la falta de honestidad informativa.

Analizados los contenidos, el CAC concluye que en formatos diferentes, como insertos, entrevistas y debates, «el programa dio voz a personas de instituciones, de fuerzas políticas y de sensibilidades distintas respecto de la convocatoria de una consulta». A la vez, el consejo del audiovisual catalán defiende que las imágenes que se utilizaron para ilustrar el programa fueran de «contenido diverso».

En el acuerdo, se indica que la presencia en estas imágenes de «símbolos explícitos favorables a la independencia de Cataluña fueron una minoría en los debates, donde aparecieron participantes de sensibilidades diferentes, y una mayoría en la entrevista a las presidentas de la Asamblea Nacional Catalana y de Òmnium».

Sin embargo, el acuerdo del CAC contiene un segundo punto, sobre el vídeo final que cierra el especial, con una duración de tres minutos y nueve segundos, que «se hibrida con técnicas que no parecen del todo propias del lenguaje informativo utilizado en el conjunto del programa, que dura dos horas».



EDITORIAL OTRA REVOLUCIÓN DE BEZOS

AMAZON LANZA EL SPOTIFY DE LOS LIBROS

Ofrece un servicio de tarifa plana para leer en 'streaming' 600.000 libros: Kindle Unlimited

MATÍAS NÉSPOLO / Barcelona

Los rumores saltaron hace unos días, cuando se detectó una página de prueba en la web de la empresa, luego retirada, que ofrecía un nuevo servicio. O no tan nuevo, porque desde hace mucho tiempo que se especula en el ciberespacio y en los despachos de las grandes compañías con una suerte de tarifa plana para la lectura de *ebook* en *streaming* a la manera en que lo hace Spotify con la música o Netflix con series, películas y programas de televisión.

Ahora ya es un hecho porque Amazon, gigante global de los libros en papel y electrónicos –y no sólo, se dispone también a colonizar el millonario negocio de los supermercados con Amazon Fresh–, ya dispone del servicio de tarifa plana para lectura sin límites, presumiblemente en fase beta o de prueba.

Se llama Kindle Unlimited, según aparece en la página madre de la compañía de Jeff Bezos, y consiste en un acceso ilimitado, por 9,99 dólares al mes, a un fondo de millares de audiolibros y 600.000 títulos electrónicos, entre los que ya figuran en inglés libros muy populares como *La vida de Pi*, de Yann Martel, *Guns* de Stephen King, *Los juegos del ham-*

bre de Suzanne Collins o *El Señor de los anillos* de Tolkien, entre otros.

De momento, un breve vídeo promocional de menos de un minuto invita a los cibernautas a suscribirse bajo la consigna *Freedom to explore* con la promesa de ese fondo de 600.000 títulos «en cualquier dispositivo» y sin límites. Pero aún la compañía no ha emitido ningún comunicado oficial; y poco más se sabe de este nuevo servicio *online*. Como también se desconoce en qué momento estará disponible este servicio en España, a través de *Amazon.es* que desembarcó con gran expectación –y temores añadidos de la industria editorial– a finales de 2011. Y todos los esfuerzos de este medio por contactar a los responsables de la compañía de Jeff Bezos en España hasta ahora han sido inútiles.

Pero quienes sí tienen algo que decir son los editores, a través del editor de Edhasa Daniel Fernández, presidente del Gremio en Cataluña, que no ven la noticia con buenos ojos. «Es un avance del oligopolio de Amazon que aspira a monopolio», fustiga Fernández, porque ese «viejo proyecto de Amazon que está dispuesto a todo y evidentemente a cualquier fórmula de negocio que se pueda desarrollar», a pesar de ser «una buena idea», reconoce el editor, «choca con el res-

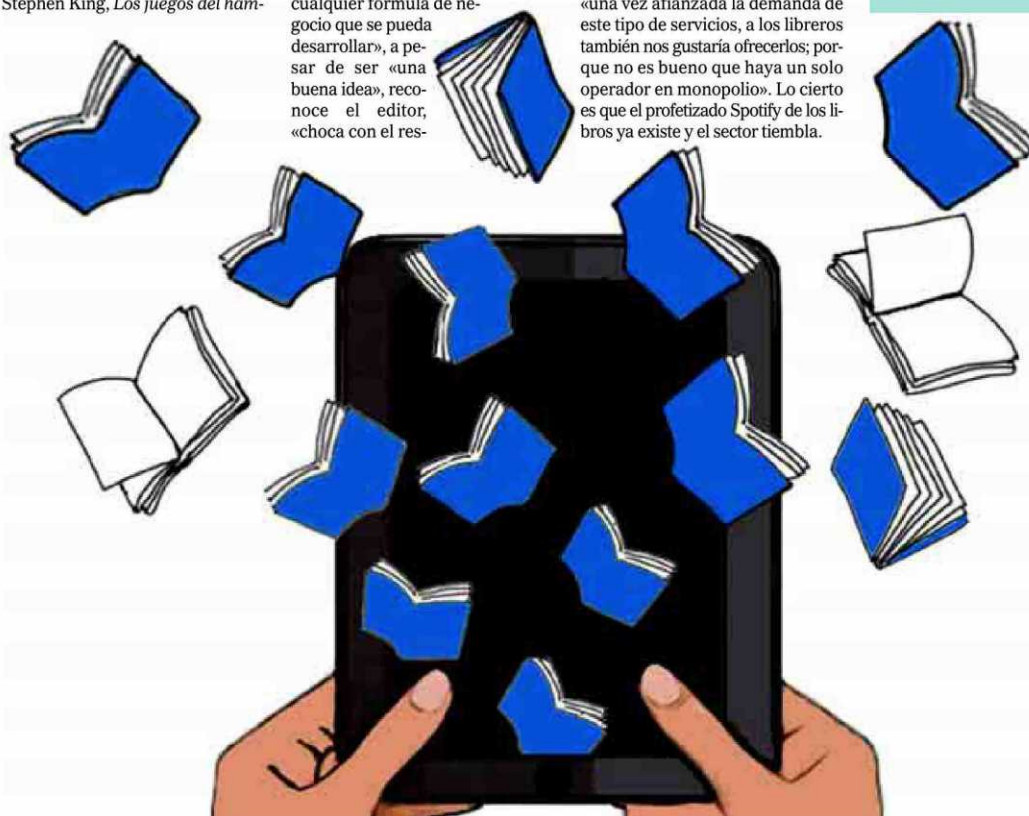
peto a los derechos de autor en primer lugar y a los de editor en segundo término». Porque el gigante considera a los libros de autores muertos desde hace más de 50 años «obras huérfanas y un territorio disponible, sin reconocer los derechos del editor por su trabajo», denuncia Fernández.

«¿Qué parte de ese fondo de 600.000 títulos están libres de derechos y cómo va a repartir los royalties?», se pregunta el editor. «Se trata de una empresa ultrasecretista y nada transparente; y nos dicen que hay soluciones tecnológicas para todo, pero no las acaban de enseñar», añade. Y en definitiva, la lectura de Fernández de la noticia es preocupante. «A Amazon le sobran drones y le faltan libreros; le sobra tecnología y le falla la ideología, porque el fin último de un negocio cultural no puede ser sólo comercial», advierte.

Un tanto más cautelosos, pero no menos preocupados, se muestran los libreros, a través de Antoni Daura, presidente del Gremio catalán y vicepresidente de la Confederación Española de Gremios y Asociaciones. «Es una noticia esperada, porque hace unos años, por supuesto con un catálogo mucho menor; Telefónica y Círculo de Lectores llegó a un acuerdo para desarrollar una experiencia similar que no acabó de cuajar», recuerda Daura. Asegura que los libreros están a «la expectativa» y siguen de cerca este tipo de servicios, pero duda de que lleguen a estas costas a corto plazo. «Se trata de un modelo que aún no está maduro en España y que no es todavía del todo viable económica ni tecnológicamente», sopesa. Pero eso no quita que «el gigante Amazon se lo pueda permitir», reconoce. Y de paso confiesa que «una vez afianzada la demanda de este tipo de servicios, a los libreros también nos gustaría ofrecerlos; porque no es bueno que haya un solo operador en monopolio». Lo cierto es que el profetizado Spotify de los libros ya existe y el sector tiembla.

A LARGO PLAZO

«A los distribuidores nos afectará en la medida en que afecte a los editores, pero eso no será, en España, a corto plazo», sopesa Francisco Martínez, principal accionista de UDL y presidente de la confederación de distribuidores (CEGAL). «Además, chocaría con la ley de precio fijo, por la que Amazon ya tiene algunas causas abiertas», añade Martínez.



LUIS PAREJO



El impuesto del ADSL que impulsa la Generalitat lo pagará el consumidor

J. Á. MONTAÑÉS, Barcelona

"El impuesto es injusto, inadecuado y una ocurrencia". José Manuel de Riva, presidente de la Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales (Ametic), aseguró ayer que la nueva tasa a los proveedores de Internet que quiere aplicar la Generalitat para financiar el sector audiovisual catalán, acabará repercutiendo en el consumidor. "Es una falacia decir que no le afectará, porque es el que paga el servicio. Somos empresas y nadie puede controlar nuestra cuenta de resultados co-

mo nosotros no podemos controlar los presupuestos de la Generalitat", aseguró de Riva. Después de varios comunicados los responsables de Ametic viajaron a Barcelona para explicar su postura y la nueva medida fiscal.

Si el proceso continúa tal y como está previsto, tras aprobar en marzo el anteproyecto de ley y debatirse en el Parlament este mes, entrará en vigor en octubre. A partir de entonces se recaudarán 20,5 millones de euros al año (a razón de 0,25 céntimos de euros al mes por conexión a Internet contratada). Una cifra que de Riva considera "baja".

Tras describir la situación co-

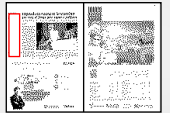
mo de "angustia" y de "honda preocupación", el responsable de Ametic aseguró que la medida no les beneficiará en absoluto, tal y como se ha explicado desde el Gobierno de la Generalitat. "Nosotros no somos proveedores de contenidos tal y como dicen, solo los transportamos". Ante la gravedad del asunto han pedido reunirse con el presidente de la Generalitat Artur Mas "que siempre ha mostrado un especial interés por el sector, por lo que nos extraña que apoye una medida de este tipo". También quieren hacerlo con el consejero de Cultura Ferran Mascarell, impulsor de la tasa tras proponerla los productores audiovisuales de PROA. "Sabemos que ha habido reuniones con alguna operadora, no para negociar, solo para informar, pero no con Ametic", aclaró de Riva.

Tras aprobarse, Ametic emprenderá acciones legales, en instancias españolas y europeas. De hecho, la patronal tiene recurridas otras medidas similares como la aportación para financiar RTVE vigente desde 2009 (0,9% de los ingresos brutos de explotación por servicios de telecomunicaciones y un 1,5% de los ingresos por servicios audiovisuales).

Según Ametic, Cataluña cuenta con más de 600 empresas asociadas que son claves para el sec-

tor. La directora del área de Operadoras de la patronal, Amalia Pelegrín, remarcó la alta carga impositiva que soporta el sector en un contexto marcado por la caída continuada de los ingresos y la reducción sistemática de los precios. Un total del 3,4% del importe de la cifra de negocios, porcentaje superior a países como Reino Unido (0,7%) o Alemania (0,4%).

Para Ametic "es un despropósito exigir un nuevo esfuerzo impositivo a un sector que hace frente a una fuerte presión fiscal con multitud de impuestos procedentes de distintas administraciones y organismos". Según explicaron, en 2013 disminuyó un 9% el número de líneas contratadas. Un millón menos; 800.000 de las cuales fueron de teléfono móvil y el resto fijos. "Una tendencia que continúa, aunque menos, ya que este año el descenso ha sido de un 3,5%", aseguró Pelegrín.



El exetarra Urrusolo, sin permisos por hablar en la SER

EL PAÍS, Madrid

El Juzgado Central de Vigilancia Penitenciaria suspendió ayer los permisos que había concedido al exmiembro de ETA Joseba Urrusolo Sistiaga, tras una entrevista que este concedió a la cadena SER.

Urrusolo, uno de los reclusos de la *vía Nanclares*, fue entrevistado el pasado día 13 en el programa *A vivir que son dos días*. Tras ello, la cárcel de Zaballa (Álava), en la que cumple condena, le abrió un expediente por no pedir autorización y, además, porque tiene expresamente vetado hacer manifestaciones para "enaltecer o justificar la violencia".

El juez José Luis Castro ha anulado todos los permisos al exterrorista. Según fuentes del juzgado, citadas por la SER, esto es automático siempre que el penal incoa un expediente.

En la entrevista, Urrusolo no enalteció la violencia, sino que dijo: "Lo que se hizo con Lasa y Zabala fue una barbaridad, pero somos incapaces de asumir que el asesinato de Miguel Ángel Blanco [concejal del PP] también lo fue".

**Josep Martí Blanch** Secretari de Comunicació del govern de la Generalitat

“La gent ha de poder passar comptes amb el govern”

CORRUPCIÓ • “La transparència té un efecte de prevenció quan algú es planteja coses que no s’hauria de plantejar”
CANVIS • “Tothom ha agafat consciència dels seus drets, s’ha tornat més exigent, i des de les administracions s’ha de viure en positiu”
MÚLTIPLEX • “És una decisió política revestida d’arguments tècnics. Trobarem la manera de mantenir l’oferta”

Odei A.-Etxearte
BARCELONA

El govern acaba de rebre la màxima puntuació de l’índex autònom que elabora Transparència Internacional després de la posada en marxa del portal de la transparència. Josep Martí remarca que el bon govern i la fi de l’opacitat són objectius transversals de l’executiu d’Artur Mas.

La transparència serveix per prevenir casos de corrupció?

Dóna eines a la gent perquè passi comptes a diari amb el seu govern. Això ha de formar part de l’ADN de qualsevol organització política i institucional. El govern existeix perquè la gent li delega una confiança. Per tant, hi ha de poder passar comptes a diari. Sense informació, no ho pot fer. En la mesura en què en la manera de funcionar i les decisions que es prenen hi poses llum, i obres les portes i les finestres i tothom hi pot posar el cap per mirar, això té un efecte de prevenció quan algú es planteja coses que no s’hauria de plantejar.

La transparència i les bones pràctiques han d’estar en els fonaments del nou estat, si la majoria vota la independència?

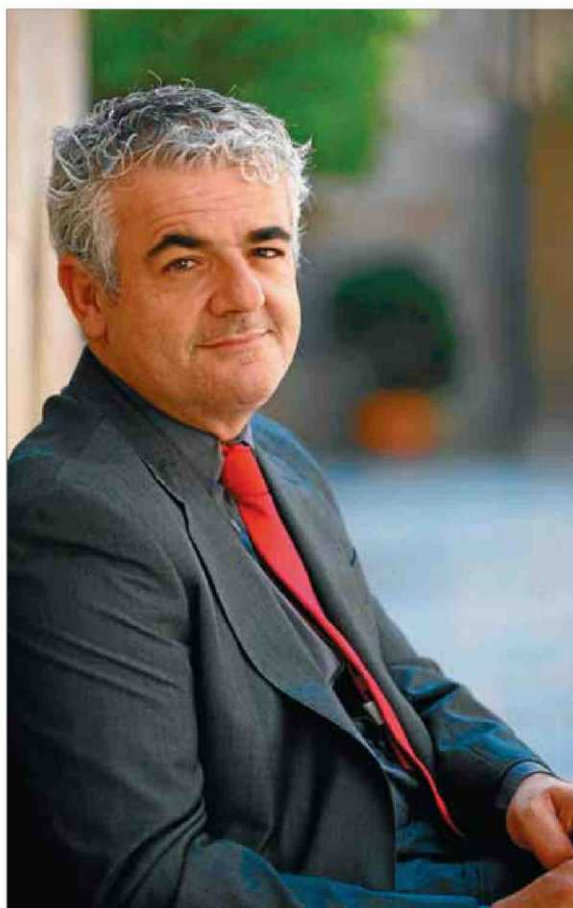
Al marge de quin sigui el futur que la gent triï per al país, els governants i les institucions catalanes s’han de regir pels principis de bon govern: atrevir-se a actuar des de la convicció que la relació entre els governs i els ciutadans és entre adults responsables i que, per tant, s’ha de partir d’aquest respecte. Tothom ha agafat consciència dels seus drets, s’ha tornat més exigent, i des de les administracions s’ha de viure en positiu.

