



RECULL PREMSA CAP D'ANY I REIS

07/01/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

60



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.
04/01/15	CONVOQUEN EL PREMI TERRES DE L'EBRE DE PERIODISME / DIARI DE TARRAGONA	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/01/15	TV3 LIDERA PER CINQUE ANY SEGUIT, PERO AMB EL SEU MINIM HISTORIC / ARA	9	1
02/01/15	CANAL SUR INVESTIGA EL «CAMPANAZO», QUE YA HA COSTADO EL PUESTO A UN DIRECTIVO / ABC (EDICION NACIONAL)	10	2
31/12/14	LLEGA A ESPAÑA LA TELEVISIÓN DEL PAPA / ABC (ALFA Y OMEGA)	12	1
02/01/15	EUGENIO SUÁREZ, FIGURA DEL MEJOR PERIODISMO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	13	1
02/01/15	EL GRAN ATREVIMENT PSICALIPTIC / EL PUNT AVUI	14	2
02/01/15	THE GUARDIAN' BUSCA NOU DIRECTOR EN UN ANUNCI DE FEINA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	16	1
02/01/15	TV3HD JA EMET PER LA NOVA FREQUÈNCIA RELLOGADA AL GRUP GODÓ / ARA	17	1
02/01/15	EL GRUPO PRISA ENTRA EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE LA 'PUNTOCOM' OFFERUM / EXPANSION (CATALUÑA)	18	1
02/01/15	UN NUEVO JUICIO A 3 PERIODISTAS ACERCA A EGIPTO Y QATAR / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	19	1
02/01/15	DIMITEIX UN DIRECTIU DE CANAL SUR PEL FIASCO DE LES CAMPANADES / ARA	20	1
02/01/15	EL NOU MITJÀ DE PEDROJOTA ES DIRÀ EL ESPAÑOL I SORTIRÀ A LA TARDOR / ARA	21	1
02/01/15	ELS PERIODISTES D'AL-JAZIRA TORNARAN A SER JUTJATS A EGIPTO / REGIO 7	22	1
03/01/15	TV-3 I T-5, UN ALTRE ANY LÍDERS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	23	1
03/01/15	EUGENIO SUÁREZ (1919-2014) UN ESCÉPTICO DE CONVICCIONES FIRMES / ABC (EDICION NACIONAL)	24	1
03/01/15	EL AÑO DE 'CITIZENFOUR' / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	25	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
03/01/15	YAHOO QUIERE COMPRAR UN CANAL: CNN Y SCRIPTS, SUS FAVORITOS / EL ECONOMISTA	26	1
03/01/15	FALLECE MIGUEL ÁNGEL FERRER, DIRECTOR DE «OTRA MOVIDA» / LA RAZON	27	1
03/01/15	LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN TELEVISIÓN CRECE UN 10% EN 2014 / EXPANSION	28	1
04/01/15	EL VELL OFICI D'EXPLICAR EL MÓN. MIGUEL-FERNANDO RUIZ DE VILLALOBOS / ARA	29	1
04/01/15	L'AGREGACIÓ, SEGREGADA / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	30	2
04/01/15	EL LLOT I LA SAÓ DE L'OASI / ARA	32	1
04/01/15	AY, PERIODISTAS... por QUIM MONZÓ / LA VANGUARDIA (MAGAZINE)	33	1
04/01/15	Miguel García Sánchez, PIONERO DEL PERIODISMO ECONÓMICO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	34	1
04/01/15	UNA MIRADA FEMENINA. EL DEFENSOR DEL LECTOR Josep Rovirosa / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	35	1
04/01/15	LA 48 MARATÓN 'CAP NEN SENSE JOGUINA' LLEVA LA MAGIA DE LOS REYES A LOS NIÑOS DESFAVORECIDOS / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	36	1
05/01/15	TVE, MÁS DINERO ¿Y SHARE? / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	37	1
05/01/15	LOS JUICIOS PARALELOS, ¿DÓNDE ESTÁN LOS LÍMITES? / EXPANSION	38	1
05/01/15	'CAP NEN SENSE JOGUINA' ARRIBA AVUI A LA 48A EDICIÓ / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	39	1
05/01/15	BON PERIODISME PER A LA NIT DE REIS (SENSE ESPÒILERS) / ARA	40	1
05/01/15	PILAR CERNUDA: ¿LAS NUEVAS GENERACIONES DE PERIODISTAS SERÍAN MEJORES SI LEYERAN" / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	41	1
05/01/15	EL CEO DE NETFLIX PRONOSTICA QUE LA TELE TRADICIONAL MORIRÀ EL 2030 / ARA	42	1
05/01/15	MÈXIC SEGRESTEN UN PERIODISTA A VERACRUZ / EL PUNT AVUI	43	1
06/01/15	PROPIEDAD INTELECTUAL: CLAVES DE UNA NUEVA LEY / EL PAIS (ED. NACIONAL)	44	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
06/01/15	PILAR CERNUDA: INTERNET NO ACABARÁ CON LA PRENSA' / DIARI DE TARRAGONA	45	1
06/01/15	SOCIETAT CIVIL CATALANA DENUNCIA A TV3 POR «FALTA DE PLURALIDAD» / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	46	1
06/01/15	EL SEÑOR QUE CREÓ 'EL CASO' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	47	1
06/01/15	CANAL SUR ABRE EXPEDIENTE A TRES EMPLEADOS POR EL ERROR DE LAS UVAS / ABC (EDICION NACIONAL)	48	1
06/01/15	SOCIEDAD CIVIL CATALANA DENUNCIA A TV3 POR SU «FALTA DE PLURALIDAD» / ABC (EDICION NACIONAL)	49	1
06/01/15	RTVA OBRE EXPEDIENTE A TRES TREBALLADORS DE CANAL SUR / LA VANGUARDIA (ED. CAT) VIURE A BARCELONA	50	1
06/01/15	SOCIETAT CIVIL PIDE ESPACIOS CONTRARIOS A LA RUPTURA EN TV3 / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	51	1
06/01/15	MOR ALS 49 ANYS EL POPULAR PERIODISTA ESPORTIU DELS EUA STUART SCOTT / DIARI DE GIRONA	52	1
07/01/15	FRAU DE 5.200 MILIONS ALS EUA AMB CLICS FALSOS EN ANUNCIS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	53	1
07/01/15	DILMA IMPULSA EL CONTROL DE LOS GRANDES MEDIOS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	54	1
07/01/15	RTVE BUSCA 'CHÓFERES' EN CATALUÑA POR 6,1 MILLONES / EL ECONOMISTA	55	1
07/01/15	LA MARATÓN DE REYES DE RÀDIO BARCELONA DISTRIBUYE JUGUETES A 10.000 NIÑOS / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	56	1
07/01/15	'LA VANGUARDA' MANTÉ LA FE / ARA	57	1
07/01/15	LES CAMPANADES DE CANAL SUR, AL PARLAMENT I AMB TRES EXPEDIENTATS / ARA	58	1
07/01/15	EL 2014 VAN SER ASSASSINATS AL MÓN 138 PERIODISTES / LA VANGUARDIA (ED. CAT) VIURE A BARCELONA	59	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



COMUNICACIÓ ■ DEL COL·LEGI DE PERIODISTES

Convoquen el Premi Terres de l'Ebre de Periodisme

■ La demarcació Terres de l'Ebre del Col·legi de Periodistes ha fet públiques les bases per a participar en la 1a edició del Premi Terres de l'Ebre de Periodisme, que reconeixerà el millor treball periodístic del 2014 del territori.

Amb aquest premi es pretén reconèixer el treball dels pro-

fessionals, col·legiats o no col·legiats, que hagin publicat o emès, entre l'1 de gener i el 31 de desembre d'enguany, un treball periodístic en qualsevol format, que estigui relacionat, però, amb les Terres de l'Ebre. El premi està dotat amb 500 euros i el termini de presentació dels treballs es tanca el 31 de gener.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





TV3 lidera per cinquè any seguit, però amb el seu mínim històric

Marca un 12,6%, mentre que Telecinco i Antena 3, segones, empaten a 11,7%

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

L'apagada de canals de la TDT ha redundat en un 2014 en què les televisions generalistes han recuperat part de l'audiència perduda els últims anys. Així, les set cadenes principals sumaven un 59,4%, mentre que el 2013 la seva quota conjunta va ser del 56,7%. Aquesta millora no beneficia, però, TV3: la pública catalana marca el seu mínim històric amb un 12,6%, que, tot i així, li permet mantenir el lideratge. A falta de computar les dades del 31 de desembre (que tenen un impacte residual per al resultat global), a Catalunya es van consumir una mitjana de 243 minuts per persona i dia de televisió, set minuts menys que l'any anterior.

CCMA

La Corporació perd espai i baixa fins al 16,7% de 'share'
La caiguda de resultats de TV3 llasta la quota de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, que es queda en un 16,7% (mentre que el 2013 va arribar al 17,8%). Així, el Super3/33 va perdre també una dè-

cima i es va quedar en l'1,6%. L'Esport3 també cau, dues dècimes en aquest cas, i es queda en l'1,2%. L'únic canal que millora resultats és el 3/24, que puja una dècima fins a l'1,3%. En tot cas, TV3 aconsegueix liderar 176 jornades de les 364 computades. I en 319 ocasions el programa més vist ho ha estat de la pública catalana, que és també la més ben valorada segons l'empresa GfK, amb un 8,1 sobre 10, la millor nota aconseguida per TV3 des que encarrega aquests estudis qualitatius. En el cas dels informatius, la nota que treu és un 8,2, cosa que converteix els *Telenotícies* en els més ben valorats dels que es poden veure a Catalunya.

8TV

Amb un 3,6%, empata amb el màxim històric assolit el 2009
La cadena del Grupo Godó creix per tercer any consecutiu i aconsegueix un 3,6%, amb què iguala els resultats del 2009, els més alts que ha aconseguit mai. Però el fet que tant Cuatro com La Sexta –els competidors que té per sobre– hagin pujat encara més fa que la bretxa respecte a l'any passat s'hagi eixamplat i li quedi més lluny fer el *sorpasso*. L'al-



Nota
TV3 continua sent el canal generalista més ben valorat, amb un 8,1

Consum
Els catalans van veure de mitjana 243 minuts de televisió al dia aquest 2014

tre canal que té en marxa Godó, RAC105 TV, suma només un 0,2% d'audiència.

Antena 3

Manté la segona posició, però l'ha de compartir amb Telecinco
Antena 3 va ser la segona televisió més vista el 2013, amb un *share* del 10,9% i quatre dècimes de marge respecte a la tercera classificada, Telecinco. Enguany repeteix plata, però ha de compartir l'honor amb la seva màxima rival, ja que totes dues cadenes han fet un 11,7% de quota a Catalunya. La cadena és forta, sobretot, els caps de setmana, quan acostuma a aconseguir el lideratge.

Telecinco

Empata a Catalunya, però lidera el 2014 en el conjunt d'Espanya
Telecinco fa un salt notable a Catalunya aquest 2014. Trenc la tendència negativa dels últims anys i passa del 10,5% fins a l'11,7%. Malgrat aquest empat amb Antena 3, la cadena de Berlusconi obté el seu principal objectiu: liderar el 2014 a Espanya. Així, acabarà l'any amb un 14,6%, un punt més que Antena 3, la seva immediata competidora.

La 1

Mínim històric a Espanya i lleu recuperació a Catalunya
La 1 certifica l'*annus horribilis* d'aquest 2014 amb un 10% a Espanya, que suposa la seva dada més baixa històrica, i es queda al límit de perdre el doble dígit. A Catalunya encara obté una dada més baixa, amb el 7,3%, però pot vendre almenys que guanya per primer cop audiència en molts anys, ni que sigui només dues dècimes respecte a l'exercici del 2013.

La Sexta

La cadena certifica el seu millor any amb un 6,3% de quota
La Sexta, que va ser absorbida de manera efectiva per Atresmedia el 2013, ha fet el seu millor any, tant a Catalunya com a Espanya. Al conjunt de l'Estat, tancarà amb un 7,2% que supera en quatre dècimes el millor resultat assolit fins al moment, l'any 2009. A Catalunya, mentrestant, puja del 5,8% al 6,3% i aconsegueix –encara que sigui pel marge mínim d'una dècima– la cinquena posició, ja molta a prop de La 1. I la cicereta: Jordi Èvole col·loca un parell de programes seus entre els més vistos de tot l'any, en un rànking dominat de manera aclaparadora pel futbol.

Cuatro

Continua guanyant espai a Catalunya, amb un 6,2%
La germana petita de Telecinco encadena un segon any de creixement a Catalunya després d'haver anat cedint quota de pantalla els anys anteriors. Així, puja del 5,5% fins al 6,2%. Millora resultats també a Espanya de manera notable (creix del 6% al 6,8%), però en aquest cas queda lluny encara dels seus millors temps, com quan va assolir un 8,6% el 2008, impulsada pels partits de l'Eurocopa.

Cadenes temàtiques

Factoria de Ficció segueix com a líder de les especialitzades
El 2014 haurà sigut l'any de l'apagada de la TDT: una decisió del govern espanyol –sustentada polèmicament en una sentència del Suprem– va eliminar 9 canals del dial, amb Mediaset i Atresmedia com a principals perjudicades. De les cadenes supervivents, Factoria de Ficció acaba com la millor classificada, amb un 3% de *share*. A prop hi té, però, Neox, del grup rival, que tanca l'exercici amb un 2,6%. El bronze torna a ser per a Mediaset, que aconsegueix un 2,5% de quota amb el canal Divinity, orientat a un públic femení. D'altra banda, la cadena dels bisbes espanyols, 13TV, aconsegueix un 1,2% a Catalunya en el primer any en què no té la competència d'Interconomia.

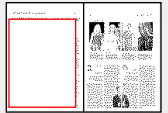
Audiència mitjana anual a Catalunya



Font: Elaboració propia / GfK i ARA

Rànking 2014 a Catalunya

	ESPECTADORS	'SHARE'
01 Futbol. Pròrroga Alemanya-Argentina	TELECINCO 13/07	2.153.000 65%
02 Futbol. Barça - R. Madrid (Copa del Rei)	LA 1 16/04	1.978.000 60,4%
03 Futbol. Alemanya-Argentina (Mundial)	TELECINCO 13/07	1.913.000 60,7%
04 Futbol. Barça - At. Madrid (Champions)	TV3 01/04	1.339.000 38,1%
05 Futbol. R. Societat - Barça (Copa del rei)	ANTENA 3 12/02	1.329.000 40,8%
06 Futbol. Manchester City - Barça (Champions)	LA 1 18/02	1.282.000 36,2%
07 Salvados (Oriol Junqueras)	LA SEXTA 19/10	1.124.000 33%
08 Futbol. Pròrroga R. Madrid - At. Madrid (Ch.)	LA 1 24/05	1.063.000 33,3%
09 Futbol. Penals Brasil-Xile (Mundial)	TELECINCO 28/06	1.023.000 52,9%
10 Operación Palace (Jordi Èvole sobre el 23-F)	LA SEXTA 23/02	973.000 27,0%
11 Futbol. Pròrroga R. Madrid - At. Madrid	TV3 24/05	957.000 30,0%
12 Futbol. Barça-Getafe (Copa del Rei)	TV3 08/01	946.000 28,5%
13 La familia irreel: el musical	TV3 05/01	911.000 30,3%
14 Eurovisión: votaciones	LA 1 10/05	902.000 38,7%
15 El foraster: Sant Joan Despí	TV3 14/09	901.000 28,9%



Canal Sur investiga el «campanazo», que ya ha costado el puesto a un directivo



Ana Ruiz y Enrique Sánchez presentaron las campanadas en Canal Sur, que dejó a muchas familias andaluzas con las uvas a medio comer

Reacciones de asombro e indignación

«Ha muerto Canal Sur, que se entere todo el mundo»

F. M. B.

El error cometido por Canal Sur alimentó las redes sociales de bromas, chascarrillos y toda clase de parodias, desde los primeros minutos de 2015. Muchos compartieron películas caseras con las reacciones de sus familias. La escena era parecida, aunque los escenarios cubrieran un amplio abanico de estratos sociales. Lo que sigue es un compendio de comentarios reales:

Interior noche. En un hogar cualquiera de Andalucía, una familia se dispone a tomar las uvas. Pronto se percatan del error de realización, con el primer anuncio equivocado. —¿Esto qué es? Pon Telecinco. —Atención, los cuartos. Salta otro anuncio. —Me cago en la p... madre... Ya, ahora. No, esperarse. ¿Qué ha pasado?

Reaparecen los presentadores: —Felicidades a todos. Feliz 2015. —Tus muertos (corte de mangas). —Imposible, imposible. Cambia, abuelo. En Telecinco las dan más tarde. —Dame el mando.

Un niño se atraganta, el cuñado no puede reprimir la risa. Un joven empieza a lanzar uvas a la cámara. —Vaya tela. Así hemos empezado el año, ja, ja, ja.