Es crea la falsa imatge que els ciutadans i els governs no tenen res a veure. Nosaltres també formem part de la ciutadania. La condició de ciutadà no la perds: és el que et queda, del govern se n’acaba marxant.

Els partits i les institucions s’han mogut a remolc de les exigències socials i del desgast pels casos de corrupció.

Sí, i això té la seva importància. Però si a les polítiques de transparència i bon govern un hi va només perquè està de moda i no hi va amb convicció, a la llarga l’efecte seria el contrari, perquè situaria les coses únicament en el discurs. Un dels problemes que ha tingut la política en els últims anys és cada vegada hi ha una distància més gran entre els discursos i les realitats. Es tracta d’acompanyar la realitat amb el discurs. El portal incorpora mesures que no són vistes gairebé enlloc. Quan cessa un alt càrrec, es pot consultar la seva variació patrimonial. Això és un salt qualitatiu molt important. No només és pública la retribució pel lloc que ocupa, sinó també si formes part d’algun consell d’administració o òrgan públic amb retribució. Tots els càrrecs hem signat un codi ètic i la feina de supervisió de la contractació pública és cabdal. El redactat de la llei de la transparència, que s’està tramitant, és molt més ambiciós que el que es va aprovar a les Corts espanyoles fa uns mesos. Tothom en pot parlar, però, en aquest govern, més enllà de l’exigència externa hi ha també una exigència interna.

També es debat al Parlament la llei de transparència i sostenibilitat del sector de la comunicació, que s’obre a instaurar la dedicació parcial i no remunera-

**Josep Martí** al Palau de la Generalitat ■ ELISABETH MAGRE

rada de la majoria dels membres del CAC i del consell de govern de la CCMA. Hauria de ser així? Els haurien de formar més professionals del sector i menys polítics, als quals s’atribueix una funció de control?

El mateix conseller Homs va dir en seu parlamentària que entenguessin aquest articulat com una invitació a fer un debat obert i franc. El que quedí, mi-

rem de defensar-ho, i no fem política a la curta, merament tàctica. En ponència conjunta s’està fent. Moltes vegades es fa un discurs al voltant de la gestió dels mitjans i del CAC com si qui forçosament s’hagués d’asseure en un òrgan de governança fos un periodista o un professional de la comunicació. No hi ha cap motiu perquè sigui així. En el CAC sí que hi ha d’haver un co-

neixement específic, i els perfils han de tenir un punt de flexibilitat, que pot arribar des de diferents àmbits del coneixement i de l’experiència professional.

El ministeri diu que amb el tancament del múltiplex no s’ha d’eliminar cap canal. Continuen encallades, les negociacions?

La reunió que vam tenir amb el secretari d’estat de Telecomunicacions, el senyor Calvo-Sotelo, fet i fet hauria pogut durar un minut. Tenim arguments tècnics per no haver de perdre el MUX, que en permeten la reubicació. No va voler reconsiderar la posició, va dir que era una decisió presa i que continuaríem sent una comunitat privilegiada perquè la resta en tindrien un. Això posa la negociació en un camp de molta dificultat. Anticipo que la decisió final del ministeri serà que no ens reassignaran el MUX de TV3 que està en la banda de freqüència que ha de quedar alliberada. Si això passa, tenim al cap diferents solucions per mantenir la competitivitat de la televisió feta en la llengua del país, que està en una situació de franca minoria. No podem perdre l’alta definició ni la reciprocitat amb la resta de territoris de parla catalana. És una decisió política revestida d’arguments tècnics. Per difícil que ens ho posin, trobarem la manera de mantenir l’oferta.

Algú es pot preguntar per què es volen tants múltiplex si, per exemple, la F-1 fa ajornar els teletextos el cap de setmana...

Qui vol trobar arguments sempre n’acaba trobant. S’ha de mirar TV3 des d’una òptica de normalitat del país respecte a l’oferta televisiva en la llengua pròpia. L’oferta pública de televisió de la CCMA està obligada a fer tots els papers de l’auca. ■



Foto de família de part dels responsables de la programació d'estiu de l'emissora ■ LLIBERT TEIXIDÓ

Relleu de veus a la graella d'estiu de RAC1

■ Catalunya Ràdio manté els magazíns i aposta per substituïts de l'emissora

G.B.
BARCELONA

RAC1 estrena dilluns la temporada d'estiu, en què destaca l'aposta per "donar oportunitat al talent de la casa", tal com subratlla en una nota de premsa l'emissora. Així, per tercer estiu, David Jobé es farà càrrec del magazín líder, *El món a RAC1*, que tindrà de col·laboradors, entre d'altres, la periodista d'El Punt Avui Anna Ballbona. En el relleu de veus a

l'emissora, destaca també Xavi Bundó, que es farà càrrec cada tarda del *Versió RAC1*, mentre que Jordi Armenteras es posarà al capdavant del *Via lliure* els caps de setmana.

Fa una setmana que Catalunya Ràdio també ha endegat la seva oferta estiuenca amb l'aposta pels grans magazíns informatius. Marc Garriga presenta *El matí de Catalunya Ràdio*; Mireia Malloll, el magazín de tarda *8 dies a la setmana*, i Ricard Ustrell, *El suplement*. També es manté la presència dels realitzadors de la programació regular, com Xavier Graset, amb *Líquids*. ■



ABCfoto

ABC abre su impresionante

► Nace ABCfoto, una plataforma desde la que descargar imágenes históricas e inéditas

Quien más quien menos guarda mil o dos mil imágenes en su teléfono móvil, una barbaridad si uno se detiene a pensarlo, pero muy poco comparado con los cuatro millones de fotos que conserva el archivo de ABC. Nuestro periódico lleva más de un siglo retratando la actualidad desde todos sus frentes. La guerra de Cuba, el concierto de los Beatles en Barcelona en 1965, la visita de Chaplin a San Sebastián en 1931, los mítines de Hitler... Todo cuanto ha sido noticia en los últimos 111 años ha pasado por el objetivo de los reporteros de ABC –y anteriormente de Blanco & Negro– y hoy se conserva a buen recaudo en la hemeroteca para uso periodístico, pero también docente, documental, científico e incluso particular.

No son pocas las personas e instituciones que se dirigen a ABC en busca de aquellas fotos que mejor ilustren el libro que preparan, que respalden una investigación, apoyen su tesis doctoral o simplemente hagan feliz a un amigo ilusionado con tal o cual recuerdo. Para facilitar la respuesta a estas frecuentes peticiones y la disposición de los retratos requeridos, ha nacido ABCfoto. Se trata de un portal desde el que acceder al que es, sin letra pequeña, el mayor archivo gráfico de la prensa española.

Durante más de cinco años, el periódico ha digitalizado una amplia selección de sus millones de negativos para hacerlos accesibles a todo el mundo a través de las nuevas tecnologías. Con decenas de miles de imágenes online, la herramienta se abre por fin a los lectores, con la colaboración de Hofmann, marca de referencia en soluciones fotográficas.

Basta entrar en www.abcfoto.es para, con ayuda del buscador avanzado, acceder a las instantáneas deseadas. El usuario puede acotar el rastreo según diversos criterios: ver las fotos, compartirlas, imprimirlas, guardarlas como favoritas e incluso comprarlas. La plataforma calcula al momento el precio en función de la imagen escogida y del uso que se piensa darle: no es lo mismo adquirirla para disfrute particular que para publicarla o mostrarla en televisión. Si está de acuerdo con el pedido, solo tiene que validarlo y descargar la foto en la calidad necesaria para su fin. Estará disponible en su cuenta durante un mes para recuperarla tantas veces como desee.

Entre ahora en www.abcfoto.es y descubra la historia a través de su álbum más valioso, un álbum centenario y que, día a día, incorporará nuevas instantáneas digitalizadas. ABC abre una ventana a la historia y pone su archivo al servicio del conocimiento y la cultura.



Filipinas, 1896. Construcción de un puente sobre el río Abra por la unidad de ingenieros del Ejército español



Cuba, 1896. Soldados españoles posan para el fotógrafo de Blanco & Negro durante la guerra



Tenerife, 1959. Churchill en Canarias



Berlín, 1939. Hitler pasa revista a la legión Cóndor



ABC **foto**

archivo fotográfico al mundo



Francia, 1916. Soldados ingleses en la I Guerra Mundial



Londres, 1943. Eisenhower en su cuartel planeando la ocupación del África francesa



CONOZCA ABCfoto

¿Cómo acceder?

Desde www.abc.es/abcfoto/

¿Qué puede hacer en ABCfoto?

Disfrutar con las galerías de fotos, descubrir las curiosidades que guardan muchas imágenes históricas... O buscar usted mismo los retratos que desee

¿Cómo buscar una foto?

Escriba los términos clave en el buscador. Para afinar más, use las categorías del buscador avanzado. Vea los resultados, guárdelos como favoritos o compártalos y, si lo desea, compre las fotos que elija



Madrid, 1911. Alfonso XIII y la Reina Victoria Eugenia (a la izquierda), en el lago helado de la Casa de Campo



<<

WILLIAM KLEIN
LA VIOLENCIA Y LA INFANCIA

«Uno de los grandes, sin duda. Rompió completamente con la fotografía que se estaba haciendo. Su utilización de los grandes angulares marcó un antes y un después.

Klein [judío nacido en Nueva York, pero asentado en Francia, donde todavía vive a sus 86 años] venía del mundo de la moda, pero revolucionó la fotografía de calle. Esta foto es un claro ejemplo».

[Nueva York, 1955].

LOS MEJORES FOTÓGRAFOS DEL SIGLO XX

(POR RAMÓN MASATS)

«Es que tengo muy mala memoria», intenta escabullirse Masats. Tiene claros los nombres de los fotógrafos, los de los incuestionables, pero elegir una imagen es más difícil. Así que tiramos de iPad para hacer memoria. Y nos sale una improvisada clase magistral.



**JEANLOUP SIEFF
EL GRAN RETRATISTA**

«Hizo unas fotos maravillosas. Supuso un revulsivo en la fotografía de moda y el retrato. ¿No me digas que este de Hitchcock [con Ina Balke] no es bueno? Sus desnudos son también fantásticos. Es un maestro de las formas y cuida mucho la luz y los contrastes».

Francés de origen polaco, Sieff nació en 1923 y murió en 2000.

[Universal Studios, Hollywood, 1963].





© MAGNUM PHOTOS / CONTACTO

^ CARTIER-BRESSON EL MAESTRO DE MAESTROS

«¿Pero cómo voy a elegir una sola foto de Bresson? Todas son buenas. Lo hizo todo bien. Es el gran maestro. Mi referente. Pon esta, que es poco conocida y estupenda, pero elijas la que elijas de él será una gran foto. Voy a pocas exposiciones, pero a la que hay ahora de él en Madrid [en la Fundación Mapfre] voy seguro». Bresson, francés, murió en 2004.

[París, 1973].

>> ROBERT FRANK EL REPORTERO TOTAL

«Representa el reportaje, cuando el reportaje era otra cosa. Este suizo, pero americano de adopción, cambió el fotoperiodismo... con ironía y con honestidad. Ahora, el reportaje está devaluado. ¡Se hacen barbaridades con el Photoshop! Con las modelos que hagan lo que quieran, ¡pero con el reportaje, no!». Frank, de 89 años, vive en Nueva York.

[Reno, Nevada, 1956].





⤴
CRISTINA GARCÍA RODERO
LA MIRADA SOCIAL

«Es una fotografía buenísima. No entiendo que alguien criticase el reportaje que hizo de los entonces Príncipes [se cuestionó que ella, con implicación social, hiciese fotos 'tipo *Hola*']. Me pareció fantástico, un trabajo muy bien hecho. ¡Chapó por Cristina!».

[*Los misterios*, Italia, 2003].

«

ALBERTO GARCÍA ALIX
EL DESCARO COMO OBJETIVO

«De él elegiría una de sus fotos pornográficas, pero, como no se pueden reproducir aquí, me vale esta. En todas me gusta su descaro, algo que también tiene Helmut Newton. El descaro es algo que yo siempre he valorado mucho».

[*Los irreducibles*, 1991].

»

CHEMA MADDOZ
SIMPLEMENTE, EL MEJOR ESPAÑOL

«Para mí, Chema es el mejor fotógrafo de España. Y la suya no tiene nada que ver con mi fotografía. Sus fotos pueden ser conceptuales, pero no necesitan texto. Yo a él no le he oído nunca explicar sus fotos. Esta me encanta. La tengo: se la cambié por una mía».

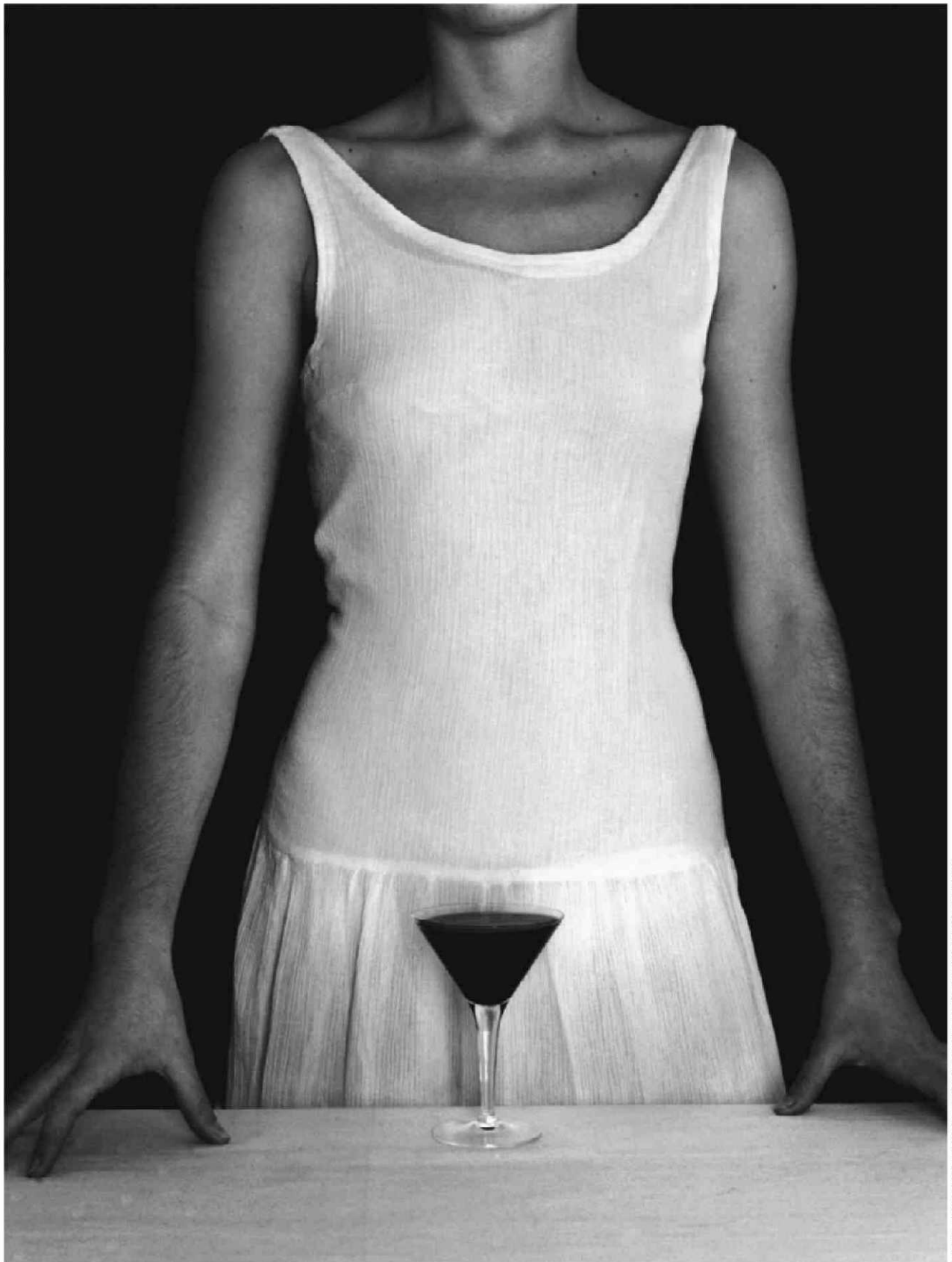
[*Sin título*, 1985].



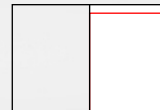
© ALBERTO GARCÍA ALIX, VEGAP, MADRID, 2014. PROCEDENCIA DE LA IMAGEN: BANCO DE IMÁGENES DE VEGAP.



© MAGNUM PHOTOS / CONTACTO



© CHEMA MADDOZ, VEGAP, MADRID, 2014. PROCEDENCIA DE LA IMAGEN: BANCO DE IMÁGENES DE VEGAP



ARA DIUMENGE

20_07_2014 #11



EN EL NOM DE LE PEN

Història del viratge sorprenent de Robert Ménard:
de Reporters Sense Fronteres a alcalde de la mà del Front Nacional

JOEL SAGET_AFP

12 ENTREVISTA
David Harvey: "El neoliberalisme és un projecte de classe per acumular més riquesa i poder, i està ben viu"

20 CIÈNCIA
Els registres de l'Observatori Fabra durant un segle permeten saber que a Barcelona ha pujat la temperatura



02__ARA DIUMENGE__20.07.2014

ROBERT MÉNARD, L'INESPERAT PEÓ DE MARINE LE PEN

El pare de Reporters Sense Fronteres és ara l'alcalde de Besiers amb el suport del Front Nacional

DES QUE VAN CASAR-SE, FA ONZE ANYS, Robert Ménard i la seva dona, Emmanuel Duverger, formen un tàndem inseparable. Molts atribueixen a aquesta jurista de Lilla quinze anys més jove que ell el seu cop de volant ideològic. Junts han creat una revista, una editorial i un portal web. Sota el segell Mordicus, Ménard ha publicat els seus llibres més polèmics. A quatre mans van escriure el sonat assaig *Vive Le Pen! La censure des bien-pensants*, dos llibres que vertebren les idees del nou alcalde de Besiers. L'editorial de la parella també ha publicat el seu *Vive l'Algérie française!* i un altre assaig en què Ménard es pregunta: *Les Français sont-ils antisémites?* Ménard i Duverger tenen una filla, Clara, d'onze anys. El seu naixement va despertar un "reaccionarisme parental contra tots els mals del món: l'homosexualitat, l'islamisme...", opina un vell amic de l'actual alcalde de Besiers.

TEXT__ ANDREA DAZA TAPIA I CARME RIERA SANFELIU

Encara n'hi ha que recorden la veu tremolosa de l'escriptor André Malraux quan les cendres de Jean Moulin van arribar al Panteó de París, el desembre del 1964. El líder de la Resistència contra l'Alemanya nazi és un màrtir nacional i un emblema per a la seva ciutat, Besiers. L'honor d'haver vist créixer l'home que va sacrificar-se pel país és una de les poques satisfaccions que queden a la quarta ciutat més pobre de França. Una inscripció a l'entrada de l'Ajuntament d'aquesta localitat de l'Hérault inspira un home que la llegeix cada dia: Robert Ménard, l'alcalde que vol retornar l'orgull als *biterrois*. Ho farà sense tenir manies amb els aliats: "Je m'en fiche", diu. Li importa "un rave" si ho ha de fer a l'ombra de Marine Le Pen i amb el suport del Front Nacional.

La seva entrada en política va agafar per sorpresa Reporters Sense Fronteres (RSF),

l'organització que va fundar el 1985 i que avui té una xarxa en més de 150 països per defensar la llibertat d'expressió. Dolors Massana, que va presidir-ne la secció espanyola, recorda que, quan Ménard "es va destapar", RSF "va decidir retirar-li el nomenament de president honorífic". Ja havia deixat el càrrec de secretari general l'any 2008. "Va fer una tasca fantàstica -reconeix-. La gent canvia".

Al març Ménard va aconseguir l'alcaldia d'aquesta ciutat endeutada del Llenguadoc-Rosselló arrabassant-la a la dreta de la UMP. Els lepenistes van anotar Besiers entre els onze ajuntaments conquerits a les urnes, però Ménard subratlla que no milita enlloc. "Als partits no els interessa França ni els francesos", diu des del seu despatx l'home que assegura que passa de mítings. No va assistir a l'acte central a París de Marine Le Pen per a les europees, però estava disposat a rebre-

la a l'Ajuntament, com faria "amb qualsevol representant d'un partit; veu la diferència?"

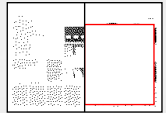
La seva és una història minada d'interrogants que es redueixen a una pregunta: què porta un home de passat trotskista i joventut revolucionària a situar-se sota el paraigua de l'extrema dreta? Com és que aquest hiperactiu que va dedicar 23 anys de la seva vida a recórrer mig món per salvar periodistes perseguits ha acabat convertint-se en un animal catòlic que es passeja per les televisions defensant la pena de mort i altres idees que flirtegen amb les passions més baixes del Front Nacional? En pocs anys ha passat de pujar a un dels campanars de Notre-Dame per desplegar una bandera contra els Jocs Olímpics de Pequín a publicar el pamflet *Vive Le Pen!* (Mordicus, 2012).

El llibre no va ser més que l'enèsima provocació. "A França pots dir «Visca Stalin» o

«Visca Mao», però no pots dir «Visca Le Pen» -apunta l'alcalde-. És un llibre sobre com els mitjans s'escandalitzen per aquestes coses", concreta. "És la defensa sistemàtica de la llibertat d'expressió el que l'ha acostat a l'extrema dreta", recorda el periodista Jacques Molénat, un dels quatre membres fundadors de l'organització, que es va quedar enrere, a Montpeller, després que Ménard decidís fer el gran salt endavant i conquerir París. Ell, que era un *pied-noir* desconegut per l'elit periodística de la capital, va aconseguir amb poc temps plantar l'oficina de RSF en un dels bars més exclusius de la ciutat francesa.

A la terrassa de l'arxiconegut Café Floré, Jean-Michel Boissier, fundador del *Courrier International* i actual tresorer de RSF, fulleja l'àlbum que l'organització publica cada any en col·laboració amb prestigiosos fotoperiodistes. "Va ser idea seva llançar aquest llibre per





FRANCK FIFE... AFP

recaptar fons", explica. Boissier li atribueix el mèrit d'haver convertit RSF en un emblema internacional, però apunta que va fer-ho al seu estil: "Autocràticament". "Feia falta trobar diners i en això és molt eficaç, és terriblement entabanador". Amb aquest caràcter i un objectiu noble, no va costar-li gaire. Però tot té un preu.

Sota el seu regne, l'organització no denunciava les pressions dels periodistes a França. Havia anat a buscar diners a L'Oréal, a Sanofi, a Areva i a altres imperis econòmics francesos. Joana Viusà, que va dirigir la branca catalana de RSF, s'indigna en parlar-ne. "Ho defensava amb un cinisme...", diu mentre recorda el cas més sonat: Edwy Plenel, que ara dirigeix el portal Mediapart i que va ser cap de redacció de *Le Monde*, va destapar un escàndol majúscul de l'era Mitterrand. La policia havia fet servir proves falses per inculpar tres

irlandesos d'un atemptat al centre de París i penjar-se la medalla d'haver guanyat una batalla al terrorisme internacional. Les autoritats van punxar els telèfons de Plenel i ningú a RSF va badar boca. Amb el seu doble joc, Ménard, que s'havia ficat a la butxaca les grans patums del periodisme francès, va perdre el seu suport. "Va haver de dimidir quan van veure que era un ambiciós que els havia utilitzat", explica Viusà.

En diverses ocasions, Ménard va coincidir amb William Bourdon, un advocat cèlebre a França. Des del seu despatx, al número 156 de la Rue de Rivoli, amb vistes al Louvre, ha defensat presoners francesos a Guantánamo i ha acorralat líders serbis i ruandesos. Va ser advocat de RSF i secretari general de la Federació Internacional de Drets Humans.

"La nostra relació va començar a deteriorar-se quan va començar a revelar qui és ara

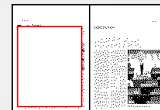
-diu-. Estava clar que la seva defensa de la llibertat sense restriccions va convertir-se en una màscara", perquè es negava a posar "alguns límits legals" a la llibertat d'expressió. "Això coincideix amb la voluntat del Front Nacional -afegeix- d'aparèixer com a víctima dels jutges i dels benpensants". Bourdon creu que els orígens de Ménard expliquen per què ha acabat en aquest camí.

EL PES DE SER UN 'PIED-NOIR'

Nascut a Orà (Algèria) en una família humil i catòlica, va viure a l'antiga colònia francesa fins als nou anys. El seu pare, Émile, va ser comerciant i va treballar en una impremta. Comunista al principi, va acabar militant a l'Organització de l'Exèrcit Secret, un grup terrorista d'extrema dreta que defensava l'Algèria francesa i que va atemptar tant a l'antiga colònia com a l'Hexàgon.

Arruinats per la nacionalització d'un banc algerià, els Ménard desembarquen al sud de França als anys seixanta i s'instal·len al barri humil de la Devèze, a Besiers, on el petit Robert veu com la seva mare es dedica a fer pastissos que el seu pare venia després porta a porta. Ara, assegut al seu despatx, diu que durant molt de temps l'herència *pied-noir* no li pesava: "És una cosa que he reivindicat després". Jacques Molénat creu que aquest cultiu d'infantesa ha creat el Ménard que coneixem avui: "El seu pare representa els somnis; la seva mare, l'afecte".

La seva mare, la seva dona i la seva filla són les tres dones "més importants" de la seva vida, confessa, malgrat haver estat a punt de fer-se seminarista de jove. "Va ser la meva mare la que no va voler", explica el fill de Robert Carrière, que als seus 91 anys va assistir al primer consell municipal del nou alcalde i que



ANDREINA MUJICA

«JE M'EN FICHE' DELS PERIODISTES»

"SÓC L'ALCALDE QUE HA REBUT EL NOMBRE MÉS ALT DE VOTS EN LA HISTÒRIA D'AQUESTA CIUTAT", diu Robert Ménard, que va aconseguir un 47% dels vots en la segona volta. Entre les primeres mesures, va prohibir penjar roba als balcons: "Els periodistes no estan contents, però tant me fa el que pensin els periodistes", rebla. Va decretar un toc de queda per als menors de 13 anys: "Les mares magribines m'ho agraeixen". També va netejar els carrers d'aquesta localitat depmida, sense feina i amb un centre desert. "Cal despertar el desig que la gent torni. Només al centre

hi ha 3.000 habitatges buits. No 300, 3.000 habitatges buits!" La comunitat turca de Besiers li va demanar que els fes un centre cultural: "Jo els vaig dir que sí".

"No és la mesquita la que genera els problemes, pel que fa als musulmans -aclareix-. El que crea els problemes són els petits torracollons que juguen als fanàtics". El nou alcalde es va reduir el sou, va abaixar els impostos i va iniciar la reforma del passeig principal de la ciutat: "Ja s'han engegat les obres del passeig Paul Riquet, una mena de petites rambles", com a Barcelona.

L'OBSESSIÓ XINESA I EL SILENCI SOBRE ETA

UNA DE LES OBSESSIÓNS DE MÉNARD a Reporters Sense Fronteres era criticar el règim xinès. Durant els Jocs Olímpics del 2008 va idear un símbol de protesta que va donar la volta al món: cinc manilles en lloc de les cinc anelles per recrear l'emblema olímpic. En una de les seves accions més recordades, va coordinar un exèrcit de grimpadors que van desplegar una bandera amb el símbol a la Torre Eiffel, a Notre Dame i en altres monuments de París el dia que la flama passava per la ciutat. La seva croada contra el govern de Pequín va portar-lo a ser expulsat per les autoritats del país durant una manifestació. El fracàs del boicot va deixar tocat el seu lideratge a RSF i aquell mateix any va dimitir.

A Barcelona també el coneixen bé. Hi va arribar poc després de fundar RSF per crear-hi la primera delegació a l'estranger. L'equip el recorda com un petit dictador. "No podies obrir boca, ell tenia les seves idees i te les imposava amb unes males maneres impressionants", recorda Joana Viusà, que va liderar la branca catalana.

L'any 2006 l'informe de RSF va aixecar polseguera en treure ETA del llistat de "depredadors" de la llibertat de premsa. La notícia va agafar per sorpresa fins i tot Dolors Masana, aleshores al capdavant de RSF a Madrid: "No em van dir res -recorda-. Surto a fer la roda de premsa i davant de tots els micròfons em pregunten això". Va posar el crit al cel: "El pitjor és que feia poc ETA havia comès un atemptat i els periodistes del País Basc anaven amb escorta".

fa dècades va ser la primera assalariada de RSF. N'era la tesorera i la secretària. "Sempre que sortia en un programa li trucava per veure si li havia agradat", recorda Molénat.

La seva dona, Emmanuelle Duverger, és omnipresent. "No prenc cap decisió política sense que ella hi estigui d'acord, no publico cap text sense que ella l'hagi llegit abans", diu l'home que el 2003 va casar-se amb aquesta jurista de Lilla, catòlica practicant. "Va ser per ella que vaig tornar a missa els diumenges, és ella qui m'ha ensenyat a veure la vida com la veig avui en dia", detalla Ménard. Res a veure amb la fama de donjoan -amb almenys dos divorcis- que li atribueixen antigues amistats. "No beu, no fuma, és molt auster", assegura l'editor veneçolà Ben Ami Fihman.

L'any 2004, quan encara era a RSF, el tándem Ménard-Duverger va crear la revista trimestral *Médias*, centrada en el món dels mit-

jans. Dins l'accionariat hi havia el magnat de la televisió francesa Stéphane Courbit i membres del grup Vivendi, considerat fins fa poc el principal hòlding europeu de l'entreteniment. Tanmateix, *Médias* va ser una revista "d'impacte i èxit molt limitat", segons Fihman, que durant un temps hi va col·laborar. "Cada número era un miracle -recorda-. Era una vitrina d'antiguitats, amb entrevistes hagiogràfiques", afirma l'editor.

Quan Ménard va sortir de RSF, la revista va convertir-se en un mirall del seu viratge polític. "Decideix que cal denunciar la censura dels mitjans cap a les opinions allunyades del políticament correcte", diu Fihman, que descriu un detall simbòlic: "Encara no evocava Le Pen, però en una portada va posar la Marianne -el símbol de la República Francesa- amb un esparadrap a la boca; aquell número va representar un canvi". Engolida per

la crisi, *Médias* va veure's forçada a abaixar la persiana el 2012.

Abans, però, Ménard va fer una parada peculiar a Qatar: va crear el Centre Doha per la Llibertat de Premsa, una organització fundada de bracet amb Mozaq bint Nasser al-Masnad, la segona dona de l'emir. L'intent d'exportar RSF al golf Pèrsic no va durar ni un any.

UN NOU OBJECTIU: LA POLÍTICA

Amb tots els projectes anteriors asfixiats, el soldat de la llibertat de premsa practicava una política de terra cremada però ja tenia en ment el seu nou objectiu: la política. Feia un any que Nicolas Sarkozy havia arribat a l'Elisi i, tot i que Ménard va intentar involucrar-s'hi, la UMP va tancar-li la porta. Les opcions s'esgotaven per a l'antic trotskista que s'havia entregat al socialisme de Mitterrand, i que havia temptejat els centristes de Fran-

çois Bayrou. Només calia fer uns passos més a la dreta. "És capaç de percebre's dins d'un espectre ampli, però el seu centre de gravitació és en la dreta radical -analitza Molénat-. Això l'ha fet destacar i a ell li encanta estar sota els focus". Voilà. Cremats els cartutxos d'activista, Ménard va posar-se la jaqueta de tertulià. El 2009 va arribar als platós de la cadena i Telecarregat de menyspreu contra l'elit periodística que l'havia deixat de banda. Al cap d'un any, però, van prescindir dels seus serveis.

Finalment, el juliol del 2013, Ménard anuncia la candidatura a l'alcaldia del seu poble, amb el qual comparteix una ferida psicològica. Besiers, l'antiga capital vinícola que ha acabat oblidada a l'ombra de Montpeller, el bressol d'herois com Jean Moulin, ara s'ofega entre l'atur i la pobresa. Ménard té una nova oportunitat per "trencar amb l'espiral de fracs" del racó que va veure l'arribar de la seva Algèria natal.