—¡Ea!, que vamos tarde.

Un miembro de la familia no puede más y se dirige a la cámara.

—Lo de Canal Sur ha sido... nefasto.

—(En off, a coro) ¡Una mierda pa Canal Sur!

—Ha muerto Canal Sur, que se entere todo el mundo.

—No vamos más a Almería.

Al final, impera el buen humor y cada uno toma las uvas como puede.

► La cadena andaluza no permitió a los espectadores tomarse las uvas, al intercalar dos anuncios en su retransmisión desde Almería

ANTONIO R. VEGA/S. T.
SEVILLA/MADRID

Los andaluces que eligieron Canal Sur para cumplir con el ritual solo pudieron comerse seis de las habituales doce uvas de la suerte. La entrada de año tuvo un sabor más que amargo. Los espectadores solo escucharon la mitad de los habituales acordes de la campana de la Catedral de Almería, porque una inoportuna cuña publicitaria «se comió» el momento catódico más esperado del año. El fallo incendió las redes sociales y convirtió a la cadena autonómica en el primer «trending topic» nacional del año en Twitter.

La cadena pública no esperó a conocer el resultado de la investigación, que no llevaba ni 24 horas abierta, para depurar responsabilidades. La dirección de la Radio Televisión de Andalucía informó ayer a través de una nota del cese del director de Emisiones y Continuidad, José Luis Pereñíguez. Este directivo, que llevaba 25 años en la compañía, puso su cargo a disposición del subdirector general de la RTVA, Joaquín Durán. Los informativos de la propia cadena lo habían señalado como responsable del departamento donde se localizó el «patinazo». En el comunicado advertía de que se trata de una decisión que adopta el propio directivo, con independencia de los resultados que arroje el expediente abierto y que, según las primeras pesquisas, apunta a «errores humanos atribuibles al menos a tres trabajadores».

El sacrificio de Pereñíguez sirve a la dirección de la cadena de cortafuegos antes de que el incendio llegue más arriba. De hecho, antes de que se conociera esta dimisión, el Sindicato de Periodistas de Andalucía en la RTVA ya había pedido que rodaran cabezas en la cúpula de la compañía, que lleva meses sometida a una gran tensión por los recortes laborales, la difícil negociación del convenio y las quejas por la externalización de servicios con productoras. «¿Dónde está el grueso del elenco directivo tras el desastre que nos ha llevado a ser la mofa de España?», se quejaban desde SPA.

Desde Comisiones Obreras, otro de los sindicatos más críticos con la dirección, argumentaban que el error «no fue advertido por la cadena de mando y tuvieron que resolverlo en ex-

tremis los dos trabajadores que estaban en continuidad en ese momento».

El sindicato, que lamentó el «bochorno» vivido, atribuyó el «resbalón» a «una serie de errores humanos concatenados» y descartó categóricamente un boicot por parte de trabajadores indignados por los recortes. Fuentes laborales de la RTVA consultadas por ABC especificaron que el error no se produjo en el instante de la emisión, en la mesa de mezclas, ni tampoco en la señal que se recibió desde Almería. «Las interrupciones de publicidad están programadas con horas o incluso días de antelación y lo supervisan varias personas», aclaran.

Más de 300.000 espectadores

La fallida retransmisión de las campanadas afectó a decenas de miles de andaluces. En una jornada en la que las mediciones de audiencia son menos fiables de lo habitual, el año pasado fueron más de 300.000 personas, según datos de Kantar Media, las que siguieron la emisión en el canal autonómico andaluz, el 15,4% de cuota de pantalla.

Una cadena con 1.300 trabajadores

Canal Sur cuenta con 1.300 trabajadores en plantilla, pese a lo cual más de la mitad de su producción es realizada por productoras privadas. El presupuesto de la cadena en 2014 ascendía a 163 millones de euros, de los cuales 113 los pone la Junta de Andalucía. Además de esa cifra, al menos otros 22 millones saldrán de los bolsillos de los andaluces, ya que era el déficit mínimo previsto para el año que acaba de terminar, según admitió en septiembre el subdirector general de la RTVA, Joaquín Durán. Para 2015, los gastos de explotación ascienden a 164 millones y los ingresos previstos, a 135. La plantilla, por otro lado, ha sufrido diversos recortes de sueldo que no padecen sus directivos, merced a un decreto ley probado en 2014 por la Junta.



Los modelos de la noche



ANNE IGARTIBURU
 TELEVISIÓN ESPAÑOLA
 Lorenzo Caprile fue un año más el diseñador elegido por la presentadora de La 1. Pasó frío, con su escote palabra de honor y mangas de tul, pero iba elegante



ANNA SIMON
 ANTENA 3
 La barcelonesa, que dio las campanadas junto a Carlos Sobera, llevaba un vestido dorado de Julio Reis en el que destacaba su pronunciado escote



DAFNE FERNÁNDEZ
 CANALES DE MEDIASET
 La actriz, que destacaba por su altura junto a sus compañeros de «Chiringuito de Pepe», lució un vestido asimétrico del diseñador Alejandro de Miguel



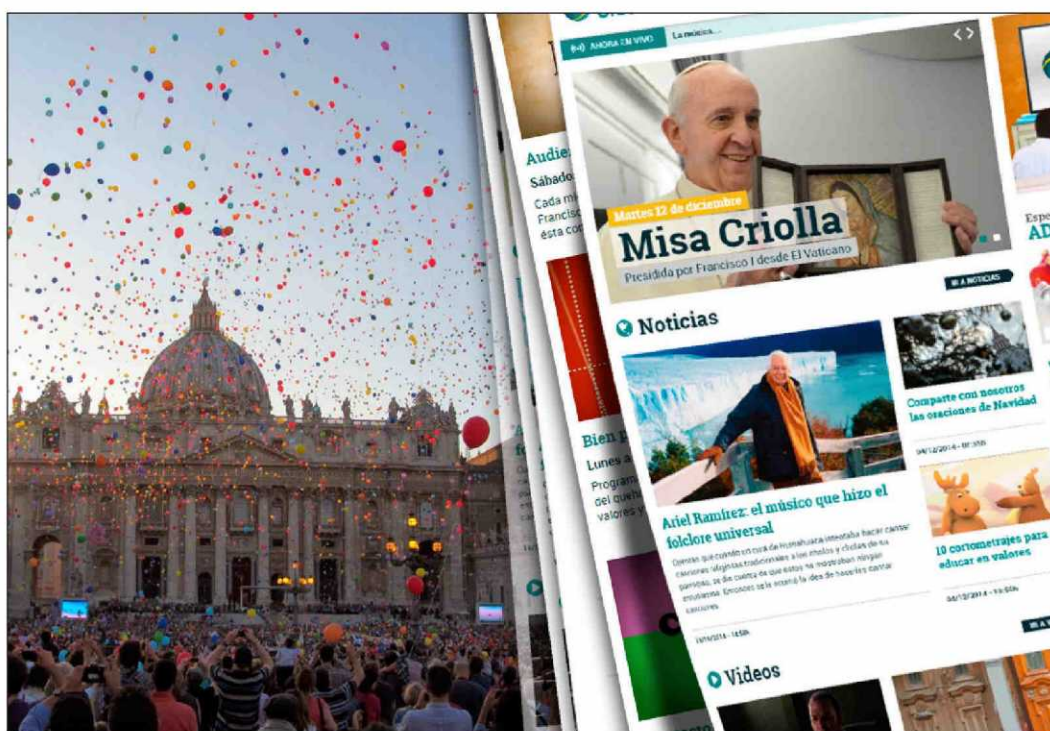
CRISTINA PEDROSCHE
 LA SEXTA
 La presentadora vallecana disputó el protagonismo a Canal Sur con sus atrevidas transparencias y sin sujetador, con un vestido de Charo Ruiz



El canal del Arzobispado de Buenos Aires se emite en Movistar TV

Llega a España la televisión del Papa

El Canal Orbe 21 pretende convertirse en un espacio de referencia para la familia. «Francisco quería una televisión comprometida con la sociedad», explica su director



Canal Orbe 21 comenzó sus emisiones el pasado 12 de diciembre, cubriendo la Misa Criolla celebrada en el Vaticano

El nuevo canal está disponible en el dial 118 de Movistar TV desde el 12 de diciembre. Canal Orbe 21, que pretende convertirse en un espacio de referencia para toda la familia, se estrenó con la emisión de la Misa Criolla, presidida por el Papa en el Vaticano el 12 de diciembre, Virgen de Guadalupe.

Fue el propio Francisco, siendo arzobispo de Buenos Aires, quien creó e impulsó el canal en 2005, con la intención de crear «una televisión pegada a la calle, comprometida con la sociedad, que denunciara los problemas que nos afectan a todos y que rescatara la cultura como vehículo de aprendizaje», explica don Julio Rimoldi, director de Canal Orbe 21.

Una televisión con valores

La televisión de la que habla el Santo Padre «puede ser un buen medio de conocimiento del mundo, de empatía con otras realidades, y de compromiso social y humano, a través de unos valores que, por en-

cima de todo, son de respeto hacia el otro. Esto, sin olvidar que hay un gran público interesado en estar al día de los eventos litúrgicos, que por supuesto ocupan un lugar importante», explica Rimoldi.

Bendecida por el Papa

«Cuando Canal 21 comenzó sus transmisiones, tuvimos la convicción y certeza de que los valores del servicio y la solidaridad podían hacer de la televisión una alternativa comunicacional para una sociedad ávida de un entretenimiento sano, con un contenido solidario, y fundamentalmente con un mensaje realista y esperanzador», escribió el Papa Francisco cuando todavía era arzobispo de Buenos Aires.

El canal, que pertenece al Arzobispado de Buenos Aires y que desembarca ahora en España, pretende llegar a todos los hispanohablantes del mundo y, por ello, no sólo se emite en la televisión convencional. Canal Orbe 21 también es accesible

a través de las nuevas tecnologías. «Francisco quería salir de las periferias humanas y existenciales, por ello no sólo estamos en Movistar TV, sino que, gracias a la web y la App, puede verse desde cualquier lugar del mundo y desde cualquier dispositivo. Precisamente, éste fue otro de los objetivos del proyecto: ser más digitales, llegar a todos los dispositivos y facilitar, al fin y al cabo, que la gente pueda disfrutar de nuestros contenidos cuando quiera y como quiera», asegura Rimoldi.

Entretenimiento para la familia

El director del Canal explica a Alfa y Omega que han visto en él «una oportunidad, porque no existe un canal de entretenimiento con estas características. Nuestro objetivo es proporcionar una oferta de contenidos aptos para disfrutar en familia, y que incluso puedan ser aprovechados para los más pequeños».

José Calderero @jcalderero



Eugenio Suárez, figura del mejor periodismo

Corresponsal en Hungría, fundó el semanario 'El Caso' y 'Sábado Gráfico'

RAFAEL FRAGUAS

La historia del periodismo español, durante la segunda mitad del siglo XX, resultaría incomprendible sin contemplar la obra y la figura de Eugenio Suárez González, fallecido a los 95 años en el hospital San Agustín de Avilés, el lunes 30 de diciembre. Audacia transgresora, impulso narrativo y sentido creador de información y de opinión, signaron la personalidad de uno de los periodistas más importantes de la historia contemporánea.

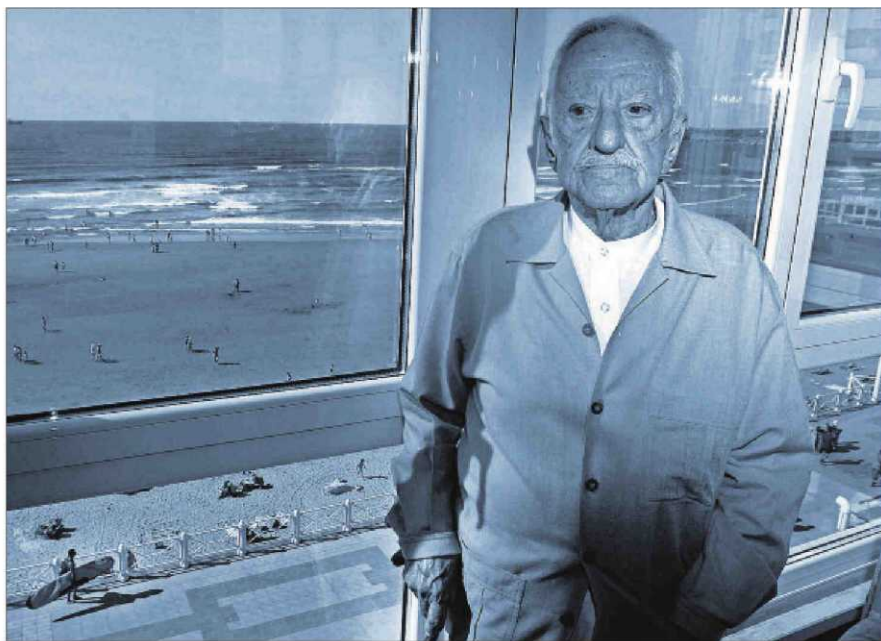
Suárez había nacido en 1919 en la localidad manchega de Daimiel, donde su padre ejerció como médico. Su familia se trasladó poco después a Madrid. Dotado de un espíritu "inquieto y transgresor", según sus propias palabras, completado por un muy agudo sentido de la observación, estudió —"sin demasiadas ganas", comentaba— en el colegio del Pilar.

Con 16 años Eugenio Suárez se hizo falangista —"joseantoniano" se definía entonces— hasta que el Decreto de Unificación dictado por Franco en abril de 1937 para someter a tradicionalistas, monárquicos y falangistas al llamado Movimiento Nacional le hizo distanciarse del régimen del dictador, como escribiría él. A edad muy temprana comenzó a colaborar en distintos medios, agencias, periódicos y revistas, como la agencia Efe, Fe y La ametralladora. Su temperamento rebelde llevó a sus jefes de redacción, entonces muy mediatizados por el poder político, a enviarlo hasta Hungría, donde

con apenas 24 años, ejerció como corresponsal y agregado de Prensa *in pectore* durante dos años cruciales de la II Guerra Mundial.

En Hungría, Eugenio Suárez comprobaría la barbarie nazi y sería testigo de excepción de la ayuda dispensada por varios funcionarios diplomáticos españoles, como el más conocido Ángel Sanz Briz, con grave riesgo para su integridad, a la castigada comunidad judía de Budapest. Así lo reflejó en su libro *Corresponsal en Budapest*, publicado en 1946 y reeditado en 2007 por Mapfre. De su experiencia húngara —él también "arrió el hombro" en aquella gesta, decía con humildad— Suárez extraería la convicción de que "la experiencia de la Europa de los últimos 15 años (hasta 1946) ha sido tan excesivamente fuerte como para que hayamos perdido toda clase de ilusión respecto a los regímenes totalitarios", escribía entonces aquel inquieto periodista falangista de 27 años.

De vuelta a Madrid a través de una Europa desolada, Eugenio Suárez se vio guiado por su vocación periodística hacia numerosos medios informativos, algunos de los cuales, hasta una veintena, fundó, impulsó o dirigió. Su más renombrado éxito sería *El Caso*, diario primero y semanario después, dedicado al tratamiento del género de sucesos. Muy marcado por la censura, este medio solo podía dar un "crimen de sangre" por cada edición. *El Caso*, que permitía vislumbrar desde sus textos y reportajes gráficos las tribulaciones sociales de una España cercena-



El periodista Eugenio Suárez, en 2013. /ALBERTO MORANTE (EFE)

Impulsó revistas como 'Cine en Siete días' o 'El Cocodrilo Leopoldo'

da por el autoritarismo franquista, atrajo la atención de decenas de miles de lectores y lectoras y llegó a tirar 400.000 ejemplares cuando reveló los crímenes de José María Jarabo Pérez Morris, sobrino de un magistrado del Tribunal Supremo y exalumno, como Suárez, del colegio del Pilar.

Eugenio Suárez ejercería como corresponsal de la gran revista *Paris-Match* en Madrid, experiencia que le dotó de una cultura periodística también muy visual, que luego aplicaría a un medio por él fundado, *Sábado Gráfico*, enormemente perseguido por la censura, pero feliz precursor de una forma de hacer prensa que halló en *Triunfo* e *Interviú*, entre otras publicaciones bien distintas, buena parte de su inspiración.

Impulsor de revistas cinematográficas, como *Cine en Siete días* o de humor, como *El Cocodrilo Leopoldo*, Suárez era, pese a su singular individualismo, un excelente creador de equipos periodísticos. Sabía delegar funciones —Julio Camarero llevaría gran peso en *El Caso* y Cándido Calvo en *Sábado Gráfico*— y apostaba por los jóvenes periodistas que ante él mostraban bravura y valentía. Protagonizó algunas anécdotas singulares, como una en la cual, siendo apenas un redactor mozalbete, en la inmediata posguerra, salió dando un portazo del despacho de Juan Aparicio, gerifalte absoluto de la prensa franquista, al que Eugenio Suárez, espetó desafiante: "¿Y para eso hemos muerto un millón de hombres?". En una ocasión, en diciembre de 1957, por mediación de su amigo Eduardo Haro Tecglen, pidió ingresar en el PCE, pero "Federico Sánchez", en realidad Jorge Semprún, responsable en la clandestinidad de la formación comunista, desaconsejó su ingreso.