Quin futur li espera? Boissier no ho té clar, però assegura que Ménard és un home honest en un sentit: "El seu objectiu no són els diners, sinó el poder". En la seva llarga croada d'indignació mediàtica, l'han arrestat, adorat i odiat. Allà on ha anat ha sembrat polèmica. Si al seu pas ha desintegrat grups, ha irritat masses i ha cremat projectes, tant li fa. Ara té un nou escenari, un nou altaveu i nous aliats. Però també és responsable de 71.000 persones que viuen en una ciutat expectant pel canvi. Ell torna a tenir el poder. Aquest petit *biterrois* ja ha deixat clar de què és capaç. ■



CHARLES PLATIAU - REUTERS



REPORTAJE

Cómo mantener la buena reputación

El 70% de las empresas monitoriza todo lo que se dice de ellos en las redes sociales. Los directivos deciden estrategias en función de lo que se habla en Internet

Por CARMEN PÉREZ-LANZAC

Estoy d @sanitas y d @Hospital_Quiron hasta las narices! Para sacarme la pasta y llamar a 902 estan... para atender mierda pa mi! #basura" [sic]. Este texto lo subió un tal Wally López a su cuenta de Twitter el pasado 5 de noviembre. A José Carlos Vicioso, responsable de reputación online de la agencia Shackleton —que se encarga de la "monitorización" de 21 marcas, Sanitas entre ellas—, le saltó la habitual alarma. No le llamó especialmente la atención. Los comentarios furibundos en las redes sociales son habituales. Lo que le llamó la atención fueron sus seguidores: más de 90.000. El mensaje empezó a difundirse y Vicioso vio un incendio en marcha. Llamó a la compañía, que intercambió mensajes con el dj y productor musical. Al cabo de 20 minutos, López escribía un tuit aclarando que Sanitas le había ayudado a resolver su problema. El incendio remitía.

La monitorización consiste en dar un seguimiento pormenorizado a lo que se dice de una marca en las redes sociales. El 70% de las empresas con presencia en Internet lo hace, calcula Juan Luis Polo, de Territorio Creativo y portavoz de la Asociación de Agencias Digitales. Sobre todo las grandes y medianas compañías, que suelen encargar a terceros la vigilancia de su buena reputación. "A las pymes les cuesta más", dice Polo. Las que prestan más atención son las de telecomunicaciones y automoción, señala Alberto Fernández, de Annie Bonnie, la agencia del grupo Barrabás que monitoriza para 50 marcas. "Y las que menos, las energéticas, la banca, el gran consumo y, curiosamente, las aseguradoras".

A partir de 2012, sobre todo, las empresas empezaron a darse cuenta de que lo importante en las redes sociales no era tanto conseguir el máximo de seguidores sino prestar atención a sus comentarios. Vieron que podían obtener ventajas haciéndolo. Hacer un seguimiento de los textos y comentarios sobre sus marcas que se publican en los periódicos online, en los blogs y en las redes sociales les permite intentar poner freno a posibles crisis derivadas de quejas de los clientes o a los bulos que se propagan (y la rapidez es clave en este asunto).

En algunos casos, además, les ayuda a decidir aumentar o disminuir la producción de ciertos productos. También les facilita cuantificar el éxito de una campaña o nueva gama de producto tras su lanzamiento. Y lo último: les ayuda a decidir sus estrategias en función de lo que se dice en la Red.

Ahí va un caso concreto: en julio de 2011 en las búsquedas de los ciudadanos en Google se dio un vuelco entre dos palabras: sexo y amor. Antes de esa fecha siempre ganaba el sexo. Pero desde ese verano le gana invariablemente el amor.

Unos meses más tarde, en marzo de 2012, ING Direct lanzaba una campaña en la que varias personas le declaraban su amor a su pareja. "Por primera vez la estrategia empresarial empieza a diseñarse a partir de la monitorización de las redes sociales", dice Fernández, de Annie Bonnie. "Comienza incluso a haber teorías que dicen que los comentarios de la gente van a influir en las cotizaciones de las empresas en Bolsa".

Mariel Vázquez, directora digital de Sanitas, cuenta la experiencia de su empre-

dice con una mueca— explica cómo hace su trabajo. Al pellizco inicial de emoción le sigue la decepción al ver las soporíferas tablas de Excel que elabora para tener la información necesaria para hacer su trabajo. "Me temo que ambas cosas van juntas", sonríe.

Las empresas grandes reciben una cantidad ingente de comentarios. Repsol, por ejemplo, obtuvo 700.000 menciones en 2013. Sobre sus inversiones en Latinoamérica, su equipo de motos, su guía gastronómica... En un día tranquilo

pueden acumularse 2.500 menciones. En sus oficinas de Méndez Álvaro de Madrid, tres personas se dedican a tiempo completo a monitorizar, más una cuarta que lo compagina con otras tareas. Natalia Villoria, subdirectora de Reputación Corporativa, explica que tras un primer intento de llevar todo el control han externalizado el 40% del proceso por la precisión que reciben al ponerlo en manos de expertos.

Además de contratar a agencias, muchas empresas utilizan el software de la compañía francesa Augure. Uno de sus productos estrella es su herramienta Augure Influencers, que analiza los comentarios de todas las personas que consideran influencers. En ella aparecen catedráticos universitarios, políticos, escritores, actores, casi todos los periodistas del país y gente como Wally López que han logrado decenas de miles de seguidores. Augure elabora una ficha por cada persona en la lista destacando los temas de los que habla con más frecuencia.

A pesar del avance, todos coinciden en que el sector está todavía muy inmaduro. Manuela Battaglini, de la Asociación de Responsables de Comunidades Online, cree que hay mucho camino por recorrer. "La realidad es que la mayoría de las empresas basan su estrategia en atraer seguidores. No se dan cuenta de que una comunidad llena de usuarios no ayuda en nada. Necesitan el compromiso de sus clientes".

Hay un punto en el que las herramientas de monitorización fallan. "Todavía no hay una que filtre bien y diga si un comentario es negativo o positivo", dice Elvis Santos, director de la división Buzz&Press de Shackleton. Por eso al final siempre suele haber un humano detrás, para discernir.

Hay muchos estudios en marcha para intentar paliar este talón de aquiles de la monitorización.

La UNED, por ejemplo, colabora en el proyecto Limosine de la universidad de Amsterdam.

Hace unas semanas un banco español era rebautizado. Sus empleados supieron el nombre elegido un viernes. La empresa tenía previsto presentar la noticia el martes siguiente y pidió un control especial para asegurarse de que el nombre se mantenía secreto. A las 23.00 de esa noche, el móvil de Vicioso empezaba a pitar. Una empleada del banco había publicado el nuevo nombre de la entidad en su cuenta de Twitter. Tenía solo 53 seguidores, pero si se extendía podía llegar a ser peligroso para el banco. Llamó a su jefe, que estaba en una casa rural en Ávila, y este avisó a su vez al responsable de comunicación de la entidad, que estaba cenando con su mujer. La rapidez es esencial para desactivar el peligro. La monitorización funcionó. La empleada borró el tuit y el banco pudo presentar el martes, sin sobresaltos, su nuevo nombre. •



Una mujer consulta los comentarios de la red social Twitter en una tableta. Foto: Samuel Sánchez



WALLY LOPEZ @wallylopez · 5 de nov.

Estoy d @sanitas y d @Hospital_Quiron hasta las narices! Para sacarme la pasta y llamar a 902 estan... para atender mierda pa mi! #basura

Detalles

Responder Retweetar Favorito



WALLY LOPEZ @wallylopez

Seguir

Hay q contarlo todo y despues del problema cn @sanitas la gente de atencion al cliente y d @sanitas_atiende m han ayudado&arreglado todo.

sa: "Nos dimos cuenta de que lo que mencionan los clientes nos prepara con antelación a muchas cosas. Recogemos información y opiniones sobre cómo hacemos las cosas. Es como tener una ventanilla abierta todos los días 24 horas".

Sanitas le confió parte de la tarea a la agencia Shackleton, donde tres personas hacen los seguimientos. En sus modernas oficinas de Arturo Soria (Madrid), Vicioso —"mi segundo apellido es Monge",

Las compañías pueden frenar crisis derivadas de bulos o quejas de clientes estando atentas a la conversación



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep Collelledemont



Periodista

Aprofitar les vacances

Per als que en facin, naturalment. El darrer quadrimestre de l'any serà dur, molt dur. I no vull ser pessimista, tot al contrari. No sabem què passarà ni com aniran les coses. Però que hi haurà inundacions —en sentit figurat, és clar—, i fortes, no hi ha cap dubte. Farem consulta? Farem eleccions? Ens declararan un país il·legal? Vindran els tancs per posar-nos a to? Poden passar mil coses i, per tant, aprofitem les vacances els que en facin per estar forts psicològicament. Estic segur que finalment tot succeirà sense alts i baixos i democràticament. Caldrà ser-hi, doncs, en cada moment. Em deixeu ser sincer? Si la situació l'hagués de resoldre en Rajoy i companyia, que Déu ens agafi confessats. Però confio que des d'Europa hi haurà qui per sota mà marcarà les pautes per trobar solucions adequades.

Uns quants lectors m'han fet saber la seva satisfacció pel resultat de les jornades que van tenir lloc el cap de setmana passat. Veritablement van ser un èxit en el seu conjunt. Sempre hi ha alguna cosa que no acaba de funcionar, per això em diuen des de la direcció que s'està fent un estudi a fons del positiu i del negatiu. Malgrat l'esgotament de molta gent que va agafar la batuta, endevino que han quedat ganes de tornar-hi, i això anima. Reunir tanta gent, regidors, alcaldes, escriptors, polítics, conferenciant i públic, no és cosa fàcil. I s'ha aconseguit. Acabem un curs. Un altre. Durant tot un any hem intentat quinzenalment seguir el dia a dia del diari des de la platea. Heu enviat correus, heu escrit cartes, algunes a mà que m'han emocionat, m'heu aturat pel carrer i hem xerrat i jo he intentat anar reflectint, quinzena rere quinzena, les opinions dels lectors. I he donat el meu punt de vista, procurant ser al més objectiu possible, cosa difícil perquè tots tenim els nostres punts de vista. El que si vull assegurar és que he procurat fer el paper que em correspon, defensor del lector, que no vol dir que el lector sempre tingui raó, encara que tots ens pensem que la tenim. Repassant,



JORDI SOLER

però, tot aquest curs, el que vull dir és que crec que aquesta secció és útil. I puc assegurar que des de la direcció del diari s'han estudiat i analitzat totes i cadascuna de les opinions dels que es miren el diari des de l'altra banda dels professionals que intenten fer arribar les notícies i els punts de vista amb la màxima precisió. Som humans i els professionals alguna vegada l'erren i també a vegades el punt de vista del lector no és la bona. Amb tot, sempre ajuden els punts de vista. I confio que a partir del setembre hi tornarem amb més empenta que mai.

Error de xifres

M'envia un correu electrònic en Josep

Maria Benejam per rectificar una informació que va aparèixer en el diari del dia 7 de juliol i que feia referència al turisme xinès que creix constantment. Em diu textualment en Josep: "Per un costat es diu que l'any passat viatjaren a l'estranger 97 milions de xinesos, i unes línies més endavant es diu que gastaren 94,2 milions d'euros arreu del món. I jo em pregunto quan gastà cada xinès que viatjà fora del seu país?" Es veu de seguida que els números no lliguen. Simplement es tracta d'una falta de zeros. Hauria de d'haver dit 94.200 milions. Sembla mentida el que poden fer els zeros quan juguem amb quantitats grans, i també en les petites. I per als que estàvem acostumats amb les pessetes això

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.

encara ens resulta més difícil. Almenys a mi. Per això, encara que ja sé que no és el mateix, quan jugo amb quantitats grans faig el canvi en pessetes i així tinc almenys una idea del que suposa aquella quantitat. Quan faig això em ve al cap la meua germana que vivia a París i cada vegada que parlàvem de francs sempre em sortia amb els francs vells que feia anys i panys que havien desaparegut. No m'hi vaig aclarir mai. Com diu en Josep Maria, un altre problema surt quan es tradueix el bilió anglès, que no equival al bilió nostre. En fi, redactors del diari, compte amb els números que ens poden fer males jugades.

Acabo felicitant els responsables de l'edició de Girona del diari per haver tornat a la primitiva comarcalització

Hi haurà una informació especial i diària del Sortim. I una secció de viatges, amb la col·laboració de 'Descobrir Catalunya'

que els que hi érem el primer dia encara recordem. En les planes de Comarques Gironines les notícies es recullen per cada comarca, el que situa molt més on ens trobem. "Ens porta força més feina", em diuen des del diari. Segur, però els lectors ho agraïm. El que no trobarem els lectors són pàgines especials d'estiu. Però sí que hi haurà una informació especial i diària del Sortim que setmanalment llegim a Presència. Com que el setmanari fa vacances, trobarem al diari les moltes informacions que hi ha en aquesta secció. I també hi haurà una secció de viatges, amb la col·laboració de *Descobrir Catalunya*, que ens portarà a llocs especials que ens poden servir per recórrer si fem vacances. Bones vacances, doncs, als que en facin i bona sort als que no en poden fer o treballen.



ANDREU BUENAFUENTE
'Showman'

EL MEU FOTODIARI

ELS SECRETS DE LA RÀDIO



Un estiu més, hem tornat a la ràdio amb Berto Romero i el nostre estimat *Nadie sabe nada*. Es tracta d'improvisar, de riure, de disfrutar amb el nostre públic i de fer més suportables les calors. Tot bé, molt bé. Realitzem el programa des de l'estudi Toreski de Ràdio Barcelona (la ràdio on vaig aprendre l'ofici durant 10 anys). Les emissores guarden molts secrets. Alguns d'inconfessables, i està bé que així sigui. Altres són més quotidians, com la mania d'amagar els xiclets a sota les taules. Berto en va descobrir un en directe i ho vam celebrar. Tot s'hi val quan treballes la improvisació.

Més fotografies a www.captura.org



DESDE WASHINGTON

Asfixia de la libertad de prensa**GUSTAU ALEGRET**Corresponsal
en EEUU
@GustauAlegret

Viendo la popularidad con la que Obama asumió el cargo en 2008 era de esperar que decepcionara a muchos. En política, mejorar cifras de aprobación del 70% es difícil por no decir imposible. No son pocos los que esperaban demasiado de su gestión dadas las restricciones a las que está sometido el presidente de EEUU. Lo que no imaginé en aquel 2008 –con una gran mayoría de medios de comunicación a su favor– es que hasta los periodistas le darian la espalda. Unas 40 asociaciones de prensa de EEUU, en-

tre ellas la Sociedad de Periodistas Profesionales o la Fundación Nacional de la Prensa, acaban de enviar una carta a la Casa Blanca protestando por la falta de transparencia de la administración federal y por las dificultades que hallan a diario sus periodistas para acceder a fuentes gubernamentales.

Las quejas hacen referencia a comportamientos y normas que condicionan el trabajo de los reporteros, como la exigencia de «muchas agencias federales de prohibir a sus empleados hablar con la prensa», la limitación de citar el nombre propio y el cargo de un portavoz que habla de manera oficial y pedir que se atribuyan las declaraciones a un genérico 'por-

tavoz', o la obligación de enviar antes de una entrevista las preguntas por escrito como condición para aceptar la petición. La consecuencia, según los firmantes, es la «asfixia de la libertad de prensa».

La agencia de noticias de investigación independiente ProPublica dice que Obama ha recurrido hasta siete veces a la Ley de Espionaje para tomar decisiones que han limitado o coartado el trabajo de los medios, esto es más que todos sus predecesores en el cargo juntos desde que se aprobó la norma en 1917. Estamos hablando de cosas tan graves como pinchar los teléfonos de la agencia de noticias AP, por ejemplo.

La Casa Blanca, como era de esperar, defiende su transparencia. Su portavoz recordó esta semana en la CNN que la administración Obama es la primera que periódicamente publica los registros de visitantes de la Casa Blanca o la que facilita a la prensa información sobre la recaudación de fondos presidenciales en eventos de partido o casa particulares.