La pasión periodística de Eugenio Suárez le hizo mantenerse ante los teclados hasta sus últimos días, que decidió vivir en la localidad de Salinas, frente al mar Cantábrico. De allí procedían sus últimas colaboraciones en EL PAÍS, la cadena SER y *La Nueva España*, donde ha narrado algunas de sus más señaladas vivencias.

Lacerado por la muerte de un hijo suyo electrocutado en el baño de su domicilio, logró sobreponerse a diferentes reveses vitales. Mostró un valor a prueba de todo tipo de obstáculos y supo ser muy buen amigo de sus amigos. Gran conversador, dotado de un peculiar sentido del humor, amante de la *chanson* francesa y muy atento a la vida social, vivió sabiamente los atribulados tiempos que le correspondió vivir, manteniendo de manera incesante un talante burlón ante los avatares políticos y vitales. Desde una personalidad valiente, antiautoritaria y transgresora, asumió con denuedo la pugna del periodismo por abrir paso a la verdad.



La brillantor de la premsa il·lustrada humorística del primer terç del segle XX

El gran atreviment psi

La revista 'Papitu', creada per Feliu Elias, va representar dins de les publicacions d'humor satíric de principis del segle XX un toc de picantor eròtica en l'habitual crítica social i política que traspuaven les revistes il·lustrades de l'època

Jaume Vidal
BARCELONA

A principis del segle XX, i fins arribar a la Guerra Civil, Catalunya va viure un moment excels pel que fa a les publicacions satíriques que incidien en molts aspectes de la vida catalana, sobretot en l'efervescent, aleshores, vida urbana. Tal era el seu paper de crítica social i política que el 25 de novembre de 1905, un grup de 400 oficials de l'exèrcit espanyol assaltà la impremta i les redaccions de la revista *Cu-cut!* i del diari *La Veu de Catalunya*. Arran de l'assalt, amb el pretext d'un acudit de Junceda, el govern espanyol encara va reparar més llenya i va promulgar la llei de jurisdiccions, que restringia molt més la llibertat de premsa. Com a conseqüència d'aquest fet es va crear el moviment polític de la Solidaritat Catalana. I el catalanisme polític va agafar més consistència.

Tres anys després d'aquests fets que van representar el tancament de *Cu-Cut!* durant gairebé un any, va néixer, el 25 de novembre de 1908, la revista *Papitu*, d'una iniciativa de Feliu Elias, que s'havia donat a conèixer a *Cu-cut!* amb la signatura Apa, al costat de noms com ara Cornet, Junceda i Opisso. "Papitu va representar un

revulsiu del moment intens que es vivia", explica Jaume Capdevila, *Kap*, dibuixant, estudiós de la premsa humorística catalana i autor del llibre *Papitu. Sàtira, erotisme i provocació 1908-1937*, en el qual també han col·laborat Josep Maria Cadena,

ques de l'època. "Hi havien tres grans publicacions: *La Campana de Gràcia*, força satírica amb gran consciència social que corresponia a l'esquerra radical; la publicació germana, *L'Esquella de la Torratxa*, d'ideologia progressista

d'ells del món de l'art i la creació, i que tenien un hedonisme molt més marcat i que a més de la crítica social i política mostraven la cara sensual de la vida expressada en joves atractives, homes galants i acudits picants. El caràcter més eròtic de la publicació es va potenciar sobretot amb el relleu d'Elias, que si bé hi va continuar col·laborant, ja no tenia tant de pes en la línia de la revista. "Es parla dels tres anys d'Elias al capdavant de la publicació, tot i que de fet només n'hi va estar un. Va entrar un nou editor que va rebaixar el to polític dels acudits, que donaven molts problemes, i va impulsar l'erotisme."

Ben pagats

La revista es va redreçar econòmicament, ja que tot i que les vendes eren prou bones, Elias la gestionava generosament. *Papitu* pagava molt més que les altres revistes ja que considerava que el món de la creació, d'on ell provenia, havia d'estar ben pagat. "Si a *L'Esquella* cobraven tres pessetes per un acudit, al *Papitu* se'n pagaven deu." El nom de *Papitu*, segons explica al llibre Josep Maria Cadena, prové de Joan Moles, jove polític d'esquerra, que assenyalant un contertulià va dir: "I per què no li posem com aquest: *Papitu*". Es tractava de Josep Maria Pascual,

Jordi Clapés, Jaume Collell, Jordi Farré, Maria Dasca, Jordi Riera, Sebastià Roig, Albert Rossich, Lluís Solà i Daschs i Joan Manuel Soldevilla. Segons explica Capdevila, *Papitu* va crear un nou espai dins del marc de les publicacions satíri-

ques es va desmarcar de Lerroux arran de l'assalt, i *Cu-cut!*, que representava la dreta catalanista. *Papitu* va afegir un nou component sensual al catalanisme d'uns i a l'anticlericalisme i la consciència social d'altres", explica Capdevila. Aquest factor es deu a la procedència dels seus col·laboradors, molts



Cut! i La

redactor de *La Publicitat* i gran especialista en òpera.

A més dels incidents amb les autoritats, *Papitu* va tenir un enfrontament amb la dreta catalana poc després de sortir al carrer. La coberta del segon número, dibuixada per Junceda, no va agradar a la gent forta de la Lliga i va fer que tots els col·laboradors de *Papitu*, que també treballaven per a revistes afins a la dreta com ara *Cu-*

Veu de Catalunya haguessin d'abandonar *Papitu*. Entre les plomes destacades hi havia les d'Eugeni d'Ors, Carner, Raventós i López Picó, a més dels dibuixants Junceda i Smith. Aquest enfrontament radicalitzarà molt més *Papitu*. Per Capdevila, *Papitu* era "una revista eròtica fresca, que jugava molt amb l'equívoc de les paraules més que amb les imatges explícites". L'escriptor



L'APUNT

Una gran tradició satírica

Xavier Roca

Catalunya té una riquesa patrimonial immensa en un àmbit que segurament s'ha menystingut i infravalorat amb més freqüència que la desitjable pel fet d'inscriure's en l'àmbit de la cultura popular i no en l'acadèmic: l'humor gràfic, la sàtira il·lustrada. Amb precedents com ara *Papitu*, *L'Esquella de la Torratxa* o *Cut!* no és d'estranyar que fos a Barcelona on, anys

més tard, neixessin revistes com ara *El Papus* i *El Jueves*. Aquesta tradició encara és present en els acudits de la premsa diària, però sobretot en dignes produccions televisives, com ara *Polònia*. Tot i això, es troba a faltar l'existència d'una revista en català que reculli aquesta herència. I no és pas que l'actualitat política i social no doni joc satíric, precisament.



calíptic



Francesc Pujols, que juntament amb el dibuixant Xavier Nogué, va ser un dels puntals de la revista, va incidir molt amb els jocs de paraules en què la qüestió hortofructícola deixava entreveure al·lusions al sexe. "Aquests equívocs vénen d'una pràctica popular molt arrelada a Catalunya, però amb el *Papitu* aquesta tradició es converteix en art".

Si en l'evolució de la publicació, que va durar fins l'any 1937, en plena Guerra Civil, passant per períodes repressius com ara la dictadura de Primo de Rivera, es va intentar defugir la censura política, el tòpic eròtic també li va causar força problemes.

Quan es tancava la revista s'utilitzaven trucs com ara reaparèixer amb la capçalera modificada, com ara amb *Papitu*. La publicació va tenir problemes fins i tot en la República a causa d'un cert moralisme de l'esquerra.

Aquesta línia relacionada amb el que s'anomenava revistes "galantes", que se solien trobar a totes les barbies, van generar un humor eròtic, conegut com "psicalíptic". Després de la guerra aquesta tradició no es va continuar, fins que es va retrobar, però en revistes d'àmbit estatal, quan Mingote "va començar a fer unes dones més voluptuoses", diu Capdevila. A finals dels cinquanta van aparèixer *Mata Ratons* i *Can Can*, però molt lluny dels atreviments de *Papitu*. Una tradició humorística que continuaria, amb

publicacions com ara *El Papus*, també d'àmbit estatal i en castellà. Però la premsa satírica en català ja no viuria aquell moment brillant del primer terç del segle XX.

Pel que fa a altres col·laboracions, Albert Rossich destaca els reculls de material ja publicat, que es van editar, juntament amb altres textos de caràcter eròtic i pornogràfic, en l'anomenada *Biblioteca Papitu*. Joan Manuel Soldevilla compara *Papitu* amb altres publicacions eròtiques de l'època, denominades eufemísticament psicalíptiques. Els dibuixos de *Papitu* van evolucionar des de la insinuació eròtica, a l'època de Primo de Rivera, fins a altres marcadament eròtics, en el moment de proclamació

El dibuixant i estudiós Jaume Capdevila, 'Kap', ha coordinat un nodrit equip d'especialistes

de la Segona República. Jordi Riera Pujal parla de *Papitu* en el període de la Guerra Civil i Maria Dasca remarca el llenguatge psicalíptic de *Papitu*. Al seu torn, Jordi Clapés fa un retrat de Feliu Elias; Jaume Collell analitza les vinculacions de *Papitu* en el món del *music hall* del Paral·lel; Sebastià Roig analitza l'estètica cubista de molts dels dibuixants; Lluís Solà i Dachse se centra en la figura de Francesc Pujols, i Jordi Farré parla de la gran longevitat de la revista. Capdevila clou el llibre amb una indexació dels principals col·laboradors de *Papitu*. ■





'The Guardian' busca nou director en un anunci de feina

El diari britànic demana, a la secció de borsa de treball, candidats al càrrec que Alan Rusbridger deixarà a l'estiu

LONDRES Efe

El diari britànic *The Guardian* va publicar un anunci a la seva secció de borsa de treball per trobar un nou director que substitueixi Alan Rusbridger, que deixarà el càrrec l'estiu vinent després de vint anys al capdavant de la redacció.

La Scott Trust Limited, companyia propietària de *The Guardian* i de la seva versió dominical, *The Observer*, busca "candidats destacats del món del periodisme" i "acceptarà sol·licituds de qualsevol aspirant qualificat" per al càrrec, segons afirma el mateix diari en la seva comunicació, feta pública aquesta setmana.

A més, segons els requisits que es valoren, el pròxim director del rotatiu britànic ha de ser "el líder d'una organització amb ambició global", "mostrar dedicació a un periodisme obert i independent" i ser "un ambaixador i un defensor acreditat de l'empresa". Els candidats que encaixin en aquest perfil han d'enviar, abans de l'1 de febrer del 2015, el seu currículum, fent-lo acompanyar d'una



REUTERS

Rusbridger ha dirigit *The Guardian* els últims 20 anys

carta de presentació, referències personals i un text de no pas més de mil paraules en què expliquin quin seria el seu projecte i la seva visió del diari per als propers anys.

The Guardian, fundat el 1821, ha mantingut sota la direcció de Rusbridger un format berlinès de grans pàgines, en una època en què els seus grans competi-

dors es van passar al format tabloide, més petit. Rusbridger, de 60 anys, nascut a Lusaka, a l'actual Zàmbia, va ser redactor i columnista del diari durant 16 anys abans de substituir Peter Preston a la direcció. L'encara director de *The Guardian*, que va anunciar la seva pròxima dimissió el 10 de desembre passat, ha guiat el diari en la seva

transformació al format digital i ha obert oficines als Estats Units i Austràlia.

A més, el 2014 *The Guardian* va compartir amb el nord-americà *The Washington Post* el premi Pulitzer de periodisme en la categoria de servei públic per les seves informacions sobre l'espionatge als Estats Units arran de les revelacions de l'exanalista de la CIA Edward Snowden. El diari britànic és un dels

Els aspirants al càrrec han "de mostrar dedicació a un periodisme independent"

mitjans en anglès més llegits del món a internet, com ara *Daily Mail* i *The New York Times*.

El bon periodisme es basarà en la veracitat dels fets fins on estiguin a l'abast dels informadors. Aquesta màxima i la independència editorial són la base del futur dels diaris, segons la teoria d'Alan Rusbridger. El director de *The Guardian* -que va anunciar la seva sortida del càrrec a través d'un missatge a Twitter- passarà a substituir, a partir del 2016, Liz Forgan com a president de la Scott Trust Limited, companyia propietària de *The Guardian* i la seva versió dominical, *The Observer*.●



elradar



Sala de control de TV3. MANOLO GARCÍA

TV3HD ja emet per la nova freqüència rellogada al grup Godó

À.G.
BARCELONA

TV3 ha començat a emetre el seu canal en alta definició per la nova freqüència que té assignada, en part de l'espai radioelèctric gestionat pel grup Godó. Això fa que els catalans que hagin adaptat les antenes a la nova distribució de múltiples puguin resintonitzar els seus aparells de televisió i reordenar els canals en el comandament.

La transició al nou repartiment -instat per la necessitat d'atorgar espai radioelèctric a les telecomunicacions, perquè hi posin el 4G- s'havia de completar abans del 31 de desembre del 2014. Tanmateix, el ministeri d'Indústria va veure's forçat a allargar el termini fins al 31 de març, ja que només poc més de la meitat de les llars que ho necessiten han pogut completar l'adaptació de les instal·lacions.

Un dels problemes que s'han trobat, per exemple, és la falta d'estoc de peces per poder reanentitzar amb tan poc temps.

TV3 ha trigat a emetre per les noves freqüències perquè va intentar negociar fins a l'últim moment poder mantenir els dos múltiples que tenia fins ara. Indústria, però, va insistir a treure'n hi un, la qual cosa ha deixat la corporació pública catalana amb la meitat d'espai radioelèctric disponible i això dificulta, per exemple, poder efectuar intercanvi de senyal televisiu amb el País Valencià i les illes Balears, si les circumstàncies polítiques canvien. La solució que s'ha trobat és el relloguer del múltiple públic que gestiona el grup Godó -per on emet 8TV- i que tindrà un cost d'1,8 milions d'euros per a la Corporació, segons va revelar l'ARA. L'import, però, és inferior als 2,9 milions d'euros a l'any que costava fins ara mantenir operatiu el segon múltiple. —



Alejandro Nieto, de Prisa.

El grupo Prisa entra en el consejo de administración de la 'puntocom' Offerum

Tina Díaz. Barcelona

El grupo de medios de comunicación Prisa ha tomado asiento en el consejo de administración de Offerum. La compañía que preside Juan Luis Cebrián ha ejercido así su derecho como accionista de la puntocom catalana, de la que controla el 15% del capital desde agosto de 2013.

Prisa entró en el accionariado del portal de ofertas de ocio y descuentos cuando Offerum compró Planeo, la web de ocio, viajes y belleza que Prisa creó en 2011. El importe de la operación no trascendió, pero parte de la ad-

quisición se realizó en efectivo y parte con la fórmula *media for equity*, es decir, un canje de acciones por publicidad en medios de comunicación de Grupo Prisa.

Alejandro Nieto Molina, director general de Prisa Radio España, ha sido nombrado como representante del grupo en el consejo de administración de Offerum.

Pese a desprenderse de Planeo, Prisa quiere seguir estando presente en el mercado de los portales de comercio electrónico. Offerum es una de las principales empresas del sector en España y compite con

compañías como LetsBonus, Groupalia y Groupon.

Offerum tiene 6,6 millones de usuarios y preveía facturar 25 millones de euros el año pasado, un volumen de negocio similar al del 2013. La tecnológica, creada en 2010, emplea a 120 personas en Barcelona.

Nieto, que fue director de la *Cadena Ser*, es el octavo miembro del consejo. También integran este órgano los fundadores de Offerum -Jesús Monleón, Sasha Fuentes y Vicente Arias-; Juan Margenat, en representación de SeedRocket; Luis Martín Cabie-

des, del fondo Cabiedes & Partners; el *family office* de la familia Bergareche, y Bonsai Venture Capital.

Los tres fundadores controlan el 50% del capital, un 15% es de Prisa, Cabiedes & Partners tiene el 17,54%, Bonsai mantiene un 9,26%, y el resto se reparte entre los demás socios, según el Registro Mercantil.

En los últimos años, Offerum ha crecido con la compra de empresas del sector como el portal de viajes Destinity, ViaVip, Buytheface y la filial italiana de la firma estadounidense KGB.