Es cierto que estos puntos son mejoras. También lo es que para periodistas internacionales, la Casa Blanca es más accesible. Me cuentan veteranos de Washington que «con Bush era casi imposible asistir a una rueda de prensa del Presiden-

te». Yo, desde que estoy en DC, he cubierto hasta cuatro si no recuerdo mal, tanto en el Ala Este, como en la Sala Oval o en la James S. Brady Press Briefing Room.

La calidad democrática de un país se mide, entre otras cosas, por la libertad de prensa. Tienen razón los periodistas en reivindicar más facilidades y menos control. Me gustaría poder explicarles que en España, además de esas limitaciones a las que ellos se enfrentan,

los periodistas tienen que aguantar otras lindezas como las 'pantallas de plasma' o las ruedas de prensa sin preguntas. ¿Será que en España la asfixia es ya el estado natural de la libertad de prensa?

*La calidad democrática
de un país se mide,
entre otras cosas, por
la libertad de prensa*



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

La lletra com a missatge

La millor virtut de les lletres d'un diari és que passin inadvertides. Per tal que el missatge arribi amb nitidesa, la tipografia ha de ser visible però inapreciable. Transparent. Però no sempre és així. Fa uns mesos, el lector M.E. Ciurana, "fill d'un tipògraf de quan els llibres i diaris es feien amb linotípies i tipus mòbils de caixa", s'adreçava al Defensor advertint de com de malsonants resulten algunes particions de paraula al final d'una línia. "D'aquella època -escriu- recordo que a la impremta tothom s'escandalitzava quan al principi o al final d'una línia apareixien particions com dis-puta, pene-tració, am-polla, o d'altres semblants". Ciurana preguntava si aquest criteri continua vigent, en "constatar -a l'edició en castellà- un *cír-culo*, un *artí-culo* i una *dis-puta*, totes el mateix dia (28/IX/2013), a sengles articles de Rafael Jorba, Gregorio Morán i Juan José López Burniol". En català podem substituir *artí-culo*, per *minús-cul* i l'efecte seria el mateix.

La composició tipogràfica actual està automatitzada. A l'hora de partir paraules, l'únic que té en compte el software d'aquest diari és la normativa sil·làbica. No obstant, el departament d'Edició elabora periòdicament llistes de particions no recomanables, per tal que el mateix programa informàtic les eviti. Però la casuística és tan gran que sempre es poden generar noves mitges paraules xocants i cal anar-les afegint al programa.

L'abril passat, Maria Escarpa també s'adreçava al Defensor amb una crítica a les particions al final de línia. No enten "per què es parteixen paraules en els textos que només estan justificats a l'esquerra però no a la dreta i cada línia té una longitud diferent (composició en bandera)". La lectora explicava que "la partició resulta indispensable quan totes les línies tenen la mateixa longitud" i que "és gratuïta en els altres casos". El Defensor

va traslladar el dubte al professor José Martínez de Sousa, autoritat en ortotipografia, i la seva resposta és clara: "Els tipògrafs, majoritàriament i des de temps antics, han tendit a no dividir paraules en un paràgraf disposat en bandera". I afegeix que perquè sigui harmònica, aquesta composició

Encara que la lletra d'un diari ha de passar el més inadvertida possible, hi ha lectors que qüestionen algunes decisions tipogràfiques

exigeix un treball manual rigorós" per evitar el mal efecte que les línies curtes poden crear, comparades amb les més llargues.

Sense desautoritzar Martínez de Sousa, José Alberola, subdirector d'Art de *La Vanguardia*, explica que "per a la producció d'un diari són indispensables procediments àgils, incompatibles amb l'excel·lència de les obres de culte" i que "si s'aplica la partició de paraules és, precisament, per evitar que les línies tinguin una longitud excessivament desigual". I afegeix que "la composició en bandera s'aplica a textos curts per crear, dins d'una mateixa pàgina, textures diferents i evitar un excés de monotonia".

On no hi ha partició de paraules és en els titulars i en els textos de cossos superiors. Però també aquí sorgeixen problemes. Ricardo Valls envia al Defensor una llarga llista de titulars en els quals "es força l'ordre sintàctic de la frase". El més recent, aquest: "Vila pregunta si és aprofitable el residu de la muntanya de sal" (Viure, 16 de juliol, pàg. 7). El lector creu que "el normal seria escriure el subjecte abans que el verb". Segurament. Però en el reduït espai d'un titular, el fet de no poder partir paraules obliga -de vegades i sense vulnerar la sintaxi- a forçar l'ordre lògic de la frase. Sempre, esclar, que no se'n senti el sentit.●

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



Mirador

Eva Vázquez



Una revista desvergonyida

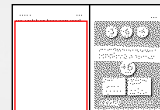
D'alguns projectes editorials particularment arriscats i minoritaris, es diu que són exquisits. N'hi ha d'altres que són, a més, un atreviment, quasi una provocació. No es pot definir d'una altra manera el desafiament que proposa *El Procés*, aquesta revista que es fa dir "contracultural" i "a l'abast de ben pocs" potser perquè, havent nascut tenint-ho tot en contra, s'afirma a cada número com una desvergonyida raresa amb un nou pas de rosca de qualitat que, vés per on, posa a disposició de tothom, sense més requisits que la intel·ligència i el gust. Impulsada pel crític teatral Joaquim Armengol des de Santa Coloma de Farners, encara que l'apunt sigui superflu en relació amb un producte el lloc físic del qual és el més pròxim al que s'entén per espai mental, va néixer el febrer del 2012 amb un número de 44 pàgines que feia una estranya barreja entre el *fanzine* i la capçalera de culte, amb un provocador manifest a favor de fixar una veda que prohibís publicar durant tres anys per evitar la proliferació de més llibres infames. Semblava l'estirabot simpàtic que es permetien una colla d'*engagés* destinats a desaparèixer aviat de circulació, però hi va haver un segon número, i el tercer, i el quart, cada un doblant la paginació del precedent i ampliant les col·laboracions amb firmes sòlides d'una encantadora generositat (Josep M. Benet i Jornet, Joaquim Mallafrè, Salvador Oliva, Toni Sala, Jordi Gràcia, Narcís Comadira), i dossiers especials dedicats a Espriu o Pla. Sense pressupost, és un miracle que cada número (dos a l'any) hagi trobat fins ara prou recursos per poder complementar l'edició digital gratuïta (revistaelproces.wordpress.com) amb curts tiratges en paper. L'últim número, però, el cinquè, supera els millors pronòstics: és un salt mortal de categoria. Dedicat quasi íntegrament a Joan Vinyoli en el seu centenari, amb portada i contraportada exclusives de Comadira, revisa en 185 pàgines d'autèntic luxe, un festí de mai acabar, la relació del poeta amb els seus amics a través d'infinat de material inèdit, des de postals a fotografies, dibuixos, cartes, dedicatòries i sobretot records. Amb un curós respecte per la reproducció nítida de cada document, la majoria procedents del Fons Vinyoli de l'Arxiu Comarcal de la Selva, on la família va confiar els seus papers, inclou textos meravellosos d'Albert Vinyoli, Enric Casasses, Isona Passola, Vicenç Altaió, Jaume Creus, Miquel Desclot i Adrià Pujol, i atentes lectures dels seus poemes suggerides per Dolors Oller, Josep M. Fonalleras, Lluís Solà, Pep Solà. Sembla temerari, però anuncien un sisè número encara millor!

L'últim número d'"El Procés" és un salt mortal de categoria



Ràdio Papiol FM tanca "fins a nou avís"

L'Ajuntament del Papiol (Baix Llobregat) ha tancat la ràdio "fins a nou avís". Nascuda el 2006, estava en crisi des que va plegar el seu coordinador al setembre. El consistori justifica la mesura perquè no hi ha ni recursos ni voluntaris per mantenir-la. Però alguns excol·laboradors acusen l'Ajuntament de tancar l'únic mitjà participatiu del municipi.



Una sociedad pantalla panameña controla «El Universal» con un testaferro venezolano

► El supuesto dueño del periódico dice a ABC que ha sido utilizado y teme por su familia

JAVIER CHICOTE
MADRID

La compra de «El Universal», el principal diario de Venezuela y uno de los pocos medios críticos con el chavismo, ha sobrepasado la opacidad para instalarse en el surrealismo. El cien por cien de las acciones de Epalisticia S. L., la empresa española que ha adquirido el medio de comunicación caraqueño, pertenece a una sociedad pantalla panameña, Tecnobreaks Inc. El dueño de esta compañía y, por lo tanto, propietario «oficial» de «El Universal» es Carlos Odín Velasco, un venezolano afincado en Panamá que niega estar detrás de la operación. Asegura que su empresa ha sido utilizada y que él no tiene ni una mínima parte de los alrededor de 20 millones de euros que ha costado el periódico.

ABC ha localizado a Velasco a través de una red social. El testaferro venezolano sostiene que ha puesto el asunto en manos de sus abogados y dice temer por la integridad de su hija, que reside en Venezuela: «No puedo hablar hasta que mis abogados me autoricen. Mi silencio es por seguridad. Debes entender que en Venezuela hay mucha inseguridad y allá tengo a mi pequeña», remacha.

Según el Registro Mercantil de Panamá, Carlos Odín Velasco Cuello es presidente de Tecnobreaks Inc., mientras que su padre, Carlos Velasco Mora, ejerce como tesorero. Este, el padre, gestiona un taller mecánico en el estado venezolano de Sucre llamado Tecno Frenos, de ahí que la sociedad pantalla panameña fuera bautizada Tecnobreaks, una mala traducción del inglés (la correcta sería Tecno brakes). La sociedad fue escriturada el 6 de julio de 2011 por un abogado panameño, José Alejandro Quiodettis, que actúa como «agente residente». El capital social de Tecnobreaks es de 10.000 balboas, unos 7.400 euros.

Testaferros forzados

Según la versión de Velasco, padre e hijo se habrían convertido en testaferros forzados de los verdaderos dueños de «El Universal». La ley venezolana prohíbe que ciudadanos extranjeros controlen medios de comunicación nacionales. Quienes pueden arrojar algo de luz a estas extrañas maniobras, los gestores españoles de Epalisticia, sociedad domiciliada en el madrileño paseo de Pintor Rosales, se han negado reiteradamente a revelar la identidad de los reales inversores. Alegan «cláusulas de con-

Estructura de la compra de «El Universal»



Carlos Odín Velasco, «dueño» de la sociedad que controla «El Universal» ABC

Carlos Odín Velasco
«No hablaré hasta que mis abogados me autoricen. Mi silencio es por seguridad. En Venezuela tengo a mi hija»

Tecnobreaks Inc
El nombre de la sociedad pantalla panameña se inspira en el taller mecánico familiar: Tecno Frenos

Asesinado un alcalde opositor

El alcalde del municipio Arismendi Río Caribe del estado Sucre (noreste de Venezuela), Enrique Franceschi, de 34 años, fue asesinado ayer a puñaladas en su domicilio. Franceschi, de la opositora alianza partidista Mesa de Unidad Democrática (MUD), era desde diciembre de 2011 alcalde de Arismendi, un municipio con unos 35.000 habitantes, informa Efe. El líder opositor y ex candidato presidencial Henrique Capriles tildó de «desgracia» el asesinato de su «hermano querido alcalde Enrique Franceschi». La violencia es uno de los más graves problemas que tiene Venezuela, uno de los países más violentos de Sudamérica.

fidencialidad». Epalisticia Private Equity tiene apenas un año de vida. Fue registrada en Madrid el 24 de julio de 2013 con un capital social de sólo 3.500 euros. El fondo de inversión asegura en su página web que canaliza inversiones de mil millones de dólares en «petróleo, energías renovables, medios de comunicación y bienes raíces» (inmuebles).

Notaría madrileña

Según las fuentes consultadas, la razón de ser de Epalisticia es la compra de «El Universal». Mientras se fraguaba esta operación con los propietarios del diario, la familia Mata, el pasado 25 de abril Tecnobreaks Inc se hizo con la totalidad del capital de Epalisticia S. L., tal y como refleja el Registro Mercantil de Madrid. La operación se cerró en una notaría del paseo de la Castellana.

Tres meses después se hizo público el cambio de manos del diario. El nuevo presidente, Jesús Abreu Anselmi, niega que los nuevos dueños tengan vinculación con el chavismo. La oposición teme que ocurra lo mismo que con Globovisión, adquirida en 2013 por empresarios afines al Gobierno de Maduro.

Epalisticia tiene tres cabezas visibles: Eduardo López de la Osa, gestor de banca privada; José Luis Basanta, consultor; y José Antonio de la Torre, abogado. Pese a las lagunas de la operación, fuentes conocedoras de los detalles sostienen que los socios son solventes y que tienen «experiencia en el sector de los medios de comunicación».



Una mujer palestina suplicando mientras los israelíes siguieron bombardeando la Franja de Gaza. FOTO: EFE

EL APUNTE

Israel no se responsabiliza de la prensa

■ La Oficina de Prensa del Gobierno israelí (GPO) ha advertido a los periodistas extranjeros de que no se responsabiliza de su seguridad en la Franja de Gaza, donde su Ejército inició una ofensiva terrestre el pasado jueves que ha provocado más de 300 muertos.

«Israel no es de ninguna forma responsable de las heridas o daños que puedan ocurrir como resultado de una cobertura sobre el terreno», advertía la Oficina de Prensa israelí, que acredita a los periodistas destinados en Israel.

Ayer por la mañana murió un cámara palestino, junto al conductor de una ambulancia, en un bombardeo del Ejército israelí contra el barrio de Shahaiya, uno de los más populosos de Gaza. Es el primer periodista que muere en un bombardeo cuando estaba trabajando en la Franja.

ORIENTE MEDIO ■ LAS ESCUELAS ALBERGUES DE LA ONU ESTÁN ABARROTADAS CON 75.000 DESPLAZADOS

Cien palestinos y trece soldados israelíes muertos en el día más cruento

Desde el inicio de la ofensiva de Israel ya han muerto 430 palestinos, en su mayoría civiles. El Ejército hebreo sufre el día más mortífero desde la guerra de Líbano, en 2006

EFE

Cerca de un centenar de palestinos y 13 soldados israelíes murieron solo durante el día de ayer en la jornada más sangrienta de la actual ofensiva de Israel contra Gaza, que podría convertirse en un punto de inflexión para acabar con una guerra que ya ha segado la vida de más de 430 personas, en su mayoría civiles gazatíes.

La mayor masacre hasta el momento se producía en el barrio de Shahaiya, donde más de sesenta personas murieron en un intenso bombardeo de más de diez horas de la aviación, la Marina de guerra y la artillería y los carros de combate israelíes.

Según fuentes castrenses, las tropas fueron objeto, de madrugada, de una emboscada tendida por los milicianos islamistas en este populoso y decaído dis-

trito del este de Gaza, donde perdieron la vida trece soldados, entre ellos dos comandantes de unidad. Supone uno de los golpes más duros a las Fuerzas Armadas israelíes en Gaza, ya que un solo día murieron el mismo número de soldados israelíes que en toda la operación «Pilar Defensivo», en 2012.

Con ellos, asciende a 18 la cifra de uniformados israelíes que han muerto en combate durante esta tercera ofensiva contra el movimiento islamista Hamás desde que este se hiciera con el control de la franja, en junio de 2007.

Expertos militares en Israel explicaron, por su parte, que al menos una parte de los uniformados fueron víctimas de un moderno cohete antitanque disparado contra el vehículo blindado posicionado entre el barrio y la frontera.

Después de la supuesta emboscada, cazabombarderos, helicópteros artillados, tanques y buques de guerra multiplicaron el castigo sobre las miserables calles del enclave, que ayer eran la dramática imagen de la desolación.

Ya a primera hora de la mañana, con las luces tenues del alba, los que huían salpicados de polvo, sangre y desesperación narraban entre lágrimas y gritos un infierno que en principio era difícil de creer.

Tras pasado el mediodía, y aceptada por las dos partes la tregua humanitaria exigida por el Comité Internacional de la Cruz Roja (CICR), el paisaje era peor que la desolación que los huidos solo podían balbucear.

Cientos de casas destruidas, ambulancias y coches reducidos a amasijos retorcidos y carbonizados, árboles tronchados y decenas de cadáveres tirados por unas calles en las que una vez transcurrió la vida y que ayer fueron un mar de cascotes y muerte.

Un drama esculpido a golpe de dolor, esquirlas, pólvora y sangre en los rostros de aquellos heridos que, como un desfile de zombies, trataban de llegar a pie, o en brazos de familiares y voluntarios, a las atestadas ambulancias.

Una huida hacia ninguna parte se agita en una franja con todas las puertas selladas y las escuelas albergues de la ONU abarrotadas, con 75.000 almas desplazadas, un 50% más de lo que al inicio del conflicto esperaban.

EN BREVE

Kerry preparado para viajar 'muy pronto' a Oriente Medio

■ El secretario de Estado, John Kerry, quien reiteró el respaldo de Estados Unidos a Israel, indicó que viajará a Oriente Medio para negociar un cese de hostilidades en la Franja de Gaza. Según Kerry, Israel tiene el derecho a defenderse contra los frecuentes ataques con cohetes lanzados por Hamas desde la Franja de Gaza.

El consulado español evacúa a 60 españoles de Gaza

■ Sesenta ciudadanos españoles o palestinos con doble nacionalidad fueron evacuados de la Franja de Gaza, desde donde viajarán a Jordania para ser acogidos por la Embajada española hasta nuevo orden. Detrás de la salida del convoy, se esconde más de una semana de esfuerzos diplomáticos «muy dura».

Egipto impide a médicos entrar en la Franja de Gaza

■ Las autoridades de Egipto impedían a un equipo de médicos europeos y otro de malasio entrar en la Franja de Gaza por el paso fronterizo de Rafah, en la península del Sinaí. Las fuerzas de seguridad detuvieron los dos convoyes de médicos -en su mayoría de origen palestino- y les prohibieron continuar hasta la frontera con Gaza.



Prensa: Diaria
Tirada: 52.471 Ejemplares
Difusión: 33.878 Ejemplares

La fusión que Murdoch prepara en Europa

LA PRÓXIMA FUSIÓN

Roberto Casado
(Londres)

Mientras Rupert Murdoch medita la posibilidad de subir el precio de la oferta de compra presentada por su grupo **21st Century Fox** sobre **Time Warner** en Estados Unidos, el magnate australiano está a punto de lanzar un plan para crear un gigante de la televisión de pago en Europa.

Varios analistas creen que Murdoch anunciará en los próximos días la integración de las participadas de Fox en Reino Unido, Italia y Alemania, en una operación valorada en 10.000 millones de euros. Lo más probable es que **BSkyB**, cadena británica en la que Fox posee un 39%, adquiera el 100% de **Sky Italy** y **Sky Deutschland**, en las que Murdoch es accionista mayoritario. Así se unirían bajo un paraguas las diferentes cadenas que utilizan la marca Sky en Europa. Polo Tang, analista de **UBS**, cree que "la creación de Sky Europe podría desvelarse en la presentación de resultados de BSKyB del 25 de julio. Tras la reciente subasta de los derechos de emisión del fútbol en Italia, el anuncio puede ser inminente".

Junto a la subasta italiana, en la que Sky pagó 572 millones, otras operaciones de los últimos días han alentado la especulación. La semana pasada, BSKyB ingresó 481 millones de libras (610 millones de euros) con la venta a **Liberty Global** de su participación en la cadena televisiva británica **ITV**, dinero que le puede ayudar a financiar la compra de Sky en Alemania e Italia. "La venta de ITV parece incrementar la posibilidad de una compra de Sky Italy y Sky Deutschland", señala Mark O'Donnell, de **JPMorgan**.

El interés de Fox por Time Warner también es visto como un aliciente para sellar de

UN IMPERIO CREADO A BASE DE ADQUISICIONES

> Principales operaciones de las empresas de Murdoch
Valor de ofertas o compras realizadas, en millones de dólares.

Oferta por Time Warner (2014)	96.348
Compra del 17,9% de Fox (2005)	6.532
Compra de Dow Jones (2007)	5.640
Compra de Cons. Media Australia (2012)	1.968
Compra de Gateway Casinos (2007)	1.212
Compra del 9% de Sky Deutschland (2013)	1.192
Compra del 58% de Queensland (2004)	967
Compra del 31% de Yankees Sport (2014)	680
Compra de Shine Group (2011)	675
Compra de IGN Entertainment (2005)	650
Compra de Dow Jones Indexes (2010)	608
Compra de Burswood (2004)	598
Compra del 16,3% de News Corp (2006)	550

> Las mayores operaciones del año
Valor de las principales fusiones y adquisiciones anunciadas en 2014, en millones de dólares.

Oferta de 21st Century Fox por Time Warner	96.348
Comcast Corporation compra Time Warner Cable	68.500
AT&T ofrece comprar Direct TV	65.500
AbbVie compra Shire	54.000
Medtronic compra Covidien	45.900
Valeant hace oferta por Allergan	45.900
Holcim se fusiona con Lafarge	40.000

> Negocios del magnate en Europa

Participaciones, en porcentaje, y facturación anual en millones de libras.	
News International (The Times, The Sun)	1.100 100%
Sky Italy	2.177 100%
Sky Deutschland	1.161 54,8%
BSkyB	7.235 39,1%

> La cotización de 21st Century Fox*

En dólares por acción.



*Agrupación de los negocios audiovisuales controlados por Murdoch.

Fuente: Dealogic, Nomura, Mergermarket, Nasdaq

> La cotización de News Corp*

En dólares por acción.



*Agrupación de los periódicos controlados por Murdoch. Se segregó el resto del grupo en 2013.

Ares Pavón



Rupert Murdoch, presidente de 21st Century Fox y de News Corp.

inmediato la integración europea.

Estrategia

Por un lado, Murdoch recibiría varios miles de millones por sus participaciones en Sky Italy y Sky Deutschland, que pueden ayudar a mejorar su oferta de 80.000 millones de dólares (59.000 millones de euros) por Time Warner, que ha sido rechazada. Por otro lado, la transacción le permitiría dejar en manos de BSKyB la gestión de sus televisiones europeas para centrarse en el mercado estadounidense, aunque manteniendo una participación significativa en la nueva Sky Europe.

Esta reorganización también sería más viable desde el punto de vista político. En 2011, Rupert Murdoch tuvo que retirar una oferta por el 61% de BSKyB que no controla, ante el furor desatado en la opinión pública por las escuchas telefónicas ilegales que realizaba *News of the World*, dominical del mismo grupo que tuvo que ser cerrado.

Matthew Walker, de **Nomura**, explica que "parece sorprendente la estructura de la nueva transacción, con BSKyB como comprador en lugar de Fox. Esto se debe a las ramificaciones políticas del caso de las escuchas de *News of the*

World, que llevó a un voto en la Cámara de los Comunes contra la oferta sobre BSKyB. Al realizar la operación a la inversa, se pueden empezar a generar economías de escala, sin descartar en el futuro un nuevo intento de Fox por adquirir BSKyB".

Los analistas discrepan sobre el precio y financiación de la potencial compra. Nomura estima que BSKyB deberá desembolsar 9.900 millones por la totalidad de Sky Italy y Sky Deutschland. Aunque Fox sólo tiene ahora un 57% de la filial alemana, la normativa bursátil exige una oferta pública de adquisición (opa) por todo el ca-

pital si se transmite esa participación. Según **JPMorgan**, el precio podría llegar a los 12.000 millones. Su analista Mark O'Donnell cree que sería una compra "excesivamente cara, con pocas sinergias y que tendrá problemas para obtener las autorizaciones necesarias".

Para evitar que Fox eleve su posición en BSKyB tras las opas, éstas tendrán que pagarse casi en su totalidad en metálico, sin posibilidad de dar acciones como parte del precio. Nomura cree que BSKyB tendrá que hacer una ampliación de capital de entre 2.000 y 4.000 millones de libras para financiarlas. UBS, sin embargo,

cree que no será necesaria esta ampliación.

Sky Europe sumaría 12.000 millones de libras de facturación y un beneficio bruto operativo de 2.000 millones. Tras su creación, es probable que el grupo afronte nuevos retos. Uno de los principales es la competencia de operadores de telefonía e Internet que ofrecen vídeo y televisión, como **BT** en Reino Unido. Una alianza de Sky con **Vodafone** o **Telefónica** en ese mercado y otros países europeos podría ser la respuesta, dicen los analistas de UBS.

La Llave / Página 2



El relleu de Canal 9, a l'espera

El sector audiovisual i el govern valencià busquen la manera de substituir uns mitjans públics en liquidació

SALVADOR ALMENAR
VALÈNCIA

El 29 de novembre del 2013 es van emetre les últimes hores de programació de Radiotelevisió Valenciana (RTVV). La resolució judicial que obligava l'empresa pública a readmetre uns 1.000 treballadors acomiadats de manera il·legal va motivar que el president de la Generalitat, Alberto Fabra, prengué la decisió de suprimir el servei públic que tant Canal 9 com Ràdio 9 havien prestat durant els últims 24 anys.

En els gairebé vuit mesos que han passat des del tancament de RTVV, el procés de liquidació, que s'espera que es culmini el juny de 2015, ha anat deixant moltes notícies. De moment, un centenar de persones continuen treballant en la societat per supervisar el procés que ha de suposar el desmantellament i venda dels béns dels quals es pugui treure profit i l'extinció de l'empresa Radiotelevisió Valenciana, SAU.

ILP a favor de la radiotelevisió

Aquest procés, que ha desproveït els valencians de mitjans públics, ha propiciat una gran contestació al carrer. A les protestes setmanals dels treballadors que gairebé de forma ininterrompuda s'han manifestat des del tancament s'hi afegeixen el rebuig dels ciutadans a la mesura presa pel govern de Fabra. Una bona mostra és que més de 45.000 valencians ja han signat a favor de la iniciativa legislativa popular (ILP) per una radiotelevisió pública, segons les últimes dades facilitades pels promotors de la campanya. El mínim perquè la ILP sigui admesa a tràmit a les Corts Valencianes són 50.000 firmes, una xifra que se superarà amb escreix.

El tancament de RTVV també ha despertat la creativitat de diferents periodistes, realitzadors i guionistes –alguns extrebassadors de la casa–, que han plasmat en diversos curtmetratges i en una novel·la l'abrupte i cruel tancament de la radiotelevisió. Concretament, el dia 16 es van presentar a l'Associació de la Premsa de Madrid quatre d'aquests projectes com són els curts *Res pública*, *ERE*, *El colp* i *Vergonya*.

Si el món cultural ha sigut l'encarregat de revisar les últimes hores de vida de RTVV, el polític s'ha posat a fer feina i en els últims mesos ha participat en diversos fòrums per



pensar una nova radiotelevisió pública. Tots els partits de l'oposició –socialistes, Esquerra Unida i Compromís– s'han compromès públicament a engegar una nova radiotelevisió o reobrir la vella RTVV si el maig de 2015 sumen majoria per governar al País Valencià.

Conveni amb TVE

Això serà en un futur. De moment, la realitat és que sembla que ningú vol fer negocis amb una RTVV en període d'extinció. En un mes s'han declarat deserts els concursos de licitació de la seguretat i de la neteja i jardineria dels locals de la societat.

Tampoc ha posat gaire interès el govern de Fabra a firmar l'anunciat conveni pel qual s'ampliaria en dues hores la desconnexió territorial de Televisió Espanyola (TVE). Una proposta que preveia que La 2 dediqués un magazín i una ficció diària per ampliar els continguts de proximitat i en valencià, però que té un problema afegit per la Generalitat: TVE no vol fer-ho de franc.

El futur de RTVV i dels treballadors, en mans de la justícia

El tancament de Radiotelevisió Valenciana ha suposat l'obertura de diverses causes judicials que hauran de determinar tant la legalitat de la liquidació de l'ens com la de l'acomiadament dels 1.600 treballadors.

El Tribunal Constitucional (TC) està pendent de resoldre el recurs d'inconstitucionalitat que va presentar el PSOE contra la llei de la Generalitat Valenciana que va suprimir la prestació del servei públic de radiotelevisió, mentre que l'Audiència Nacional estudiarà –un cop es pronuncii el TC– la demanda de la CGT contra l'ERO que va extingir els contractes dels treballadors. Per últim, un jutjat de Paterna investiga alguns exdirectius per la gestió patrimonial de l'ens.

Els empleats van mirar d'impedir el tancament fins a l'últim segon i durant 8 mesos han continuat protestant per la decisió. Ara, però, el seu crit és "RTVV tornarà".

BIEL ALÍÑO / EFE

La vida després de Canal 9

Els productors i la Generalitat volen reactivar el sector

● Pla d'ajudes públiques

La Generalitat Valenciana va començar a elaborar un pla amb el sector audiovisual poc després de tancar RTVV. El govern de Fabra va voler recompensar d'alguna forma un sector que, amb el tancament de la ràdio i la televisió públiques, va dir que "suposava la mort de l'audiovisual valencià". Aquesta percepció venia avalada pel fet que Televisió Espanyola només va comprar sis pel·lícules a l'audiovisual valencià entre els anys 2007 i 2013.

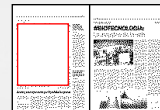
El pla d'ajudes de la Generalitat per als anys 2014 i 2015 preveu una inversió d'uns 8 milions d'euros: 3,6 milions per al primer any i 5 per al segon. Al llarg d'aquest mes està previst que es publiquin les bases per optar a les subvencions.

Segons va anunciar el govern valencià les ajudes "potenciarien totes les fases de la producció: escriptura de guió, desenvolupament de projectes, curtmetratges, continguts digitals multiplataforma i llargmetratges; així com totes les modalitats: documentals, animació i ficció".



● Un Canal 9 redimensionat

L'associació de productors valencians treballa en una proposta que servirà de carta de presentació del model de radiotelevisió pública pel qual aposten. Fins ara ha transcendit que seria una RTVV amb 300 treballadors contractats i amb el 50% de producció pròpia.



La compras de tecnológicas ya mueven más de 280.000 millones este año

El sector triplica el valor de sus operaciones respecto al primer semestre de 2013

A. Lorenzo MADRID.

El sector tecnológico y de telecomunicaciones está en plena eferescencia. Las compras y fusiones están a la orden del día y no se recuerda mayor actividad corporativa desde casi principio de siglo. Los expertos apuntan que las compañías han tomado conciencia de que sólo con cierto tamaño será posible competir en mercados condenados a reducir su número de jugadores.

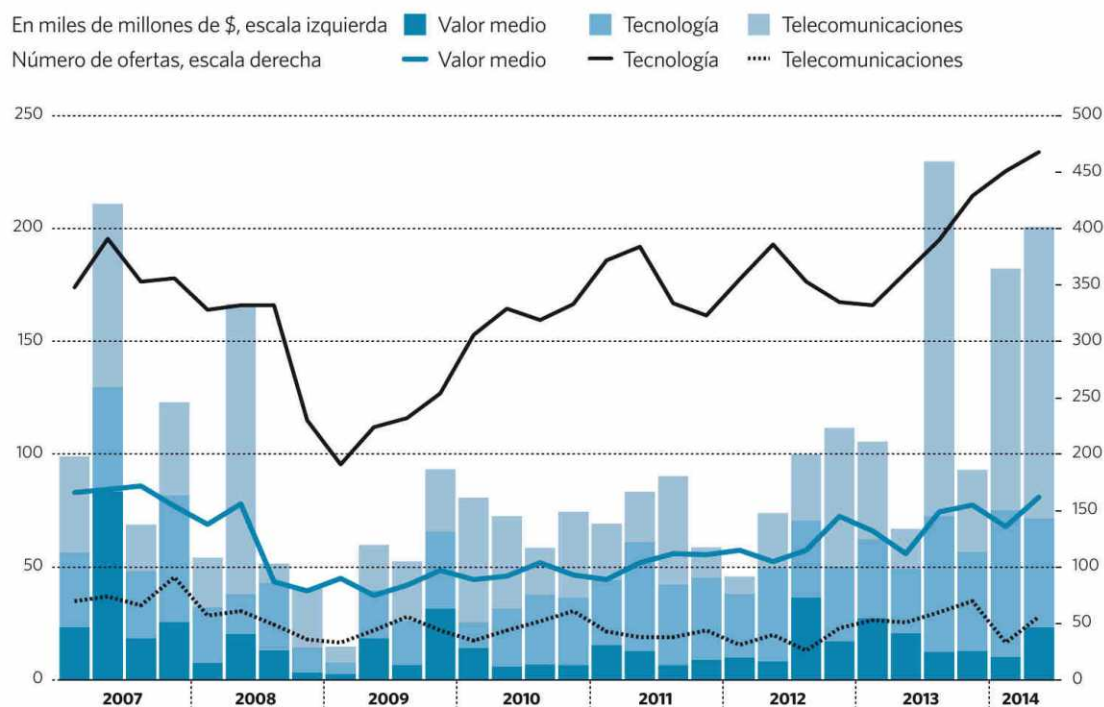
Sobre este nuevo mapa de operaciones empresariales ha trabajado la consultora Mergermarket, con un estudio referido al primer semestre del año que arroja una cifra superior a los 280.000 millones de euros solo en fusiones y adquisiciones. El incremento respecto al primer semestre del año pasado ronda el 122 por ciento. Los expertos aseguran que se trata de la cifra más elevada de la que se tiene constancia desde 2001. Además, apuntan que los sectores de tecnología y telecomunicaciones acapararon entre los pasados meses de enero a junio casi la cuarta parte del total de las operaciones empresariales. De esa forma, y sólo en el segundo trimestre de 2014, el importe de esas transferencias de empresas se cifra en 148.000 millones de euros, lo que viene a triplicar el dato del mismo periodo del año pasado (49.000 millones de euros).