La compañía de medios de comunicación posee desde 2013 el 15% de Offerum



Un nuevo juicio a 3 periodistas acerca a Egipto y Qatar

ROCÍO LÓPEZ EL CAIRO

ESPECIAL PARA EL MUNDO

Los tres periodistas de Al Jazeera encarcelados en Egipto dieron ayer un paso hacia la libertad, pero más corto del que esperaban. En una breve sesión sin presencia de los acusados, la Corte Suprema del país anuló ayer las condenas de entre siete y 10 años al jefe del canal qatari en Egipto, Mohamed Fahmy, al periodista australiano Peter Greste y al productor Baher Mohamed, y ordenando la repetición del juicio.

Su detención se produjo en un contexto muy distinto al actual acercamiento entre Egipto y Qatar, en medio del fulminante deterioro en las relaciones tras el derrocamiento del presidente islamista Mohamed Mursi. El Ejecutivo de Al Sisi acusaba a las autoridades qataríes de financiar a los Hermanos Musulmanes y de difundir noticias falsas en la televisión estatal Al Jazeera para socavar la seguridad del país.

Los tres acusados se enfrentan a una serie de cargos que incluyen el de colaboración con los Hermanos Musulmanes, declarados «grupo terrorista» por el Gobierno del presidente egipcio Abdel Fatah Al Sisi.

El agrio enfrentamiento diplomático dio, sin embargo, un giro a finales de noviembre de 2014, cuando la oficina del emir de Qatar proclamó en un comunicado su apoyo incondicional al presidente Al Sisi: «La seguridad de Egipto es importante para la seguridad de Qatar [...] Ambos países están conectados por relaciones profundas y fraternales», rezaba el texto. Este fue el primer signo del avance de una iniciativa apadrinada por Arabia Saudí para atajar la crisis desatada entre ambas naciones árabes.

Otro síntoma ha sido esta resolución judicial, si bien los familiares del trío de reporteros confiaban en empezar el año con la absolución completa. «No serán puestos en libertad hasta que comparezcan ante la nueva cámara, que decidirá si los libera o no», declaró a la salida del tribunal Mustafa Nagy, uno de sus abogados, que reveló además que se espera que el proceso se reinicie en un mes.

El cierre programado por los responsables de Al Jazeera de su canal *Egipto en Directo* el pasado diciembre fue otro signo más de que las autoridades qataríes están dispuestas a enterrar el hacha de guerra. La cuestión es si este acercamiento entre ambos países bastará para forzar la excarcelación de Mohamed Fahmy, Baher Mohamed y Peter Greste.



Dimiteix un directiu de Canal Sur pel fiasco de les campanades

À.G.
BARCELONA

Els andalusos que van voler rebre l'any nou amb Canal Sur es van quedar amb un pam de nas i un gra de raïm a la mà com a conseqüència de l'emissió accidental de dos anuncis que van interrompre la retransmissió de les campanades. La primera intromissió va ser mentre els presentadors explicaven el mecanisme: els famosos quarts i les hores. Van sonar dos quarts i va entrar un nou espot publicitari. Quan va acabar i la imatge va tornar, ja quedaven només un parell de tocs de campana per sentir.

La cadena va demanar disculpes al cap d'uns minuts de l'incident, i ahir mateix va dimetir el director d'emissions i continuïtat de la cadena, José Luis Pereñíguez, tot i que Canal Sur manté oberta una investigació que pot afectar més treballadors. Això sí: el vídeo del fiasco, magre consol, es va convertir ahir en el primer viral del 2015. —



Ana Ruiz va copresentar les campanades de Canal Sur.



El nou mitjà de Pedrojota es dirà El Español i sortirà a la tardor

L'exdirector d'*El Mundo*, Pedro J. Ramírez, va quedar alliberat aquest Cap d'Any de la prohibició de competir contra el seu antic diari, i el periodista va voler escenificar-ho revelant que el nom del nou mitjà que fundarà és El Español. Serà un diari digital, sense edició en paper, que s'es-

trenarà a la tardor, però ja des del 11 de gener un blog n'anirà explicant la posada en marxa. De moment, a la seva adreça web hi ha un missatge que defineix El Español com un mitjà "universal, independent, combatiu, plural, innovador, equànim, intel·ligent i tuitaire".



Els periodistes d'Al-Jazira tornaran a ser jutjats a Egipte

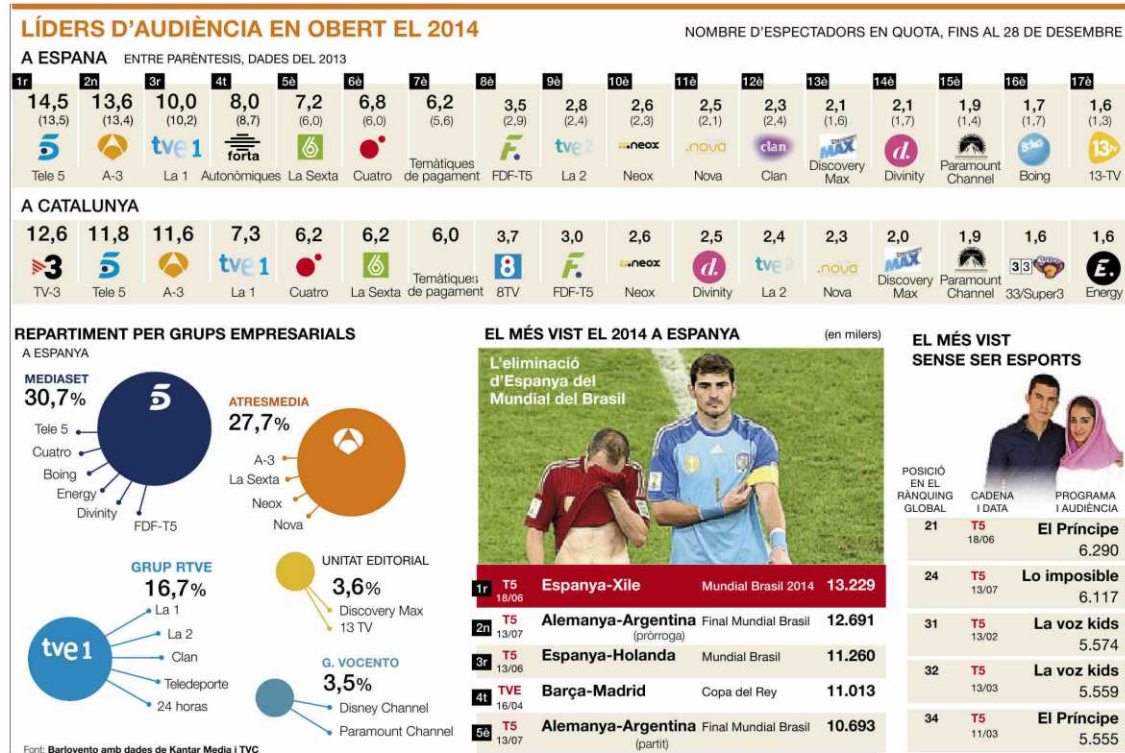
► Un tribunal egipci va ordenar ahir la repetició del judici als tres periodistes de la televisió qatariana Al-Jazira condemnats el juny passat a entre set i deu anys de presó, però va rebutjar posar-los en llibertat.



INFORME D'AUDIÈNCIES

TV-3 i T-5, un altre any líders

► El futbol, amb el Mundial del Brasil, va tornar a ser la gran estrella del 2014



el seu conjunt, també marquen mínims: un 8%.

Un dels pilars que han permès a Tele 5 tancar l'any com a líder a l'alça ha estat el Mundial de futbol del Brasil, amb una audiència que li va donar el rècord de l'any, tant en el global d'Espanya (el partit Espanya-Xile va reunir 13.229.000 telespectadors), com a Catalunya (la pròrroga de la final Alemanya-Argentina va aconseguir 2.153.000 persones).

Curiosament, aquest augment de l'audiència que va donar el Mundial al no servir per augmentar el teleconsum total de l'any, que ha tornat a caure com el 2013. Segons l'informe anual de Barlovento Comunicación, amb dades de Kantar Media, el 2014 es tanca amb una mitjana de 3 hores i 59 minuts per persona i dia davant el televisor. És una xifra sorprenent, però són cinc minuts menys de telefeig que el 2013. Malgrat tot, i davant aquests impressionants guarniments, es pot dir que la tele encara té bona salut, i que potser aquesta disminució de consum se'n vagi cap a les altres pantalles en alça que, encara, no controlen els sistemes d'audiència convencionals.

En el cas de Catalunya, el teleconsum cau com en el global d'Espanya. De fet, Catalunya, juntament amb Andalusia, són les comunitats on s'ha vist més televisió el 2014. Segons Barlovento Comunicación, els espectadors catalans van estar asseguts davant la petita pantalla una mitjana diària de quatre hores i quatre minuts, sis minuts menys que el 2013.

Un altre dels grups que també han tancat a l'alça el 2014 és el de la

La Sexta va ser la cara del 2014 al batre el seu rècord d'audiència, i TVE-1, la creu al tancar amb el mínim històric

tele de pagament: el seu consum ha crescut del 17% al 17,4%, augment que, segons assenyala Barlovento Comunicación, es deu a la implantació més gran de la fibra òptica de Telefónica i l'oferta de Movistar per a les famílies. AXN (amb un 5,4% d'audiència), TNT (5,1%) i Fox (4,8%) són els canals líders en l'oferta de pagament.

Una altra dada destacada del 2014 és la confirmació que TVE-1 ha perdut el liderat a Espanya del que durant més de mig segle ha estat la seva joia de la corona: els informatius. L'informe de Barlovento Comunicación assenyala que els de Tele 5 van ser els més vistos en la ponderació de l'audiència de les edicions de migdia i nit i líders a la nit de dilluns a diumenge. Els d'A-3 són els preferits a la sobretaula de tota la setmana.

TVE només és líder en l'edició de nit de dissabte i diumenge i de sobretaula de dilluns a divendres, si se sumen les audiències de TVE-1 i el canal 3/24. A Catalunya no hi ha color: els Teletotals de TV-3 són líders absoluts en totes les seves edicions, amb quotes d'audiència entre el 19 i el 30%, que dupliquen o triplicuen les dels informatius de les altres cadenes, segons afirma TV-3.

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

El sector audiovisual ha viscut un 2014 políticament esperançador (per fi puja la facturació publicitària, que es podria acostar als 2.000 milions d'euros). Però aquestes mogudes no semblen afectar el teleconsumidor final, que es manté fidel als seus gustos. Així, Tele 5 repeteix per tercer any consecutiu com el canal més vist a Espanya, amb un 14,5% de quota (un punt més que el 2013).

A Catalunya, la més vista també ha tornat a ser TV-3, que revalida el seu liderat per cinquè any consecutiu a l'aconseguir una quota del 12,6%. Això sí, a diferència de Tele 5, la pública catalana lidera a la baixa: el 2013 el va tancar amb gairebé un punt més de quota: 13,5%.

MÍNIM HISTÒRIC // La cara i la creu del 2014 són TVE-1 i La Sexta. L'abans totpotent primera cadena estatal segueix caient, i tanca l'any amb el mínim d'audiència de la seva història: 10% de quota. En canvi, La Sexta va acomiadar el 2014 amb la seva màxima des de la seva estrena el 2006: 7,2% de share. Amb aquesta dada, el canal d'Atresmedia se situa en cinquena posició de les cadenes estatals, i per darrere del grup d'autònòmiques públiques FORTA, que, en

CAP D'ANY

Les tradicionals campanades convuls es les enduen TV-3 i TVE-1

► Una mitjana d'11.576.000 persones es van menjar el raïm el dia 31 davant el televisor. L'emissió de TVE-1 (amb els molt tradicionals Anne Igartiburu i Ramón García) va ser la més vista a Espanya, mentre que la de TV-3 (amb els debutants Roger de Gràcia i Mabel Martín) va liderar a Catalunya.

► La diferència entre totes dues és que si bé la tele estatal va reunir més seguidors que el 2013 (436.000), TV-3 va liderar a la baixa (uns 200.000 seguidors menys).

► La nota divertida va ser a Andalusia. L'«error humà» que va tancar amb un espot diverses campanades de l'emissió de Canal Sur-i que ha costat el càrrec a un directiu-va fer que 486.000 persones es quedessin amb més de la meitat del raïm a les mans.

► Destaca que, per primer cop, La Sexta va guanyar A-3. Potser hi va tenir alguna cosa a veure l'impactant i comentat vestit transparent que va lluir Cristina Pedroche.





Eugenio Suárez (1919-2014)

Un escéptico de convicciones firmes

Mantuvo un fuerte sentido de España, a pesar de sentir desencanto por su oficio e ideas políticas

EUGENIO Suárez, asturiano de Ciudad Real, falleció el martes en el Hospital San Agustín de Avilés. Para que nadie se confundiera con respecto a su persona y a sus ideas, Suárez siempre se declaró periodista y falangista.

Con motivo de su nonagésimo aniversario declaró que «nacido para ser periodista, porque yo no sé hacer otra cosa. Lo intenté, pero no me fue bien. Escribí una vez un artículo en ABC y cayó el ministro Secretario General del Movimiento. Era 1946, el tipo se llamaba Arrese. Dijo una estupidez, de esas que dicen lo políticos, la subrayé y le hicieron dimitir. Como contraprestación pidió que yo no escribiera durante un año. Y tenía familia...». En cuanto a su concepción política declaró: «Creo que lo único que realmente fui, he sido o me he sentido en mi vida, ha sido falangista, y comprobé que el generalito africanista despersonalizaba y se comía al partido, en el que había puesto mis ilusiones». De ese desprecio por Franco nació la peregrina idea de afiliarse, en la época clandestina, al Partido Comunista, teniendo como avalista a Eduardo Haro Tecglen y examinador de su idoneidad, sin saberlo el autor, nada menos que a Federico Sánchez (Jorge Semprún) quien por



ABC

prudencia desaconsejó el enganche. El tiempo hace que este maestro de periodistas empiece a sentir desencanto por su oficio y por sus ideas políticas, pero siempre mantiene un fuerte sentido de España y cada vez más busca espacios de libertad, de controversia y de dialéctica emprendedora.

Entre sus principales productos periodísticos están «El Caso» y «Sábado

Gráfico». Con el primero, un semanario de sucesos, consiguió un gran éxito y puede considerarse como el creador del género en España. «Sábado Gráfico», como revista de información general, muy determinante en la Transición, le dio notoriedad durante un tiempo, éxito económico y gran cantidad de conflictos con la administración en circunstancias siempre difíciles en su batalla diaria con la censura y con «el poder constituido».

Acosado, pero en la plenitud de su talento profesional, se retiró a su añorada tierra adoptiva castrillonense de Salinas y siguió escribiendo en «La Nueva España» de Oviedo, en «El País» de Madrid y colaborando con la Cadena SER. Formó equipos, descubrió colaboradores e ideó mil subterfugios para salir adelante. Las cosas se le complicaron cuando perdió la propiedad de «Sábado Gráfico» (1983) pero no se arrendó e intentó con «Cine 7 Días», «El Burladero», «El Cocodrilo Leopoldo» y «Defensa del Consumidor», otras formas siempre originales y arriesgadas de periodismo.

Coetáneo con personajes tan interesantes como Luis García Berlanga, Rodrigo Royo y Carlos Idígoras, se alistó, como ellos, a la División Azul, aunque no llegó a entrar en combate. Es autor del libro autobiográfico «Caso Cerrado, Memorias de un antifranquista» y en 2007 reeditó su libro «Corresponsal en Budapest» que había escrito con 24 años, cuando Juan Aparicio, entonces director general de Prensa, le mandó al exilio húngaro.

Eugenio Suárez Gómez nació en Daimiel en 1919 y ha muerto en Avilés el 30 de diciembre de 2014. Fundó y dirigió «El Caso» y «Sábado Gráfico» entre otras publicaciones. Tenía los premios Luca de Tena (1983), González Ruano (1993) y el Rodríguez Santamaría de la Asociación de la Prensa de Madrid (2003).

LUIS ÁNGEL DE LA VIUDA



El año de 'Citizenfour'

El 1 de junio de 2013, Edward Snowden se citó con el periodista Glenn Greenwald y la documentalista Laura Poitras en un hotel de Hong Kong para hacerles partícipes de su denuncia de las prácticas de espionaje masivo practicadas por la Agencia Nacional de Seguridad de EE UU, para la que trabajaba. Más de 40 años después de las reuniones entre Garganta Profunda y los dos reporteros del Washington Post que llevaron al estallido del Watergate y al fin de la carrera política de Nixon, otro *insider* decidía jugársela para denunciar lo que consideraba un abuso de poder y un uso ilegítimo de las capacidades de vigilancia de su país.