El informe de Mergermarket precisa que el subsector de las telecomunicaciones fue quien llevó la voz cantante en el conjunto del sector tecnológico, con un total de 89 acuerdos firmados durante los seis primeros meses de 2014, valorados en 174.000 millones de euros, cifra que supera todos los récords del negocio desde que la consultora tiene registro estadístico. Buena parte de la culpa sobre la dimensión de estos datos hay que buscarla en

Adquisiciones en el sector tecnológico

Evolución trimestral

En miles de millones de \$, escala izquierda
 Número de ofertas, escala derecha



Fuente: Mergermarket.

elEconomista

la compra de Time Warner Cable por Comcast Corporation, del pasado 13 de febrero, valorada en 50.688 millones de euros. También sumó otros 48.400 millones de euros la adquisición de Direct TV por

parte de AT&T, realizada el pasado 18 de mayo. Fuera de Estados Unidos destaca la compra de la francesa SFR por Vivendi, con sede en Luxemburgo, valorada en 17.240 millones de euros. El 19 de febre-

ro también acaparó todos los titulares de la prensa económica la compra de WhatsApp por parte de Facebook, a cambio de 13.800 millones de euros. En el mismo periodo también hay que contabilizar la compra de la holandesa Ziggo por parte de la británica Liberty Global, operación realizada el 27 de enero y valorada en 10.000 millones de euros.

En el censo de grandes adquisiciones del semestre no aparece la compra de Ono por parte de Vodafone, valorada en 7.200 millones de euros. Pese a que se anunció el pasado febrero, la adquisición todavía no se ha formalizado. Ese último trámite se realizará en los próximos días de esta semana, según ha podido saber este periódico.

Estados Unidos lleva la voz cantante con el 62% de las adquisiciones

Estados Unidos lleva la delantera al resto del mundo en materia tecnológica y todo apunta a que mantendrá su liderazgo global durante mucho tiempo. Según Mergermarket, el empeño de las empresas estadounidenses por invertir en innovación tecnológica les ha llevado a acaparar el 62 por ciento de las grandes operaciones mundiales del sector durante el primer semestre del año, con un importe de 63.500 millones de euros, frente a los 28.500 millones de euros de Asia-Pacífico y los 66.300 millones de euros registrados en Europa.



Unedisa abre la puerta a más bajas tras eliminar 682 empleos desde 2009

Los trabajadores pueden sumarse al plan de salidas voluntarias pactado en 2013

Á. S. MADRID.

Unidad Editorial (Unedisa) abre la puerta a más bajas voluntarias después de haber eliminado 682 empleos desde 2009. Desde que la editora de *El Mundo* compró el grupo Recoletos (*Expansión*) por unos 1.000 millones de euros ha aprobado planes de ajuste casi anuales. Así, en los últimos casi cinco años la plantilla del grupo mediático ha pasado de los 2.100 trabajadores a los 1.418 con los cerró junio de 2014.

Unedisa ha abierto un plazo de salidas voluntarias que se tendrán que negociar y en las que la dirección se ha reservado un derecho de veto, explican los representantes de los trabajadores. Según los cálculos de la editora se podrán sumar entre 20 y 25 profesionales. Las condiciones son las mismas que las pactadas en el plan de salidas voluntarias de 2013 en el que se fueron hasta 105 trabajadores, lo que supuso una indemnización de 12,03 millones, según recoge las últimas cuentas publicadas por la sociedad. Las condiciones son 35 días por año trabajado con un máximo de 24 mensualidades y 5.000 euros lineales.

5

MILLONES DE EUROS

Son los ahorros anuales previstos por Unidad Editorial tras pactar con la plantilla una rebaja salarial hasta 2017

18

MILLONES DE EUROS

Son las pérdidas que registró el diario *El Mundo* en 2013. Ese año sufrió una importante caída de ventas y publicidad.

Esta ventana de salidas forma parte del ajuste pactado con la plantilla el mes pasado. Tras varios meses de tiras y aflojas, la plantilla ha aprobado, con un 77 por ciento de los votos a favor, un recorte salarial de entre un 3,25 y 8,5 por ciento. Los sueldos de menos de 27.000 euros brutos al año se quedan fuera del recorte. La bajada salarial se ha pactado hasta 2017 y, a su vez, se



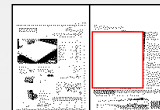
Antonio Fernández Galiano, consejero delegado de Unedisa. NACHO MARTÍN

prorrogado el convenio colectivo hasta diciembre de 2015. Los representantes de los trabajadores prevé retomar las negociaciones del convenio en octubre y han asegurado que será de coste cero, es decir, que no incluirá ni aumentos ni bajadas salariales, lo que implica que recuperarán los perdido con este ajuste a partir de 2018.

Pérdidas y caída ventas

El objetivo de este enésimo recorte, que incluye la eliminación de los cheques de comida y la construcción de un comedor, es ahorrar unos 5 millones de euros al año. La matriz de Unedisa, RCS presionó al grupo para que realizara ajuste adicionales ante la mala marcha de los resultados en el primer trimestre del año. Los ingresos de la editora de *Expansión* cayeron entre enero y marzo un 9,73 por ciento hasta los 79,7 millones de euros y registró unas pérdidas brutas (ebit) de 25,4 millones, 7,8 millones más que en el mismo periodo de 2013. A su vez, en mayo, las ventas de *El Mundo*, cayeron a doble dígito.

En cuanto a los malos resultados de la cabecera del grupo, llueve sobre mojado. En 2013 y en pleno enfrentamiento con el Gobierno por Bárcenas, *El Mundo* perdió 18 millones de euros y las ventas cayeron un 13,8 por ciento. Esta mala evolución fue la que alegó la dirección de RCS para despedir a Pedro J. Ramírez y poner como director a Casimiro García Abadillo. En 2013, *Expansión* perdió 8,3 millones de euros y Marca, 6,19 millones.



«Forbes» se vuelve global

Un grupo de inversores asiáticos compra la revista por 326 millones de euros

Gerardo Granda -Madrid

La revista «Forbes» lleva 97 años en los kioscos como uno de los más importantes iconos del capitalismo estadounidense. Desde su fundación en 1917 por B. C. Forbes se ha mantenido como una empresa familiar, pero este viernes su redactor jefe, Steve Forbes, nieto de aquél, comunicó en la web de la publicación que un grupo de inversores con sede en Hong Kong controlará desde ahora su destino con la intención de aumentar la presencia global de la revista y enfocar una nueva ruta que responda a los desafíos que plantea internet para la prensa actual. La familia Forbes seguirá en la dirección de la empresa –se calcula que mantendrá un 20%– y podrá continuar con su línea editorial, al menos de momento.

En 1917 un columnista de finanzas del entramado Hearst con apellido Forbes y su socio Walter Drey fundaron la revista que más tarde se convertiría en una especie de biblia del capitalismo. Su éxito aumentó con Bruce y Malcom Forbes en los años 50 y 60. El primero dobló la circulación de la publicación y el segundo comenzó los artículos de listas por las que la revista se hizo famoso –la primera data del 2 de marzo de 1918–. El actual presidente y editor jefe, Steve Forbes cogió las riendas en 1961. Los siguientes años fueron de bonanza, con ediciones distintas de la revista que incluyen «ForbesLife» y comenzaron los títulos internacionales como «Forbes Asia», y la diversificación con la creación de Forbes Conference



Sobre estas líneas, el fundador de la revista, B. C. Forbes. A la derecha, el número de julio

Group, Forbes Investment Advisory Group y Forbes Custom Media. Financieramente la situación se volvió complicada en 2006 por lo que un grupo de inversionistas, Elevation Partners, que incluye al cantante de U2 Bono, compró un interés minoritario de la compañía. En 2009 anunció el lanzamiento de otras ediciones mundiales como la de India llegando a 10 ediciones extranjeras.

El pasado viernes, Steve Forbes anunció la venta de la revista al grupo formado por Integrated Asset Management (Asia) Limited, fundada por Tak Cheung Yam y Wayne Hsieh, co fundador de la marca Asus, de

computadoras con sede en Singapur por un valor que «The New York Times» estima en 475 millones de dólares (más de 326 millones de euros). «Este es un hito importante para nuestra familia y la compañía y estamos encantados de asociarnos con ellos. Nuestros socios respetan nuestra marca y sus valores. La mejor evidencia es su insistencia en la participación de la familia Forbes, la gestión actual y nuestro equipo editorial», declaró Steve Forbes. Esta entrada supondrá la salida de Elevation Partners, que tenía el 85% de la compañía. La revista buscaba liquidez después de intentar vender la empresa a grupos como Axel Springer y tener que deshacerse la sede de la revista en Nueva York.



Presencia internacional.

La revista tiene seis millones de lectores en EE UU, ediciones en 63 países y 21 idiomas. De izda. a dcha., la publicación para África, España, Tailandia y Rusia.



EL CONTRAPUNTO

ISABEL
SAN SEBASTIÁN

MORDAZAS

Nunca resultó sencillo, ni mucho menos barato, servir únicamente al derecho a la información que pertenece a los ciudadanos

VIERNES, media mañana, apuro un café con hielo en una terraza madrileña, cuando se acerca a la mesa una mujer joven, desconocida, con aspecto de ejecutiva, y me lanza:

—He sabido de la demanda interpuesta por Gonzalo Boye contra sus compañeros Isabel Durán y Alfonso Rojo. Soy abogada, le conozco, no se dejen amordazar, por favor.

Respondo con el compromiso de no hacerlo y se despide, sonriendo, mientras yo empiezo a preguntarme si estaremos en condiciones de honrar esa promesa y, en caso afirmativo, hasta cuándo. Hasta cuándo resistirá en España el periodismo independiente la brutal presión cruzada de la que es víctima. Hasta cuándo y, sobre todo, cómo.

Gonzalo Boye estudió la carrera de Derecho en la cárcel, mientras cumplía una pena de catorce años por colaborar con ETA en el secuestro de Emiliano Revilla. Hoy día forma parte de un próspero bufete, dirige una revista y defiende al juez Elpidio Silva, acusado de prevaricación. Isabel y Alfonso le calificaron en una tertulia de «terrorista», basándose en la citada condena firme, impuesta en su día por la Audiencia Nacional. Boye les pide nada menos que 300.000 euros de indemnización, en una querella sorprendentemente admitida a trámite por un juzgado de la capital. Una cantidad aún mayor me exigió a mí hace años el doctor Mon-

tes, abanderado de la eutanasia, en un pleito que finalmente se resolvió a mi favor después de que el tribunal me obligara a depositar durante casi cuatro años una fianza de 30.000 euros, con el consiguiente trastorno económico por el que nadie me ha resarcido. Yo aboné de mi bolsillo ese dinero. No me consta que Montes, presidente de un tinglado llamado «Derecho a Morir Dignamente», hiciera lo mismo. No lo ha hecho, desde luego, Pablo Iglesias, al demandar a Esperanza Aguirre y Eduardo Inda recurriendo para ello a una cuestación popular entre sus simpatizantes. Ignoro si alguien financiará a Boye. Lo que sé seguro es que la mayoría de los periodistas no disponemos de recursos suficientes para afrontar los gastos inherentes a un proceso de este tipo, lo que significa que la mera amenaza de una querella puede bastar para taparnos la boca, por mucho que la verdad esté de nuestra parte. Y callar es tanto como abdicar un principio sagrado del oficio, defraudando las expectativas de quien nos lee y escucha confiando en nuestra palabra. ¿Cómo escapar a esta diabólica trampa?

Nunca resultó sencillo, ni mucho menos barato, servir únicamente a la libertad de expresión y al derecho a la información que pertenece a los ciudadanos. Siempre pagamos un alto precio por defender la independencia, en el bien entendido de que con ella protegíamos no solo nuestro honor, sino un pilar esencial de esta democracia que precisa de luz y taquígrafos. Algunos de nosotros llegamos a jugarnos la vida, además del puesto de trabajo, convencidos de que esa actitud merecía la pena y respondía a la vocación que nos llevó a tomar este camino tortuoso. Pero el desamparo pesa y la soledad abruma, porque vamos quedándonos solos, cada vez más solos, frente a los actos de intimidación mafiosos, las presiones políticas, vetos y listas negras, los mercenarios de la voz o la pluma, la desaparición de medios de comunicación y la consiguiente penuria económica. Las mordazas se multiplican y ahogan al periodismo. Cuando muera, si al fin muere, nadie se opondrá a la corrupción, la demagogia, la manipulación de las conciencias o las mentiras impunes. Y entonces irán a por otros...



Marta Cailà ha estat tretze anys al capdavant del *Via lliure*. RAC1

Marta Cailà s'incorporarà al setembre al 'Versió RAC1' de Clapés

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Marta Cailà es va acomiadar ahir de tretze anys al capdavant del magazín *Via lliure* -dels caps de setmana a RAC1- i ho va aprofitar per anunciar que, la temporada que ve, formarà part de l'equip de Toni Clapés al *Versió RAC1*. Ho va explicar en directe, en un comiat que tenia enregistrat per si de cas s'emocionava massa, però que finalment va poder pronunciar en temps real, acompanyada d'amics i col·laboradors a l'estudi: "Me'n vaig contenta, perquè em fa molta il·lusió treballar amb l'equip del Toni Clapés la temporada que ve. Tot té un principi i un final. I les etapes noves segur que portaran noves il·lusions".

Cailà ho va aprofitar per fer balanç: "Tretze anys presentant un programa de ràdio com aquest en una emissora com aquesta,

jo crec que és molt. Em sento la dona més afortunada del món i penso que hi ha grans periodistes que ho podrien haver fet". La periodista va lloar la química que es va crear amb l'equip: "No puc demanar més. Em sento valorada, estimada, m'ha arribat un carinyo enorme i hem fet un equip que ha tingut una màgia especial. Hem fet unes festes espectaculars i hem passat unes bones estones increïbles". També va tenir paraules per als col·laboradors: "Han cobrat poc, això també s'ha de dir, però han vingut perquè s'ho passaven bé".

Cailà va desvelar també que el periodista Xavier Bundó serà qui recollirà el testimoni a partir del setembre i es convertirà en el nou presentador del *Via lliure*: "Estic contenta que apostin per gent de la casa. Si aquí tenim talent, que hi apostin. Us sentireu fantàsticament bé escoltant-lo", va concloure adreçant-se als oients.



LA TIERRA
MEDIA

VICENTE
LOZANO

La prensa líquida

¿CÓMO SE le explica a alguien que puede acceder a 600.000 libros pagando 7,40 euros (9,99 dólares) al mes y que leer los 30 ejemplares de este periódico en ese periodo le cuesta 46,40 euros? Ciertamente son actividades distintas, pero una vez más vemos cómo internet devalúa la mayor parte de los negocios por los que circula. Eso es bueno para los ciudadanos, que pagan menos por mejores servicios, pero muy malo para quien vivía de ello, mientras no consiga adaptarse a los nuevos tiempos.