Pero esta vez era diferente. Poitras llevaba consigo una cámara y documentó los ocho días que siguieron a ese primer encuentro con la fuente anónima que en las primeras comunicaciones encriptadas con la documentalista se identificó como *Citizenfour* y dio así título al film. El resultado de esos ocho días de filmación es una película que parece tener bastantes números para los Oscar pero que no tiene aún fecha de estreno en España. Un fascinante documento sobre el momento en que un analista de sistemas de un pue-



GEMMA GALDON

La crisis y la creciente conciencia de la existencia de corrupción pública impulsa la figura del filtrador ético

blo estadounidense decide cortar con toda su vida anterior para "promover el bien". Contra la opacidad, el cuerpo. Es también un canto a la esperanza: a pesar de los enormes esfuerzos realizados por los Gobiernos por ponernos a todos bajo sospecha, con las herramientas adecuadas de encriptación y el apoyo de una buena red de abogados, sí se puede denunciar y no acabar en una celda de aislamiento. Se puede denunciar a cara descubierta. Vig-

lantes, tomen nota, quien mucho abarca poco aprieta.

El documental familiariza al espectador con lo que supone salirse del guion en la sociedad de la vigilancia: cambios de residencia, incertidumbre, uso de variados sistemas de encriptación y precauciones *high-tech* y *low-tech*. Familiariza también con el proceso mental del propio Snowden, un joven conservador que había llegado a escribir que a los filtradores debería "disparárseles a los huevos", pero que a través de su trabajo acabó llegando a la conclusión que las actividades de su Gobierno "hacen más mal que bien". La denuncia de la invasión de la privacidad no es de derechas ni de izquierdas, parece.

A través de la reconstrucción de esos ocho días con Snowden, la fotografía que emerge al final no es, no obstante, un retrato personal, sino colectivo. La de unos Gobiernos implicados en la construcción de un sistema de vigilancia tan masivo como inútil y fuera de control, y de unas personas decididas a hacerlo público para que jamás podamos alegar que no sabíamos lo que ocurría.

Que el estreno en España de *Citizenfour* no esté previsto quizás no debería sorprender. Para empezar, no tenemos ni una pala-

bra para denominar a las personas que arriesgan su vida, su trabajo y su libertad por convicciones éticas, para poner en conocimiento del público ilegalidades y mala praxis pública y privada de forma rigurosa y responsable. Los ingleses les llaman *whistleblowers* equiparándoles a los policías que antiguamente alertaban ante la comisión de un delito utilizando un silbato. ¿El término más cercano en castellano? Chivato.

Tampoco tenemos, salvo contadas excepciones, la contraparte necesaria para que las fuentes anónimas lleguen al gran público: un periodismo basado en la investigación, libre, provocador, riguroso y desafiante con el poder. El *whistleblower* no es más que una fuente. El grueso del trabajo, la investigación y presentación del caso al público depende de periodistas y medios. Snowden buscó a Greenwald y al británico *The Guardian*, que sometieron la información proporcionada, y a Snowden mismo, a un profundo escrutinio.

Es posible, no obstante, que este panorama esté cambiando en España. La crisis, la creciente conciencia sobre la existencia de corrupción pública y privada, la desestructuración de las redes clientelares creadas alrededor de

núcleos de poder, la creciente desconfianza hacia las instituciones, la auto-organización ciudadana y la emergencia de nuevas organizaciones y partidos pueden ir minando la opacidad de un sistema que hasta ahora se ha mostrado muy reacio a incorporar la figura del filtrador ético y a atreverse a desmentir a los poderosos. Las tarjetas *black*, descubiertas gracias a una filtración a la Comisión Ciudadana Anticorrupción del Partido X, así como la existencia del portal Filtrala.org y la anunciada creación de un Buzón Podemos son casos recientes que apuntan en esa dirección.

Promover este tipo de procesos, no obstante, no es fácil. Fomentar y favorecer la denuncia de actos ilegales o cuestionables puede abrir la puerta a la sociedad de la delación y a las venganzas personales. El riesgo ético es enorme y sólo puede abordarse desde la transparencia, la responsabilidad, la encriptación y las garantías jurídicas, desvinculando a las fuentes de los portales y a estos del tratamiento periodístico posterior, y partiendo de un compromiso inquebrantable con la transparencia pero también con el derecho al honor, el control colectivo de las instituciones públicas y la libertad de expresión. Como hicieron Poitras y Greenwald con *Citizenfour*.

Gemma Galdon Clavell es doctora en Políticas Públicas.



Yahoo quiere comprar un canal: CNN y Scripts, sus favoritos

La compañía pretende poner en circulación su inversión en Alibaba

José Luis de Haro NUEVA YORK.

Pese a que la figura de Marissa Mayer, la capitana de Yahoo sigue en entredicho, su búsqueda por convertir al portal en un generador de contenidos se mantiene viento en popa. Según adelantaba *Business Insider*, la consejera delegada está interesada en poner su jugosa inversión en Alibaba a funcionar y está interesada en comprar un canal de televisión. Recordemos que Yahoo posee el 16,3 por ciento del gigante *online* chino, en una inversión valorada en más de 45.000 millones de dólares (37.461 millones de euros, al cambio actual).

Es por ello que Scripps, la matriz de HGTV, Food Network o el Travel Channel, se perfilan como una elección perfecta para la estrategia de Mayer. Según fuentes de Yahoo, la compañía ya ha comenzado a explorar un acuerdo que podría llegar a costar entre 10.000 millones y 15.000 millones de dólares (entre 8.325 millones y 12.487 millones de euros, aproximadamente).

Sin embargo, también existen rumores de que el portal podría estar activamente interesado en hacerse con la CNN. Según las estimaciones, esta operación podría costarle hasta 6.000 millones de dólares (4.995 millones de euros al cambio actual, aproximadamente) a la compañía.

Dicho esto, podrían existir muchas más sinergias con Scripps, dado que ambas compañías cuentan con un público similar, mujeres entre 25 y 35 años.

Además, Scripps cuenta con una marca "amistosa" muy atractiva para los anunciantes. Además, de esta forma, Yahoo podría distribuir su contenido original entre distintos canales, no sólo orientados al mundo de las noticias.



Fallece Miguel Ángel Ferrer, director de «Otra movida»

A. B. L.

MADRID- El humor en nuestro país está de luto estos días. Miguel Ángel Ferrer, director y guionista de varios programas de entretenimiento, perdió la vida en un accidente doméstico el pasado 30 de diciembre. El incidente ocurrió en una casa familiar en Saint Laurent de Cerdans, en los Pirineos franceses, donde Ferrer pudo fallecer a causa de una intoxicación por monóxido de carbono debido a una «mala combustión de una



El guionista tenía 40 años

chimenea», señaló «Le Figaro». Ferrer, que en la actualidad trabajaba como subdirector de «Los viernes al show», se introdujo en la televisión como guionista de espacios de humor, como «El Informal».

También dirigió «Otra movida», que se emitió en Neox, y «Tonterías las justas», en Cuatro. Dani Martínez, a quien el guionista lanzó a la fama, se despedía en su cuenta de Twitter: «Se nos ha ido Miguel Ángel Ferrer. Director de "Tonterías las Justas", "Otra Movida", el tercero del trío... Adiós amigo». A éste se suman otros personajes del mundo del espectáculo, como Carlos Latre, Manel Fuentes o Miki Nadal, que también han querido dejar sus muestras de cariño y apoyo a la familia en las redes sociales.



La inversión publicitaria en televisión crece un 10% en 2014

Expansión. Madrid

La inversión publicitaria en televisión volvió a crecer en 2014 después de varios ejercicios de caída, ya que aumentó 10 puntos porcentuales en los nueve primeros meses del año pasado. Según estimaciones de Barlovento Comunicación, con datos de Kantar Media actualizados a 31 de diciembre, la inversión publicitaria en televisión en 2014 ha oscilado entre 1.850 millones y 1.900 millones de euros, frente a los 1.703 millones del ejercicio anterior.

Mediaset España (Telecinco y Cuatro) y Atresmedia (Antena 3 y La Sexta) continúan dominando el mercado, al copar el 58,4% de la cuota de pantalla y el 86% de la facturación publicitaria en 2014. Telecinco fue la cadena más vista el año pasado (14,5%), seguida de Antena 3 (13,6%) y La 1 (10%), mientras que La Sexta alcanzó el 7,2% de cuota, Cuatro llegó al 6,7%, las autonómicas obtuvieron el 8% y las temáticas de pago, el 6,2%.

El informe de Barlovento señaló la “debilidad” y los “interrogantes” que mantiene la televisión pública, tanto nacional como autonómica.



RETRATS DEL NATURAL

MIGUEL-FERNANDO RUIZ DE VILLALOBOS

PERIODISTA I CRÍTIC DE CINEMA

(43)



RUTH MARIGOT

El vell ofici d'explicar el món

TONI VALL
BARCELONA

El 1980, el Villalobos escrivia al *Diari de Barcelona*. Una nit, a la sala de festes El Mago de Oz del carrer Calvet, va veure l'espectacle d'un mag desconegut que el va captivar i va escriure'n un article a la seva secció del diari. "Serà un fora de sèrie. Temps al temps", pronosticava. Era el Màgic Andreu i és obvi que l'ull clínic no li va fallar. Aquesta és una de les anècdotes que més s'estima de la seva llarga trajectòria. Me l'explica durant la conversa a la llibreria Bernat, un indret tranquil i civilitzat que ens regalarà un fi de festa inesperat. Quasi màgic, de fet. Crec, sincerament, que val la pena continuar llegint.

Fa molts anys que ens coneixem. Només l'he llegit i escoltat com a crític de cinema però sé que ha escrit i ha parlat de moltes altres coses. Feia temps que tenia ganes que m'ho expliqués. Va néixer el 1939 i pertany a una generació de periodistes especial, sobre la qual existeix un pedigrí ben particular. Ens van explicar el món durant uns anys convulsos i incòmodes i això va cimentar els fonaments d'una manera d'entendre la professió sobre la qual s'ha construït la premsa mo-

derna a casa nostra. L'orgull lògic de formar-ne part s'ha vehiculat algunes vegades a través d'un cert paternalisme i d'una mitificació acrítica perquè "van lluitar contra Franco". Tinc la sensació que ell no deu combrar amb aquest clíxé. No és un tipus complent.

Sempre li he sentit dir el que li ha donat la real gana. M'agrada descobrir que als dos ens ha entusiasmat una pel·lícula. Algunes vegades m'enfurisma perquè una que a mi m'ha encantat ell la troba detestable i em fot una bronca colossal. Quan una comèdia el captiva, has d'aguantar les seves sonores riallades durant tot el metratge. I ja has begut oli si et toca seure a prop seu el dia que tot li sembla malament i cap reneq li és sobrer per expressar el seu descontentament.

François Truffaut, que, a més a més d'un cineasta extraordinari, va ser un gran crític, deia que el cinema va colonitzar-li el subconscient des de ben jove. Al Villalobos també. Als 19 anys ja presentava cinefòrums i escrivia en revistes de cinema universitàries. De mare i germana periodistes, la vocació li ve de fàbrica i, després de cursar dos anys de medicina, estudia a l'Escola de Periodisme de l'Església. Fa pràctiques a *La Vanguardia* i aviat entra a Ràdio Joventut. Des de bon principi combina l'exercici de periodista amb la cinefilia, que el porta a cre-

Històric
Encara conserva el teletip encapçalat per: "Franco ha muerto"

Provocador
"La falta de llibertat crea esforç i l'excés comoditat", diu el periodista

ar el cineclub Santa Madrona. Un cicle dedicat a Marilyn Monroe no cau gens bé a les altes esferes eclesials i el fan fora. Tampoc agrada que al seu programa *Ràdio pantalla* parli malament del llavors incipient Festival de Cinema de Sitges.

Entra al *Diari de Barcelona*, on s'estarà vint anys. Primer a nacional, on cobreix tot tipus de notícies. Recorda especialment un consell de ministres estiuenc a El Ferrol del Caudillo. També treballa a la secció de tancament, on segons ell s'aprenia més. Canvis de portada a altes hores de la matinada, l'olor de plom desfet dels linotipistes, les proves d'impremta i els anuncis retallats. Encara conserva dins d'una carpeta el teletip encapçalat per "Franco ha muerto".

Televisió, diari i revista

Fitxa per als informatius de Televisió Espanyola a Miramar, on aviat presenta el magazín cultural *Hora 15*. Són anys d'activitat frenètica: matins a la tele i tardes al diari, on serà cap d'espectacles. Encara té temps, però, per dirigir la revista *Film Gula* i, durant tres anys, el festival de cine de Molins de Rei. Quan TVE marxa a Sant Cugat, ell es queda a Ràdio Nacional. Allà hi farà també tots els papers de l'auca. El més emblemàtic, el programa *Dia de domingo*, encara avui recordat per molts cinèfils.

És un periodista de raça que ha gaudit com un animal amb tot el que ha fet. Es considera "un nen de la postguerra afortunat i sense rancúnia, nascut amb una flor al cul" perquè mai va anar a col·legis de capellans, ni a campaments de joventuts, ni a exercicis espirituals. Maleeix els quaranta anys de dictadura però també és crític amb els equivalents en democràcia. És un provocador incorregible: "La manca de llibertat crea esforç i l'excés comoditat". Prefereix la censura d'un govern que la de les empreses i els interessos econòmics. I, sobretot, la del silenci, la més perniciosa de totes. Un àcrata mediterrani, així es defineix.

Té tres filles i vuit néts. Ara està jubilat però no para quiet. Escriga a *Imágenes de actualidad* des del primer dia. Continua parlant de cine a la ràdio i la prova de la seva vitalitat és que continua sortint mentalment esgotat del cinema després de l'exigència d'una sessió doble matinal. Vol morir amb les botes posades, d'un atac de cor al cine o escrivint davant de l'ordinador. Res de jugar a la petanca.

Acabem la conversa i sortim al carrer. Al local del costat de la Bernat hi venen productes de màgia. Hi ha un senyor darrere la taula. És el Màgic Andreu! Entrem. "Hòstia, el Ruiz de Villalobos!" Es fan una abraçada i ens fem un tip de riure. Hi ha dies en què val la pena creure en la màgia. —



38 PRESENCIA
04-01-2015

LA XARXA



Martí Crespo / marti.crespo@partal.cat

Secció elaborada per: VILAWEB

L'agregació, segregada

Benjamí Villoslada, un dels fundadors de la web Menéame, parla sobre la nova llei de propietat espanyola i els seus efectes en l'agregació de continguts

“

Que Google faci això és trist, però alhora és una lliçó i demostra que té les idees molt clares. L'agregació no és dolenta

JOSEP CASULLERAS

● Des del 17 de desembre els mitjans de comunicació espanyols han deixat d'aparèixer al cercador de notícies Google News. Ho ha decidit la companyia californiana en resposta a l'aprovació de la nova llei de propietat intel·lectual espanyola, que li fa pagar una "compensació" als editors de premsa. Els grans diaris espanyols, aplegats a l'Associació d'Editors de Diaris Espanyols (AEDE), van pressionar perquè s'apliqués la taxa i ara es poden quedar sense un percentatge de visites a internet. La nova llei també podria afectar la popular web en espanyol Menéame, els responsables de la qual sospensen si seguir els passos de Google i tancar. Però no es troben en la mateixa situació. En parlem amb un dels fundadors, Benjamí Villoslada.

Què us sembla, la decisió de Google News?

És tota una lliçó. És trist que tanqui un lloc a internet com aquest, quan l'agregació té tanta importància a l'hora de distribuir continguts a la xarxa. Que Google faci això és trist, però alhora és una lliçó i demostra que té les idees molt clares. L'agregació no és dolenta, la citació breu no és dolenta i nosaltres no tenim absolu-

tament res a negociar. I els diuen: si ens poseu en una situació en què només ens permeteu de negociar o tancar, doncs tanquem.

Enteneu els arguments dels editors de premsa espanyols?

No, ni un. I Google no té res a discutir-hi ni a parlar-hi. Si arriben al punt de fer una llei per fer-los pagar, doncs tanquen. Perquè el dret de la citació, de tota la vida, no pot restar subjecte a un cànon, ni de bon tros. És absolutament inacceptable, no se'n pot parlar. És com parlar de la llibertat d'expressió; és innegociable. No podem acceptar que ens digueu que hem de pagar perquè no fem res malament, no perjudiquem ningú, al contrari, els beneficiem.

Doncs per què hi ha tanta pressió d'aquests grans mitjans espanyols contra els agregadors, si se'n beneficien?

No ho sé, no sé què hi tenen, al cap. Però ho puc mirar d'endevinar per coses que he vist.

Com ara quines?

Ara fa mesos vaig anar a la seu de l'Associació de Premsa de Madrid. Per parlar-ne, precisament. Un dels que hi eren, un senyor amb bigoti, que era un representant d'AEDE, quan vam acabar la taula ro-

dona em va dir: "Mira, Benjamí, jo tinc una edat, i tu també tens una edat. Abans, ens assèiem amb un diari a les mans i ens el llegíem. Anàvem passant les pàgines... Amb llocs com vosaltres, això s'ha perdut. Perquè van a una notícia, la llegeixen i abandonen el lloc. I això no pot ser."

Novetats a la xarxa



L'inventor del #hashtag

chrismessina.me
 Twitter ha fet vuit anys. Però un dels seus elements identificadors, el hashtag o etiqueta, és una mica més recent: se'l va inventar el californià Chris Messina el 27 d'agost del 2007.



Som valentes

somvalentes.blogspot.com
 Blog dedicat a informar i conscienciar sobre el càncer de mama amb notícies, vídeos, un apartat de preguntes més freqüents, entrevistes, un fòrum i una secció de recursos.



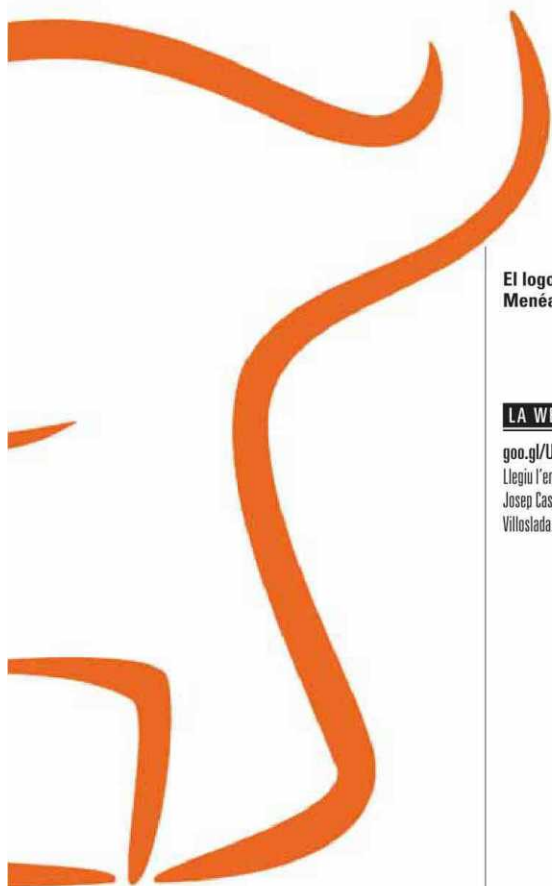
Jugar amb els ulls

iq-realsense.intel.com/mind-blown
 De reculls d'imatges amb il·lusions òptiques, en circulen força per la xarxa. Però el fabricant de microprocessadors californià Intel n'ha creat un de nou amb tot de propostes sorprenents.



Quin color és ara?

whatcolourisit.scn9a.org
 James E. Murphy es va adonar que les hores, en format digital, es mostren amb sis dígit, el mateix nombre de xifres que es fan servir per designar els colors en codi hexadecimal.



El logotip de Menéame.

LA WEB

goo.gl/UwAwHb
 Llegiu l'entrevista sencera de Josep Casulleras amb Benjami Villoslada.

Posats a fer-ho així, també haurien pogut dir a Twitter i a Facebook que paguessin...

Sí, però el govern espanyol ha aclarit sempre que les xarxes socials no pagarien. S'ha interessat a aclarir-ho.

Nota: Aquest text és un extracte d'una entrevista més extensa de Josep Casulleras a Benjami Villoslada, publicada a Vilaweb.

Fets i webs

L'Eniac, el primer ordinador

Electronic Numerical Integrator and Calculator, més conegut amb la sigla Eniac [ca.wikipedia.org/wiki/ENIAC], és considerat el primer ordinador de la història. Amb unes dimensions i pes enormes (cent seixanta metres quadrats i quasi trenta tones, respectivament), la màquina de càlcul va ser utilitzada des del 1943 per l'exèrcit nord-americà per determinar trajectòries de míssils en la Segona Guerra Mundial i per a tasques relacionades amb el desenvolupament de la bomba H. El 1955, ja obsolet, es va abandonar en un hangar de la base militar nord-americana de Fort Sill [sill-www.army.mil], a Oklahoma, fins que el multimilionari Ross Perot [en.wikipedia.org/wiki/Ross_Perot] el va adquirir i en va reconstruir [wired.com/2014/11/eniac-uneearthed] les parts que es van salvar del pas del temps. Seixanta anys després del desmantellament, doncs, una gran part de l'Eniac s'ha pogut reconstruir i ha tornat al lloc on va fer servei fins al 1955, la base de Fort Sill, on hi ha el Museu de l'Artilleria [sill-www.army.mil/famuseum]. La reconstrucció no és completa, amb tot: alguns trossos de la màquina se'ls van quedar de record gent implicada en el projecte [eniaprogrammers.org]. Al museu Smithsonian [goo.gl/Gmpr7q], per exemple, se'n conserva una part donada per l'enginyer Arthur Burks.

L'Eniac, dissenyat i construït per John Mauchly i J. Presper Eckert, és considerat el primer ordinador de debò i funcionava amb divuit mil vàlvules. El 2006, Perot va tenir la idea de decorar la seu de la seva empresa a Texas amb relíquies de la història de la computació i és així com va localitzar una part important de l'Eniac a Fort Sill, que va poder adquirir a canvi de comprometre's a restaurar-lo.

“

Seixanta anys després, una gran part de l'Eniac s'ha pogut reconstruir



Una app de sons ambientals

noiz.io

Quan es treballa amb ordinador se sol dir que per concentrar-se cal silenci. Però hi ha estudis que diuen que treballar amb una mica de so ambiental és bo i tot, perquè obliga a prestar més atenció.



L'Illa

www.llibreriaillla.cat

Llibreria de Mollet del Vallès nascuda el 1996 al mig d'una illa de cases aleshores deshabitades. L'oferta de llibres és general, tot i que per qüestió d'interès personal té un fons arabomusulmà.



Lacolumna.cat

lacolumna.cat

Cibermitjà de comunicació que opta per la convergència de formats i impulsat per joves en procés de formació que volen retornar la confiança de la societat en el periodisme actual.



El mapamundi de memòria

youtu.be/BsTibE0RLhs

Hi ha proves de memòria difícils, però la que fa aquest noi nord-americà deu ser una de les més complicades. Dibuixa de memòria el mapamundi, amb les fronteres dels estats i tot.



El llot i la saó de l'oasi

❖ En la primera tertúlia de l'any a Catalunya Ràdio, Albert Sáez va insistir en una idea que és la gran esperança mediàtica del 2015. Dita molt breument seria això: com que, gràcies a les xarxes socials, els mitjans tradicionals ja no tenen el monopoli de la informació, es veuran obligats –sobretot els més pesants i costosos– a deixar de passar de puntetes, o fent saltets, sobre els draps bruts d'uns poderosos de qui sovint depèn la seva pròpia supervivència. Si no ho fan, el seu silenci còmplice serà deixat en evidència per l'emergència de mitjans ja només digitals que, aprofitant l'enorme estalvi que això suposa, seran prou independents per fer un periodisme compromès: aquella feina que, parafrasejant George Orwell, té com a objectiu central publicar allò que algú pagaria milions perquè no s'arribés a publicar mai.

❖ Però per engegar aquest cercle virtuós, per fer realitat aquesta desitjable sacsejada democràtica, calen més coses: cal una audiència exigent i preparada que no es deixi entabanar, cal una legislació i una justícia que facin sempre costat a la llibertat d'expressió i calen, sobretot, els periodistes que estimin prou la seva feina per plantar cara a tota mena de pressions.

❖ Estic segur que els tenim però no sé quants en tenim. I no ho sé perquè en afers com el cas Pujol o el Pretòria m'ha arribat molt flux, massa flux, alguna cosa que s'assembli a un *mea culpa* mediàtic. ¿Era, de debò, tan difícil investigar el patent enriquiment sobtat d'al-



ALBERT PLA NUALART

LINGÜISTA I ESCRIPTOR

El demagog més efectiu és el que barreja alguna mentida entre moltes veritats

guns alts responsables polítics o del seu cercle més íntim? I si no era tan difícil i no s'ha fet, ¿no ha arribat l'hora de deixar d'estar tan cofois d'alguns mitjans que també estaven enfangats, encara que només sigui per haver mirat tan dòcilment cap a una altra banda, en el llot d'aquest oasi?

❖ Un gran amic meu és l'autor d'un palíndrom preciós amb la paraula *oasi*. Té forma de definició i fa així: "Oasi: toll i llot i saó". El toll i, sobretot, el llot amb què a tot l'Estat, i també a Catalunya, es conviu des de la Transició ha deixat una immillorable saó perquè algú que abanderi una radical regeneració democràtica, algú prou nou i jove, pugui convèncer i fins i tot entusi-

asmar quan esclata contra la casta, exaltat per la noble ira amb què Jesús va expulsar els mercaders del Temple.

❖ Entenc i en bona part comparteixo la desconfiança que aquest messianisme genera en les sensibilitats sobiranistes, però de vegades trobo a faltar en aquestes sensibilitats una mica més d'autocrítica. I no puc deixar de pensar que té una mica de raó qui diu que ser sobiranista no pot voler dir deixar tantes coses, i de vegades coses tan greus, per l'endemà de la independència. Perquè la demagògia més efectiva, la que acaba arrossegant la gent de bona fe, és la que barreja alguna mentida entre moltes veritats. Segurament la millor vacuna contra Podem era haver airejat, quan tocava fer-ho, el llot que ara adoba el seu creixement i fa més incert un ràpid procés d'independència.



SERÉ BREVE **QUIM MONZÓ**

Ay, periodistas...

Es sabido que Vladímir Putin no es un maestro de la diplomacia. Hace días dio una rueda de prensa televisada. Que quede claro que lo televisado fue la rueda y que él estaba en persona, no vía plasma, como otros. Bueno, pues el caso es que estaba ahí y a un periodista se le ocurrió preguntarle por qué en los supermercados de Rusia no venden *kvas*. El *kvas* es una bebida alcohólica de muy baja graduación, popular en Rusia, Ucrania, Bielorrusia... Como el periodista hablaba de forma titubeante, Putin concluyó que estaba borracho y le contestó: "Pues veo que tú ya te has tomado tus *kvas*".

Pero sucede que el periodista no estaba borracho —sería difícil estarlo a base de *kvas*, por su poca graduación— sino que hablaba de esa forma porque ha sufrido ictus, de los que se ha



**PUTIN
CONCLUYÓ QUE
EL PERIODISTA
ESTABA
BORRACHO Y LE
CONTESTÓ EN
PLAN BORDE**

recuperado a medias. Teniendo en cuenta que los estados etílicos han abundado en el Kremlin (baste recordar la época Borís Yeltsin, cuando le daba al vodka de forma compulsiva), cabe entender el error de Putin y consignarlo como una más de sus meduras de pata.

Es interesante la tendencia actual de algunos políticos, que recelan de la sobriedad de los periodistas. A mediados de diciembre, en Hungría, el primer ministro Víktor Orbán anunció pruebas de consumo de drogas, obligatorias, a los plumillas. Ya antes, su partido había anunciado pruebas anuales de consumo de drogas, obligatorias, para todos los jóvenes entre doce y dieciocho años. Al final la cosa quedó en nada, pero ahora vuelve a la carga. Sus motivos: quiere acabar con la mafia de la droga y dice que, para conseguirlo, no puede confiar en periodistas que la consuman. Los periodistas, evidentemente, han puesto el grito en el cielo. Dicen que es "indignante desde el punto de vista legal y moral" porque es una forma de insinuar que son unos depravados. La presidenta de la Asociación de Periodistas Independientes advierte que lo que deberían hacer es lo que propone un grupo de la oposición: que, antes de entrar en el Parlamento, todos los legisladores se sometan a una prueba de alcoholemia, para ver si están en condiciones de legislar. Y no sólo de alcoholemia, añadiría yo. Según análisis publicados en los últimos años, las superficies de las cisternas de los aseos de la Cámara de los Comunes de Londres, del Parlamento de Roma, del Congreso de Madrid y del Parlamento Europeo de Bruselas son una mina para los aficionados al billete enrollado. Lástima no tener acceso a ellos.



'IN MEMORIAM' Miguel García Sánchez

Pionero del periodismo económico

JAVIER GILSANZ

Este lunes nos dejó, sin que se notara, como era su carácter, Miguel García Sánchez, 75 años, salmantino de corazón. Era uno de los pioneros del periodismo económico en España, junto a José Antonio Martínez Soler, Pepe García Abad y Jaime Sanz. Una "mafia periodística" en toda regla, tanto que vivían juntos (cada uno en su casa), construyéndose una urbanización a medida y criando a medias los hijos.

Miguel, hijo de padre militar agregado en la embajada de Japón, salió contestatario y colaboró (siempre en segunda fila) con la izquierda cercana al PCE, con muchos amigos del mundo de la cultura, por su hermano (el director de cine José Luis García Sánchez) y su cuñada (Rosa León). Pero su gran vocación fue el periodismo serio, riguroso, directo. Y optó por el periodismo económico, en donde mejor podía ha-

cerse: los periódicos del "desarrollismo", del Opus Dei: *Desarrollo* y *Nuevo Diario*. Allí aprendió el oficio, a escribir del "milagro español" sin baboseos, con críticas entre líneas a prueba de censores. Y en 1974, le llamaron Martínez Soler y García Abad para dar la cara de frente, en *Doblón*, un semanario económico que el Régimen cerraba muchas semanas (una vez por esta portada: "Hacia el millón de parados"... ¡quien los pillara). Allí le conocí yo, con 22 años: fue mi primer redactor jefe y trató de domarme, con cariño y profesionalidad (Miguel, siento que no lo conseguieras mucho...). Luego pasó a *Cambio 16* y como lo suyo no era la información política, se fue con García Abad al semanario económico *El Nuevo Lunes*. Miguel nunca supo decir que no a un amigo.

Y por eso, atraído por el triunfo de la izquierda en Madrid, algún amigo le ofreció trabajar con Joaquín Leguina, como jefe



Miguel García Sánchez.

de prensa. Intentó "venderle", "suavizarle", sin conseguirlo mucho por el personaje. Y de Leguina pasó a Julián García Valverde, a vender RENFE y el tren: nunca se han rodado más películas en vagones y nunca los periodistas hemos viajado más en tren (y no sólo los periodistas: recuerdo un viaje a Lisboa con Ana Belén, Víctor Manuel y la farándula, a los que convirtió en fans del tren). Y luego, a Sanidad, a pelear con la reforma de la mano de un economista (¡cuánto

echarán de menos a Valverde los médicos de la Paz!).

Un día, Miguel se cansó, como España, de los socialistas y se cerró en casa, ofreciendo sus servicios a empresarios amigos y empresas de comunicación. Y de repente, hace ya más de cinco años, desconectó. Miguel dejó de hablar, de comunicarse: sólo miraba. Y su mirada te llegaba a la tripa, como una gran pregunta: "¿Qué está pasando? Esto no me gusta nada..." Yo le decía que a mí tampoco, como a muchos. Que este no era el periodismo que me había enseñado, que los mejores compañeros estaban marginados y los medios en manos de gerentes sin alma periodística. Él no contestaba, no hablaba, sólo miraba.

Y ahí ha estado, más de cuatro años, oyendo sin oír, mirando sin ver. Por un lado te envidio, Miguel: no has tenido que ver todo lo que está pasando. Por otro, te he echado mucho de menos, yo y todos nuestros amigos periodistas (Concha, José Antonio, Pepe, Carmen, Jaime, Cruz, Gonzalo...), que hemos echado de menos tu empuje, tu optimismo, tu humanidad. Y tus hijos, Juan (un gran artista) y Ana, que ha heredado tus genes peleones y defiende sus

ideas como concejal socialista del Ayuntamiento de Madrid. Y sobre todo tu compañera de toda la vida, Adriana D'Atri, tan querida también por todos nosotros. Echaré de menos tu sonrisa socarrona y tu ironía, tu bondad. Hasta siempre, maestro, amigo.

Javier Gilsanz es Periodista



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

Una mirada femenina

La pluralitat en un diari és una cosa tan senzilla com observar el món amb diversitat de mirades i analitzar la realitat des de tots els angles possibles. Però no sempre s'aconsegueix. La lectora Mariona Ballbè troba a faltar, al diari, la mirada femenina: Fa uns dies ens escrivia per dir-nos-ho: "Avui dels 18 articles d'opinió de *La Vanguardia*, 17 estan escrits per homes i només un per una dona. És una proporció escandalosa! -opina-. Em fa mal als ulls i, sobretot, a la meua identitat femenina. Crec que no ha de ser tan difícil trobar dones que escriguin articles de qualitat". La lectora es referia a *La Vanguardia* del dimarts 9 de desembre, a les pàgines del qual, és cert, la de Pilar Rahola era l'única firma femenina pel que fa als articles d'opinió, si exceptuem la carta diària del director a la segona pàgina, que aquest dia la signava la directora adjunta, M. Dolores García.