La prensa –no el periodismo– está sufriendo como nadie el tránsito a lo digital justo cuando los ciudadanos tienen acceso a más información que nunca. Escuché a un experto explicar que la información fue líquida –con el concepto de liquidez del polaco Zygmunt Bauman– desde el inicio de la historia –Filípides corrió 42.195 metros para dar una exclusiva y los juglares contaban en crónicas las gestas del Cid por las plazas de los pueblos– hasta la aparición de la imprenta a mediados del siglo XV. Este invento *solidificó* la comunicación: un editor decidía qué era información y cuándo y cómo se difundía. Al ciudadano sólo le quedaba adaptarse al proceso. Así permaneció hasta que, en 1989, Tim Berners-Lee puso en marcha la World Wide Web. Con ella, devolvió la liquidez a la información... y trajo las penurias a los

«Lo que sabe hacer la prensa es contenido. Y contenido es lo que piden los nuevos actores de internet»

periódicos. Hoy, contenidos escritos, hablados y grabados fluyen sin control entre los ciudadanos, que a su vez se convierten en receptores y emisores de los mismos.

Desde aquí debe partir cualquier reflexión sobre la reconversión de la prensa. El periódico impreso sigue siendo el sustento del negocio. Entre otras cosas porque es la conciencia de la sociedad o al menos esa debería ser su fortaleza. Pero ese internet líquido abre multitud de posibilidades. Al final, lo único que sabe hacer la prensa es contenido. Y contenido es lo que necesitan los nuevos actores de internet, que son ya medios de comunicación. Me refiero a Apple, Google, Samsung, LG... y a Movistar, Vodafone, Orange, Masmóvil.... A través de aplicaciones en sus tiendas virtuales, con contenidos específicos, mediante acuerdos comerciales... Por ahí veo el apasionante futuro de los periódicos. Apasionante, sí.

Por eso duele que PP, PSOE y CiU aprueben mañana una Ley de Propiedad Intelectual que, en lo referente a la prensa, se incorpora a esta autopista de la información justo en sentido contrario. Y duele mucho más que esté auspiciada por algunos editores.

@vicentelozano



Berenberg recomienda vender Atresmedia

Berenberg ha fijado un precio objetivo de las acciones de Atresmedia en 9 euros, un 10,26% por debajo de su cierre del viernes (10,03 euros). Los analistas del banco alemán recomiendan vender el valor en Bolsa.



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/07/14	Israel no se responsabiliza de la seguridad de los periodistas en Gaza / Periodistas en Español	54	1
21/07/14	10 agencias de información alimentadas por periodistas ciudadanos / Periodismo Ciudadano	55	2
21/07/14	Cal formació universitària per a ser periodista? / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	57	2



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Israel no se responsabiliza de la seguridad de los periodistas en Gaza

Domingo, 20 de julio de 2014

El Gobierno israelí ha enviado un mensaje a los periodistas que cubren la operación militar en Gaza en los que advierte que no se responsabiliza de la seguridad de los profesionales de la comunicación que se hallen en el interior de la franja. El reportero palestino freelance Jaled Hamad murió hoy, junto al conductor de una ambulancia, en un bombardeo del Ejército israelí contra el barrio de Shahaiya en Gaza, informan las agencias internacionales. Bernat Armangue. Gaza Desde que el pasado 8 de julio el Gobierno de Israel lanzara la operación aérea Margen Protector han muerto más de 370 personas, en su inmensa mayoría civiles, entre ellas un centenar de niños. En solo 72 horas de incursión del ejército de tierra, han muerto ya cerca de un centenar de palestinos, en su inmensa mayoría civiles, 40 de ellos solo esta noche en la operación contra el barrio de Shahaiya. Gaza y las áreas cercanas son campo de batalla. Cubrir las hostilidades pone en riesgo para las vidas de los periodistas y, en ningún caso, Israel es responsable de las heridas y los daños que se pueda producir como resultado de informar sobre el terreno, se añade. El Gobierno de Israel argumenta la alerta en que los periodistas extranjeros están siendo usados como escudos humanos por el movimiento islamista Hamas, una argumentación que Israel también utiliza contra la población civil gazatí.

10 agencias de información alimentadas por periodistas ciudadanos

Lunes, 21 de julio de 2014

Con el creciente auge del periodismo ciudadano en todas las parcelas de la profesión periodística, era lógico que tarde o temprano nacieran las agencias ciudadanas de noticias. Desde PC ya os hemos hablado en otras ocasiones de ellas, pero algunas han evolucionado o han sufrido procesos de evolución y compra. A continuación os dejamos una variada lista de agencias ciudadanas provenientes de distintos puntos del mundo. Las imprescindibles

- 1- Examiner: se trata del gigante del periodismo hiperlocal en EE.UU que ha conseguido tener una legión imparable de periodistas ciudadanos. Estos, desde una perspectiva local, abordan una enorme variedad de temáticas en las que se mezcla conocimiento y actualidad. Si bien es cierto que no solo se dedica a las más rabiosa actualidad, una de sus secciones más amplias es precisamente News. Sobre todo, después de la adquisición en 2009 del portal de noticias ciudadanas NowPublic (de la que puntualmente os informamos en su momento). Los examiners son compensados en función del tráfico publicitario y del número de clicks que generen sus aportaciones.
- 2- Breaking News de Demotix : en este caso las noticias se presentan a golpe de imagen. Ante un acontecimiento noticiable, los reporteros de esta plataforma se lanzan a la calle a por sus historias. El relato se hace a través de una serie de imágenes que registran el evento en cuestión, acompañadas por una breve descripción. En esta plataforma encontramos un gran número de fotógrafos freelances, pero no está limitado a este tipo de perfil, hay ciudadanos interesados en la fotografía que también participan. El único requisito para tener éxito es saber narrar mediante imágenes. Demotix, se encarga de dar el visto bueno y publicar estas historias y una vez hecho, las pone a la venta para que puedan ser adquiridas por distintos medios de comunicación remunerando a su autor. El éxito conseguido por la agencia de fotoperiodismo ciudadano Demotix, desde su creación en 2008 , tuvo como consecuencia su adquisición en 2012 por Corbis , la agencia audiovisual de Bill Gates. (Si estáis interesados en saber más de Demotix, a continuación tenéis todos los post de PC en los que os hemos hablado de ella).
- 3- Newsmode: creada en Gran Bretaña, esta agencia de noticias permite a periodistas e informadores de todo tipo vender sus contenidos directamente a los medios de comunicación. Esta plataforma, creada por Rakhal Ebeli, ex periodista australiano de Channel Ten, tiene como objetivo convertirse en un intermediario entre periodistas e informadores y los medios de comunicación. Con labor social
- 4- Citizen News Service (CNS) : constituye un servicio de noticias sobre las poblaciones afectadas en temas de salud, desarrollo y derechos que buscan respuestas. El grupo de personas que dan luz a estos asuntos abarca desde periodistas ciudadanos y blogueros, hasta científicos y los propios afectados. En general, se trata de colaboradores que conocen y viven apegados a estos problemas. La sede central se encuentra actualmente en la India, pero posee corresponsales en todos los puntos críticos en relación a estas cuestiones (sobre todo, Asia-Pacífico y África). Las publicaciones pueden ser distribuidas por otros medios bajo licencia Creative Commons (CC) con

atribución. Para conseguir que este material tenga una mayor difusión trabajan con cuatro idiomas (inglés, hindi, urdu y thai) y cuentan con cuatro horas de radio diarias en una emisora del norte de Tailandia.

5- Agencia de la Buena Noticia Guajuviras : en ella jóvenes de Guajuviras, un barrio del estado de Rio Grande do Sul (Brasil) asolado por la delincuencia y la marginalidad, se convierten en periodistas ciudadanos con un único fin: dar noticias positivas sobre el lugar donde viven. Como ya os contamos hace cuatro años en PC, el proyecto se ideó en la Universidad del País Vasco y fue encabezado por la periodista brasileña Andrea de Freitas. Pues bien, a día de hoy el proyecto sigue en marcha. Cada año la agencia forma a cientos de jóvenes para que sean capaces de crear sus propias informaciones. La iniciativa, que continúa financiada por el Ministerio de Justicia y enmarcada en Programa Nacional de Seguridad y Ciudadanía, se ha conseguido extender y cubre también la barriada de Mathias Velho. Después de pasar por algunos blogs como medio de difusión para sus noticias, desde hace algún tiempo apuestan por el formato en vídeo. Así, su canal de Youtube es actualizado frecuentemente y cuenta con distintas secciones. La Agencia de la Buena Noticia se ha instaurado como un ejemplo a seguir para otras localidades brasileñas y a nivel nacional ya cuenta con distintos galardones. En español

6- Agencia medio a medio : los materiales de esta agencia de noticias chilena los elaboran un conjunto de personas que participan en medios comunitarios y ciudadanos de todo el país. El objetivo es producir información independiente que habitualmente pasa desapercibida en los medios nacionales. En esta línea, se abordan informaciones sobre los pueblos indígenas, mujer o trabajo.

7- Agencia Periodística de la Calle : espacio donde los vecinos de La Plata (Argentina) tienen la oportunidad de dar noticias de proximidad. Previa lectura de unos consejos de detección, producción y redacción, cualquier vecino puede enviar sus informaciones. Así, pretenden montar en una sala de redacción online donde todo el mundo puede contribuir a difundir la actualidad del lugar donde viven.

8- Por su parte, las agencias convencionales también han querido dar una oportunidad al periodismo ciudadano . Tal es el caso de la agencia de prensa Belga que a través de ihavenews.be incita al envío de aquellas informaciones interesantes y noticiables, pese a que en sus inicios se inauguró con gran polémica .

9- La agencia Xinhua también ha sido otra de las que ha decidido abrirse a noticias ciudadanas mediante IFocus . El año pasado lanzaba un pack de aplicaciones que establecían la oportunidad de que cualquier persona con ellas instaladas pudiese enviar fotos, vídeos e informaciones de primera mano.

10- Similar fue la apuesta de AFP con Citizenside , de la que os hemos informado en varias ocasiones .

Cal formació universitària per a ser periodista?

Lunes, 21 de julio de 2014

El debat al voltant si cal formació universitària per exercir la professió periodística pot semblar tancat perquè, de fet, existeix de fa dècades formació reglada universitària de periodisme. Tot i això hi ha dos elements que confirmen que la polèmica és oberta: no hi ha cap regulació legal sobre les vies d'accés a la professió -no cal el títol per exercir-la- i, de fet, entre les entitats professionals hi ha disparitat de criteris al respecte. En els dos extrems se situarien els que creuen que per a ser periodista cal formació universitària prèvia i els que afirmen que es pot aprendre directament en el dia a dia d'una redacció, tot i que hi ha infinitud de postures intermèdies i matisos. De fet, les diferents organitzacions professionals apliquen criteris dispars per definir el que és periodista i, per tant, per l'accés a la professió i a ser membres d'aquestes associacions. Més enllà de si cal formació universitària o no, el debat de fons és quines són les vies d'accés a ser periodista i com es regulen, si és que cal fer-ho. Arreu d'Europa hi ha múltiples maneres d'accedir a la professió. Per exemple, a Itàlia per a ser periodista sha de superar un examen que revisa un tribunal de professionals de la comunicació, però hi ha la condició prèvia d'haver obtingut la llicenciatura. En canvi, a Portugal es demanen entre 12 i 24 mesos d'experiència provada en funció de la titulació que es tinga. Mentre que a França cal demostrar que la major part dels ingressos procedeixen d'exercir el periodisme, a Alemanya ho acredita o bé l'Associació Periodistes Alemanys o els sindicats amb un carnet de l'entitat. Al nostre país la via d'accés a la professió és lliure, no perquè ho siga de forma explícita, sinó perquè, senzillament, no sha legislat sobre la matèria. Una de les motivacions per apostar per la titulació universitària és que permet tenir una eina per impedir l'intrusisme professional i dota de certa dignificació -en comparació a altres professions- i qualitat al periodisme. Si l'accés és totalment lliure, com ara, no es pot parlar, legalment almenys, d'intrusisme com si que es pot fer en altres professions -com ara metge, advocat o arquitecte- en les quals no es pot exercir sense el títol d'estudis superiors. Un exemple d'aquesta postura és la campanya de la Federação Nacional dos Jornalistas -el sindicat de periodistes brasiler- que es va revoltar contra la supressió del requisit de titulació universitària per treballar als mitjans de comunicació. Els sindicalistes brasilers consideraven que no exigir-la era una porta oberta a l'intrusisme i la precarització de la professió perquè hi podia accedir qualsevol sense formació, ni experiència. Des del seu punt de vista, amb aquesta mesura safavoria els interessos de les grans empreses informatives. D'altra banda, una de les motivacions per defensar que no cal formació universitària seria que si es fes efectiva s'exclouria a una part important de la professió que hi ha accedit per la via de la pràctica. Es tracta d'aquells que pensen que l'experiència professional és la clau per a ser un bon periodista i no uns determinats estudis. L'exigència de titulació limitaria, alhora, noves realitats com ara el periodisme dels mitjans comunitaris que no està professionalitzat o l'anomenat periodisme ciutadà. I aquests són només alguns dels arguments a favor i en contra de l'exigència de titulació superior per exercir el periodisme, en podria citar més. Continguts de la

formació i límits del periodisme Si assumim que anem a exigir una titulació caldria tenir en compte quins continguts té aquesta formació actualment per veure si són exigibles. I aquí és on ve un primer matís: potser cal demanar el pas per la universitat però en aquest període destudis hauria de tenir un pes molt major les pràctiques a l'empresa informativa, perquè, reconeixem-ho, el nostre ofici té molt de pràctica. I posats a parlar de l'accés a la professió de periodista, per a regular-lo haurem de delimitar què és el periodisme. Inclou totes les possibles ocupacions on es valora la formació i l'experiència de periodista o només la informació que produeixen els mitjans de comunicació? Són periodistes els que treballen en gabinets de comunicació, els gestors de comunitats on-line o els que participen en mitjans comunitaris -que en molts casos no ho tenen ni com una font d'ingressos-? De ser exigible un títol universitari de periodista, ho seria també en aquestes ocupacions que són, en el dos primers casos, els grans nínxols d'ocupacions que té el sector ara mateix? El debat seria, si més no, intens i si decidim que sí, llavors aquestes opcions professionals haurien de ser més presents en la formació. Els mitjans comunitaris compliquen una mica més la situació: poden tenir professionals remunerats però funcionen bàsicament a partir de voluntariat i activisme. Molts dels que hi participen no tenen la llicenciatura de periodisme, tot i que cal remarcar que hi ha una nova generació de periodistes -amb formació universitària- que han col·laborat en mitjans com la Directa o Diagonal Periodico, La Tele, etc. perquè no han trobat opcions a les seues inquietuds professionals als mitjans de comunicació privats o públics. En aquest sentit, crec que les universitats haurien d'incloure la comunicació per al canvi social en els seus continguts: tant per mitjans comunitaris com per a aquells periodistes de gabinets que treballen per moviments socials. Personalment crec que l'exercici del periodisme precisa de formació específica: de tècnica, de coneixements teòrics i d'una cultura general considerable, i que cal conscienciar els professionals de la funció social que fa el periodisme i de la responsabilitat i ètica del periodista. Alhora, opine que hi ha una part important de pràctica sense la qual, l'ofici, en realitat, no saprè. El que no tinc clar és que siga l'actual formació la que shaja d'exigir per a ser periodista perquè considere que té certes carències. En la meua opinió caldria qüestionar-nos com a professió -a partir de les associacions de periodistes- i col·lar amb les universitats quina formació fa falta per exercir la nostra professió, si s'adapta a la seua realitat i si forma de manera efectiva i amb pràctica. Sóc daquells que opina que una vegada consensuada i adaptada als nous periodismes i necessitats del mercat laboral, la formació per ser periodista, que hauria de ser diferent a la que sofereix actualment, hauria de ser obligatòria per exercir la professió. El debat és obert, tot i que moltes vegades no de forma explícita. Si, finalment, creiem que no cal cap formació, explicitem-ho amb una regulació legal i determinem quines són les vies d'accés. Sóc dels que creu que la regulació genera garanties, drets i deures i per això hi aposte. A més, legislar al respecte pot ser una de les eines contra la precarització i desvaloració d'una professió tan important pel sistema democràtic com la de periodista.