Cal arbitrar una quota de presència femenina a les columnes d'opinió del diari? És la mateixa directora adjunta qui respon: "No es pot fer l'anàlisi d'un diari prenent com a mostra l'edició d'un sol dia. No crec que la presència femenina a *La Vanguardia* sigui mínima, ni pel que fa a les firmes ni als càrrecs de responsabilitat. Però més important que el nombre de dones que signen un article un dia determinat ho és l'enfocament no sexista de les notícies. I en aquest sentit -afegeix M. Dolores García- procurem tenir cura de que les informacions no reproduïxin els estereotips ancorats en la societat i vigilem que el protagonisme de les dones tingui rellevància en totes les àrees informatives i que el seu paper mai no sigui subsidiari".

Pau Baquero, redactor en cap d'Opinió, explica que no hi ha quotes explícites a l'hora de programar la secció, però que el nombre de dones i homes que col·laboren amb caràcter fix en

Una lectora reclama més presència de dones als articles d'opinió i denuncia la desproporció sexista d'alguns dies

aquestes pàgines es prou equilibrat. I encara que "és cert -diu- que està lleugerament descompensat a favor del sexe masculí, el global s'equilibra amb les col·laboracions sobre temes puntuals". Pau Baquero indica que s'aconsegueix una certa igualtat durant la setmana i posa com a exemple

"El rum-rum", secció fixa de dilluns a divendres, on Joana Bonet, Clara Sanchis i Imma Monsó alternen la seva firma amb la de Màrius Serra que col·labora dues vegades per setmana.

Buscar un cert equilibri de sexe a les opinions publicades en l'edició d'un dia concret no és un objectiu forassenyat. Cap lector no hauria de sentir el diari com una cosa aliena ni que ferís la seva identitat. Però és cert que l'anàlisi d'un sol dia pot donar-nos resultats esbiaixats i que les quotes són només una part de la solució. L'autèntic repte per dignificar la identitat femenina a què al·ludeix la lectora Ballbè l'hem de buscar a l'agenda informativa. L'últim estudi del Projecte Monitoratge Global de Mitjans (GMMP), la investigació mundial més àmplia sobre la paritat de sexes en els mitjans, destaca que, a Espanya, "la gran majoria de les històries que relaten els mitjans tendeixen a reforçar els estereotips existents" i que només mostren "un cert desafiament als enfocaments tradicionals" les notícies sobre "relacions familiars o intergeneracionals" i les que tracten de "drets humans, polítiques econòmiques o desastres naturals". En la nostra societat, la paritat és un objectiu encara no assolit i és necessari que els mitjans no frenin la possibilitat d'aconseguir-lo.●

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



La 48 maratón 'Cap nen sense joguina' lleva la magia de los Reyes a los niños desfavorecidos

EL PAÍS, Barcelona

Una guitarra eléctrica firmada por Angus Young, fundador del grupo de rock AC/DC; o una zapatilla de Pau Gasol, con foto de él ya con los Chicago Bulls y ambas con su rúbrica; o la camiseta ensangrentada utilizada durante toda la serie de *REC* del personaje que interpreta Manuela Velasco en la tetralogía cinematográfica de Jaume Balagueró con ocho páginas del guión original de la última entrega con notas del director; o las camisetas, también rubricadas, con los logos "CAT" y "Vull butà" que han popularizado al entrenador Pep Guardiola y el político de la CUP David Fernández; o el sofá del televisivo *Viajando con chester*

de Risto Mejide; o una chaqueta de cocinero firmada por los hermanos Roca; o fotos dedicadas realizadas por Colita y Pilar Aymench, o una camiseta del deseado por el barcelonismo Thiago Silva con las firmas de todos los jugadores de la selección *canarina*... No hay mitómano o persona de buena voluntad que no pueda encontrar algo susceptible por lo que pujar en la subasta en antena de objetos de famosos que sirve de hilo conductor a la maratón radiofónica *Cap nen sense joguina*, que mañana (21 horas) emitirán todas las emisoras de SER Catalunya.

En directo, con presencia de público en el estudio Toresky de Ràdio Barcelona y hasta la madrugada del día de Reyes, Rosa Badia

volverá a conducir el programa, que este año alcanza su 48 edición, ratificándose como la campaña de recogida de juguetes para niños enfermos o de familias sin recursos más veterana de las existentes en la ciudad.

Helena García Melero, Toni Clapés, Jaume Figueras y el alcalde de Barcelona, Xavier Trias, serán algunos de los invitados a lo largo del programa que difunde una campaña organizada, amén de por Ràdio Barcelona-Cadena SER, por El Casino de l'Aliança del Poble Nou, El Corte Inglés y el Consistorio de la ciudad. Un estand frente a la sede de la emisora (Casp, 6) funciona como centro de recogida de juguetes nuevos (hoy hasta las 22 horas y mañana, has-

ta la una de la madrugada). Unos regalos que el mismo martes formarán parte de la cabalgata que acudirá a la sede de Nen Déu en la Ronda del Guinardó, el Hospital de Sant Pau y el centro de acogida de Sant Josep de la Muntanya. *Cap nen sense joguina* permite también la aportación en efectivo, que puede realizarse desde la web de la cadena, que remite a un ámbito de pago seguro de La Caixa. También desde ese portal de la cadena podrá seguirse el espacio en *streaming*.

En el programa-maratón de 2014, la subasta generó 23.675 euros, invertidos en la compra de juguetes. Los regalos llegaron a 10.620 niños de 36 entidades de corte social de Barcelona.



PÚBLICA PRESUPUESTO DE 2015

TVE, MÁS DINERO ¿Y SHARE?

La cadena de televisión invertirá más en ficción y en entretenimiento en el nuevo año para lograr influir en su audiencia

RAÚL PIÑA MADRID

Año nuevo, presupuesto nuevo. 2015 es un año importante para la televisión. Los canales cambian de frecuencia –se mudan de sitio–, el Gobierno sacará a concurso cinco canales de TDT –cuatro en formato de alta definición (HD) y uno en formato estándar–, el Supremo debe resolver si cierra otros ocho canales –ya ordenó clausurar nueve–, y es año electoral. En este contexto, TVE no quiere quedarse rezagada. Sus directivos saben que sin audiencia no hay influencia. Y con elecciones a la vista hay mucho que decir. Por esta razón, la televisión pública incrementa los costes en algunas áreas de su parrilla. Para lograr audiencia, para lograr influir.

«Los contenidos emitidos en La 1 tendrán carácter generalista y estarán orientados a obtener un índice de audiencia significativo dentro del mercado de televisión en abierto. Todo ello como factor fundamental para ejercer la influencia necesaria para el cumplimiento de la misión de servicio público encomendada», recoge la memoria del presupuesto para 2015 de RTVE.

El presupuesto de TVE –sólo de la división de televisión– previsto para este año es de 658,85 millones, con una distribución del 42% para los gastos de programación, un 23% en gastos indirectos (fundamentalmente transporte de la señal y derechos asociados a la emisión), y un 31% en remuneraciones del personal. La partida prevista para consumo de programas asciende a 279,7 millones de euros.

SERIES NACIONALES

«En cuanto a géneros, la oferta de contenidos de la cadena atenderá prioritariamente a la información, el entretenimiento, la ficción y grandes eventos deportivos. Todo ello cumpliendo siempre la función de servicio público», describe el informe. «Dentro de estos géneros se debe destacar que la ficción nacional tendrá especial relevancia en la programación». Y así es. Los números lo corroboran. La partida destinada a series se incrementa un 16,25% respecto a 2014, para un montante previsto de 29,1 millones.

El consejo de administración de RTVE ha aprobado para 2015



Una imagen del 'Piruli', en las instalaciones de RTVE en Torrespaña. ALBERTO DI LOLLI

LA PARTIDA DE LOS PRESUPUESTOS DESTINADA A SERIES SE INCREMENTA UN 16,25% RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

dos series diarias para la sobremesa: *Seis hermanas* y *Acacias 38*. También programará un nuevo concurso en sus tardes, *El legado*, presentado por Ramón

García. «Estas novedades, más el prime time, llevan a La 1 a tener su parrilla más cara de los últimos años», apuntan fuentes del sector. De hecho, según ha sabido este diario, está en estudio la posibilidad de algún formato para el access prime time.

Otra partida que, en principio, está previsto que crezca es el área de entretenimiento. Un 20,52%, «como consecuencia de la apuesta en la programación de programas como *Master Chef* y otros de formato similar», según

recoge la memoria de presupuestos para 2015. Aquí hay que enmarcar apuestas como *El legado* o *Hit, la canción*. En este apartado, la ejecución presupuestaria en 2013 fue de 22,3 millones; en 2014 la estimación de cierre era de 26,2 millones; y en 2015 la previsión de gasto es de 33 millones.

Ficción y Entretenimiento no son las únicas áreas que se incrementan. Crece la inversión en cine español en un 19,6%. Frente a los 19,7 millones de la estimación de gasto al cierre de 2014, en el nuevo año están previstos 24,5 millones. Lo mismo sucede con el área de Magazines, que tiene un incremento del 19,66%, «por la puesta en marcha de la nueva programación, con nuevos programas encuadrados en este género», dice el texto. Esta partida ha pasado de 9,7 millones en 2013; 12,7 millones como estimación de cierre para 2014; y 15,8 millones previstos para 2015.

Pese a ser año electoral, lo que implica una carga más que importante de información, la partida prevista para el área de Informativos permanece invariable. Si la estimación de cierre para 2014 es de 11,5 millones, la previsión para el nuevo ejercicio es de 11,6, apenas un incremento del 1%.

Por contra, la partida que sufre un descenso de inversión más que considerable es Deportes. Si para el cierre de 2014 están contemplados 117,7 millones, la nueva previsión es de 83,4 millones, una caída del 41,1%. Un decrecimiento que podría estar justificado, en una parte, por la pérdida de los derechos de la *Champions*, que suponían cada año más de 35 millones. A cambio, eso sí, la pública fichó en 2014 a la Selección española de fútbol por 39 millones.



Los juicios paralelos, ¿dónde están los límites?



AHORA MISMO

Carolina Pina

Son muchas las voces que últimamente piden poner coto a los "juicios paralelos" para evitar la llamada "pena del telediario" y que se vea perjudicado el derecho de defensa y a un juicio justo. La incursión de las redes sociales ha amplificado la repercusión de cualquier noticia y la velocidad y voracidad con la que se puede destruir la reputación de una persona hace que sea prácticamente imposible reparar los daños.

¿Deberían regularse los juicios paralelos? En primer lugar, es necesario distinguir entre los juicios mediáticos, que son aquellos que despiertan el interés de los ciudadanos –bien por la trascendencia de los hechos o por la relevancia pública de las personas involucradas–, de las campañas orquestadas para culpabilizar a una persona con fines espurios. Obviamente, estas campañas deberían evitarse y los medios no deberían ser cómplices, cuando no autores, de las mismas.

Una legislación específica de los juicios paralelos no parece aconsejable porque afectaría a derechos fundamentales como el derecho a la información y la publicidad de los procesos, cuya regulación es extraordinariamente compleja, máxime cuando la sociedad actual está reclamando la máxima transparencia. La publicidad de los procesos sirve para garantizar el correcto ejercicio de la función jurisdiccional y facilita la resistencia del poder judicial frente a presiones indebidas de otros poderes.

Eso sí, para que prevalezca el derecho a la información la noticia debe ser veraz, suficientemente contrastada, objetiva y responder a un interés público (que no debe ser confundido con el morbo que puede generar en los ciudadanos). La jurisprudencia de Tribunal Constitucional ha estimado que la Constitución Española, al garantizar los derechos a comunicar y recibir libremente la información, no protege la satisfacción de la mera curiosidad, sino el interés colectivo en la información. Además, como resolvió el Tribunal Supremo en su sentencia de 9 de febrero de 2004 el derecho a la información no se extiende a realizar imputaciones delictivas que actúan sólo como noticia retocada para atraer el interés de los lectores. Por último, no debemos tampoco olvidar que el insulto nunca está protegido por el derecho a la información ni por la libertad de expresión.

Frente a la regulación de los juicios paralelos parecen más aconsejables otras medidas menos invasivas y polémicas, como, por ejemplo, cambiar la terminología de *imputado* por la de *investigado*, respetar el secreto del sumario (imponiendo consecuencias graves a aquellos que lo conculquen) o incrementar las indemnizaciones de daños y perjuicios en casos de in-

tromisión en el derecho al honor y a la intimidad para que difamar no salga rentable.

A aquéllos que alegan que los juicios paralelos vulneran la presunción de inocencia debemos recordarles que este derecho se tiene frente a los poderes públicos y no frente a los medios de comunicación. Como menciona Guillermo García-Alcalde, si los juicios paralelos condicionan en algún sentido la actuación de los Jueces, Fiscales y Abogados, son éstos los que deben revisar sus criterios, porque el hipotético daño no se origina en la función informativa, sino en la porosidad del juzgador a la hora de asimilar la fuerza de la noticia y la opinión.

Órganos judiciales

Las sentencias y los procedimientos judiciales no solo deben ser revisados por los órganos judiciales. Tienen que estar también sometidos al escrutinio de los medios de comunicación y de la sociedad en general. La prensa es el guardián de la democracia pero no debe morder antes de tiempo y debe huir de la frivolidad y de la negligencia.

En lo que respecta a las redes sociales, debe también evitarse cualquier imposición de una obligación legal que conlleve una labor de control o filtrado de contenidos porque podría

Una legislación específica no parece aconsejable ya que afectaría a derechos fundamentales

vulnerar la libertad de expresión de sus usuarios y además sería contraria a la normativa comunitaria. La Directiva de Comercio Electrónico prohíbe a los Estados de la Unión Europea imponer a los intermediarios de servicios de la sociedad de la información, donde se incluyen las redes sociales, una obligación de supervisión de los contenidos o de búsquedas activas de hechos que indiquen actividades ilícitas. Además, estos servicios se encuentran sujetos a un régimen especial de exclusión de responsabilidad: las redes sociales solo serán responsables cuando, habiendo tenido conocimiento efectivo de la ilicitud del contenido alojado, no hubiesen actuado con prontitud para retirarlo o impedir el acceso al mismo. A estos efectos, el conocimiento efectivo exige o bien que exista una orden de un órgano competente solicitando la retirada o que el contenido específico, cuya retirada se solicita, sea manifiestamente ilícito.

La Directiva de Comercio Electrónico persigue liberar así a los prestadores de servicios de intermediación de una responsabilidad excesiva, que resultaría incompatible con la consolidación en los Estados miembros de unos servicios imprescindibles para el funcionamiento y expansión de Internet.

Socia de Garrigues



'Cap nen sense joguina' arriba avui a la 48a edició

► La campanya de Ràdio Barcelona subhasta objectes de famosos

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Ràdio Barcelona, i totes les emissores de la cadena SER a Catalunya, organitzen un any més (i ja en van 48) *Cap nen sense joguina*, la campanya més veterana de recollida de joguines per a nens malalts i de famílies sense recursos de la ciutat. El programa, que s'inicia avui a les 21.00 hores i s'allarga fins a la matinada, el presenta Rosa Badia i es realitza en

directe, amb públic, des de l'estudi Toresky, del carrer de Casp.

El macroprograma continua tenint com a fil conductor la subhasta en antena d'objectes cedits per personatges famosos, entre els quals destaquen una guitarra elèctrica firmada per Angus Young, fundador de la banda de rock AC/DC i l'únic que ha continuat al grup des dels seus inicis; una jaqueta de cuina dels germans Roca, del Celler de

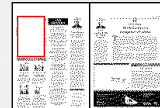
Can Roca; el póster del polèmic programa *Salvados* de La Sexta sobre el 23-F; el guió original de la pel·lícula *Ocho apellidos vascos*, de Borja Cobeaga i Diego López; una sabatilla firmada per Pau Gasol; la samarreta tacada de sang que va utilitzar Manuela Velasco en tota la saga de *[REC]*, dirigida per Jaume Balagueró; els elàstics que llueixen Faemino y Cansado en molts dels seus espectacles; un dels Chester que ha utilitzat Risto



► Recollida de joguines de 'Cap nen sense joguina' de l'any passat.

Mejide al seu programa de Cuatro; una samarreta amb el logo *Cat* firmada per l'exentrenador del Barça Pep Guardiola; un banyador de Mireia Belmonte i un bolígraf de Mariano Rajoy.

Els objectes es poden veure a la web www.capnensensejoguina.com, que s'actualitzarà amb les dades de la subhasta d'aquesta nit, i a través de la qual també es podran efectuar donatius. ≡



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

Bon periodisme per a la nit de Reis (sense espòilers)



És un subsubsubgènere del periodisme interessant, el derivat de l'arribada dels Reis Mags. N'hi ha de molt bo, i no necessàriament caramel·litzat. Llegeixo a *La Provincia de Las Palmas* el debat generat per com van arribar quinze camells, via ferri, enxubats de manera inhumana en dos contenidors per participar a les Cavalcades de Lanzarote. Hi ha també temptatives més exòtiques, com ara el titular de portada d'*El Mundo* d'ahir i que deia "El rei negre treballa en un taller d'Alemanya i regna a

Ghana per internet", que explica la (surrealista) història del monarca africà Cèphas Bansah, però que indueix a creure que s'està parlant de Baltasar i la seva condició com a pluriempleat per poder pagar tots els regals que repartirà d'aquí unes hores. Aquest titular podria preocupar els nens, però no tant com aquell que explicita allò que un, tard o d'hora, acaba sentint al pati en boca del company més baladrer i que ha sortit publicat aquests dos darrers anys en articles d'opinió, un a *El Periódico* i l'altre a *El Mundo*. Carbó per als que no poden ni concedir un dia de gràcia a la innocència infantil: és veritat que un diari no és lectura infantil, però un titular tan explícit és fàcil caçar-lo al vol de manera accidental.

I no cal ser cursi per preservar la candidesa infantil: no sé si realment va sortir publicat o és llegenda urbana –a mi m'ha arribat llegint l'Enric González– però Arcadi Espada va parir fa anys el titular "Avui arriben els Reis Mags, segons fonts municipals". Esclar, com que ho fan com a creueristes, l'Ajuntament hi para atenció. Arriben a venir en camell per l'AP-7 i vés a saber qui ens confirmaria la notícia.



Pilar Cernuda: “Las nuevas generaciones de periodistas serían mejores si leyeran”



FOTO: EFE / La periodista radiofónica Pilar Cernuda, en una entrevista

Cuando la dictadura franquista daba sus últimos pasos en 1972, Pilar Cernuda comenzaba su carrera. Estudiar periodismo en la Transición fue un privilegio para esta profesional gallega, con una dilatada trayectoria en la radio, que hoy en día detecta “carencias culturales importantísimas” en las nuevas generaciones de periodistas.

“Tienen que darse cuenta de

que no todo está en Google, hace falta saber, hace falta leer, hace falta el dominio del lenguaje (...) Serían mucho mejores periodistas si además leyeran”, reflexionó Cernuda en una entrevista, donde repasó su trayectoria y analizó la situación de los medios de comunicación. Se encuentra cómoda en todas las facetas de la profesión, aunque reconoce que lo que más le gusta es escribir.



El CEO de Netflix pronostica que la tele tradicional morirá el 2030

Tot i que actualment la televisió a la xarxa serveix més aviat com a complement de la tradicional, el director executiu de la plataforma en línia Netflix, Reed Hastings, considera que a aquesta realitat li queden 15 anys: "El 2030, probablement, la televisió tradicional haurà mort". "Els

cavalls estaven bé fins que van arribar els cotxes", argumenta. Tot i que la seva afirmació encara està pendent de confirmar-se, de moment les creixents audiències de Netflix seran quantificades per l'auditora Nielsen, tal com va publicar el *Wall Street Journal*.



MÈXIC

Segresten un periodista a Veracruz

L'estat mexicà de Veracruz va confirmar ahir l'inici d'una investigació sobre el segrest del periodista Moisés Sánchez Cerezo, en parador desconegut des de divendres. La família ha presentat una denúncia per la desaparició. Sánchez enviava col·laboracions regulars a diversos mitjans locals. Les primeres investigacions treballen amb la hipòtesi que la seva feina sigui el motiu del segrest. ■ REDACCIÓ



Propiedad Intelectual: claves de una nueva ley

La normativa, aprobada por el PP, entra en vigor tras duras polémicas

T. KOCH
 Madrid

Fue una promesa. Luego una carrera de obstáculos. Ahora, es una realidad: la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual (LPI) acaba de entrar en vigor. La han precedido años de debates y protestas, tantas que el Partido Popular tuvo que aprovechar su mayoría absoluta en el Parlamento para sacar adelante en solitario la normativa. La reforma, eso sí, es parcial, hasta el punto de que establece un plazo de un año para que el Ejecutivo apruebe otra modificación, más profunda. Aun así, y pese a que algunas de las novedades entrarán en vigor paulatinamente a lo largo del año, la LPI contiene cambios de cierto calado que han provocado consecuencias incluso antes de ser aplicables. Estas son las principales modificaciones:

» **Google News no habla español.** La novedad quizás más polémica es la *tasa Google* o *canon AEDE* (por ser una reivindicación de la Asociación de Editores de Diarios Españoles): se trata de una compensación que los agregadores de noticias, como Google News o Menéame, tienen que pagar a los editores por publicar "fragmentos no significativos" de sus artículos. El cobro es un "derecho irrenunciable", de ahí que a Google solo se le ocurriera una alternativa para evitar pagar: dejó de incluir noticias de medios españoles en Google News. La satisfacción de AEDE se transformó en preocupación por la pérdida de visitas: pidió la intervención de las autoridades "para proteger de manera eficaz los derechos de los ciudadanos y de las empresas".

» **El bolsillo de los piratas.** La LPI aumenta hasta los 600.000 euros las sanciones para las

webs que vulneren el *copyright*. El texto amplía la lucha contra la piratería a las páginas de enlaces (las que facilitan el acceso a webs que alojan el contenido no autorizado), así como a los anunciantes o servicios de pago *online* que colaboren con estas webs, amenazados con las mismas multas. Aparte de la conducta infractora, la ley considera responsable a "quien coopere con la misma, conociéndola o contando con indicios razonables para conocerla; y quien, teniendo un interés económico directo en los resultados de la conducta infractora, cuente con una capacidad de control" sobre ella. El texto excluye sancionar a los buscadores y al usuario que visiona un contenido pirata.

La reforma amplía la lucha y aumenta las sanciones contra la piratería

Google News excluyó a medios de España para evitar pagar una compensación

Debido a la reforma, Series, ly, una red social con fichas y críticas de series que los usuarios aprovechaban para encontrar enlaces a contenidos piratas, ha decidido retirar previamente los millones de *links* sobre los que no pudiera garantizar que respetaran el *copyright*. Muchas páginas han seguido el ejemplo estos días.

» **El nuevo canon se paga entre todos.** Hace años que el canon digital fue enterrado. Para sustituirlo, la LPI recoge la in-



Una internauta se descarga contenidos protegidos. / CLAUDIO ÁLVAREZ

roducción, efectiva desde 2012, de la compensación por copia privada con cargo a los Presupuestos Generales del Estado. Es decir, pagamos entre todos. La ley acota el concepto de qué se considera copia privada y ha reducido la recaudación por ella de 115 millones a los cinco que cobraron el año pasado las entidades de gestión. Este vínculo del nuevo sistema con los Presupuestos Generales del Estado no convence al Tribunal Supremo, que preguntó al Tribunal de Justicia de la UE si la

medida es coherente con las normativas europeas.

» **La cita y los campus virtuales.** Polémico es también otro aspecto de la LPI: la obligación para las universidades de pagar a CEDRO (la entidad de gestión de los libros) por los alumnos que usen manuales y textos universitarios en los campus virtuales. El derecho es irrenunciable: es decir, incluso si el propio autor del manual quisiera ponerlo a disposición libremente, estaría obligado a ser remunerado.

Más obligaciones, tras el 'caso SGAE'

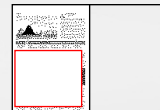
» En 2011, la entrada de la Guardia Civil en la sede de la SGAE y la detención del entonces presidente, Eduardo Bautista, por un supuesto escándalo de desviación de fondos, destrozaron la imagen de las entidades de gestión, ya por los suelos. Para evitar un *déjà-vu*, la LPI aumenta el control y las obligaciones de transparencia para estos organismos. La idea es que las entidades se limiten a su función original: recaudar y distribuir entre sus socios los pagos correspondientes al derecho de autor.

» La ley impone a las entidades obligaciones sobre el "pendiente de identificar", lo que el organismo recauda sin que sea atribuido o reclamado por ningún creador. Es un tesoro que en la SGAE supera los cien millones. La LPI obliga a gastar al menos un 15% de esa cantidad en cada una de estas cuatro categorías: asistencia y promoción para los socios, oferta digital legal, acrecer el reparto del resto de obras y financiación de la ventanilla única.

» Esta última es otra de las novedades: se impone a las entidades la creación de aquí a cinco meses de una **ventanilla única** para la facturación y el pago por parte de los usuarios.

» La ley insta a las entidades a aprobar **nuevas tarifas, "adecuadas"** a lo establecido por la reforma. Televisión, radios, hoteles y demás usuarios de los derechos de propiedad intelectual tachan de "abusivos" desde hace años los precios de las entidades.

» El texto detalla las obligaciones fiscales de estos organismos, como la auditoría anual de sus cuentas, con un desglose más detallado del destino del dinero. También introduce un **catálogo de infracciones, de "leves" a "muy graves"**, que pueden suponer una multa de hasta 800.000 euros (o del 2% de la recaudación del año anterior).



PILAR CERNUDA ■ PROFESIONAL DE RADIO, PRENSA Y TELEVISIÓN

'Internet no acabará con la prensa'

EFE

-¿Cuál es su radiografía de la situación actual de la profesión?

- En los casi 40 años que llevo trabajando nunca la he visto tan mal como ahora. Y es que nos ha pillado la crisis de lleno y hemos visto cómo se han cerrado muchos medios. La salida en estos momentos están siendo los periódicos digitales pero hay tantos que tampoco hay publicidad para todos.

-¿Alberga esperanza?

- Nunca se puede perder la esperanza. Aunque hay que mentalizarse de que el trabajo no te busca a ti, hay que buscarlo.

-¿Estamos ahora más acomodados los periodistas que los de su generación?

- No. Lo que pasa es que en nuestra generación encontramos siempre trabajo. Además, nuestra época era apasionante.

-Su generación ha vivido el esplendor de esta profesión en España. ¿Por qué ahora los ciudadanos no ven con buenos ojos a los periodistas?

- Hay un movimiento generalizado de crítica hacia los personajes públicos de cualquier tipo. Y los periodistas, para bien o para mal, somos personajes que tenemos esa proyección pública. También hay intrusismo, todo el mundo sabe periodismo y eso incrementa el descrédito, además de que las tertulias periodísticas han

PERFIL |

Cuando la dictadura franquista daba sus últimos pasos en 1972, Pilar Cernuda comenzaba su carrera. Esta profesional gallega se encuentra cómoda en todas las facetas de la profesión, aunque reconoce que lo que más le gusta es escribir, y es de las que opinan que Internet no acabará con los medios clásicos porque hay hueco para todo el mundo.



Pilar Cernuda asegura que trabajar durante la Transición fue un privilegio. FOTO: EFE

perdido mucha entidad. Creo que buscando audiencia, algunas de ellas apuestan más por el circo que por el rigor.

-¿Qué dotes hacen falta para ser un buen periodista?

- Que te guste la profesión, pero también hace falta cultura. Las nuevas generaciones tienen que darse cuenta de que no todo está en Google, hace falta saber, hace falta leer... Estos buenos periodistas serían mucho mejor si además leyeran. ¡Es que hay periodistas que no leen los periódicos!

-Su formación inicial fueron las ciencias y llegó incluso a empezar los estudios de Ar-

quitectura, ¿qué le llevó finalmente a optar por el Periodismo?

- Me parecía que la carrera de Periodismo era entretenida, que no era muy difícil -mi hermano la estudiaba y veía los ejercicios que hacía en casa-, me matriculé y me enganché.



Las nuevas generaciones tienen que darse cuenta de que no todo está en Google

-Ha trabajado en medios públicos y privados ¿Hay diferencia? ¿Existen más presiones en uno u en otro?

- Debe haberla, pero yo no la he sentido. La única vez que me llamaron para darme alguna indicación fue siendo tertuliana en RNE -era la etapa del Gobierno de Aznar- y nos llamó el director de informativos para decirnos a todos en general que fuéramos menos hirientes con el PNV, era la época del Plan Ibarretxe.

-Usted ha tocado todos los palos: prensa, radio, TV, agencia... ¿Qué medio prefiere? ¿En cuál se encuentra más cómoda?

- En todos. La inmediatez de la radio y la televisión es emocionante, pero me siento muy cómoda escribiendo. Como soy muy visceral, a veces meto la pata porque no soy capaz de morderme la lengua; sin embargo, cuando escribo soy más reflexiva. Me gusta mucho, muchísimo escribir.

-En Internet parece que se está regalando el trabajo del periodista. ¿Acabará eso con los medios clásicos?

- No, creo que hay hueco para todo el mundo. Cuando se inventó la radio se decía que iba a acabar con la prensa escrita y no fue así. Cambia la prensa escrita pero no desaparece.



La emisión del documental por parte de TV3 ha generado una fuerte polémica política por su inclinación separatista

Ángela Lara

BARCELONA- Representantes de Societat Civil Catalana (SCC) acudieron ayer a las oficinas del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) para presentar ante este organismo una queja por la emisión por parte de TV3 del film documental «L'endemà» el pasado día 17 de diciembre. La entidad entiende que el canal público incurrió en una falta de pluralidad, característica que se presupone a cualquier medio de comunicación público, al recoger únicamente planteamientos favorables a la secesión de Cataluña.

«Un canal público debe promover un debate plural, racional y objetivo y en este caso ha realizado una labor sesgada a favor del secesionismo y en contra de la pluralidad y la democracia», explicó ayer a las puertas del CAC José Rusiñol, vicepresidente de Societat Civil Catalana. «En un momento en el que está vigente un debate complicado, el medio público ha de ser más cuidadoso que nunca, más objetivo y plural para que la gente pueda decidir con criterio», señaló Rusiñol.

Y es que el documental, emitido y coproducido por TVC, única-

Societat Civil Catalana denuncia a TV3 por «falta de pluralidad»

Critica la promoción del secesionismo en el documental «L'endemà»

mente expone argumentos favorables a la secesión de Cataluña a través de los testimonios de personalidades de diferentes ámbitos de la sociedad catalana, alternados con otros de carácter ficcional, algunos de los cuales han sido denunciados también por otras organizaciones y partidos políticos por su frivolidad, inmoralidad

y falta de respeto. Así por ejemplo, Ciutadans y el PP catalán ya denunciaron en su momento la banalización de la violencia de género en la que incurría el documental al identificar a España con un hombre que no quiere dejar marchar a su pareja, que en este caso sería Cataluña. En cualquier caso, desde SCC tampoco se quie-

re realizar una minuciosa valoración del contenido del documental, algo que consideran innecesario dado que «su sesgo ha sido reconocido por la propia directora», sino únicamente poner de relieve la parcialidad y manipulación en el que éste incurre, algo especialmente grave por tratarse de un film emitido y coproducido por una cadena pública. La asociación defiende que «TVC, en el actual contexto, ha de ser aún más cuidadosa si cabe, con las obligaciones legales de respeto al pluralismo y fomento de la cohesión social».

Por todo ello, la asociación solicita al Consell Audiovisual de Catalunya que verifique si es cierta la convicción de que TV3 no ha emitido en los dos últimos años —cuando ha estado más vivo el debate secesionista— ningún documental de duración y en horario similar al de «L'endemà», que se emitió en prime time, en el que se exponga la tesis contraria a la que sostiene este film y, de ser así, conmine al canal autonómico «a producir un documental de tesis en la que se recojan únicamente argumentos favorables a mantener y reforzar los vínculos existentes con el resto de España».



IN MEMORIAM EUGENIO SUÁREZ

Fundador y director del emblemático diario de sucesos que llegó a vender más de 400.000 ejemplares, el veterano periodista había sido corresponsal en Budapest durante la Segunda Guerra Mundial. A su vuelta, creó un potente grupo mediático que editaba, entre otros, 'Sábado Gráfico'.

El señor que creó 'El Caso'

FRANCISCO PÉREZ ABELLÁN

Eugenio Suárez a los 33 años puso en pie la muestra excelsa de su genio: *El Caso*, semanario de sucesos, sobre el que tantos se equivocan diciendo que fue un periódico amarillo, porque en realidad era el papel que tropezó con el periodismo de investigación y su inventor en España, que, además, estaba muy bien escrito, con ribetes de genialidad: lo sé bien porque lo tengo encuadernado en casa y lo consulto a menudo.

Era un periodista enorme, incommensurable, creativo, decidido, emprendedor y tremendo, gran escritor. Estuvo escribiendo hasta hace nada que le visitó la parca con 95 años, tras una jornada de darle a la *tartamuda* como se le llamaba a la vieja máquina de escribir que nunca pudo jubilar, poco amigo del ordenador y las virguerías digitales.

El Caso no era sólo un periódico popular, sino que tuvo tanto éxito que lo compraba hasta la alta burguesía que se tomaba la molestia de llevarse el *Ya* para envolverlo y que

nadie sospechara que les seducía el morbo del crimen. Los aristócratas mandaban al chófer a comprarlo, que permanecía atento para darse luego el atracón de leerlo. La gente decía: «Eres un caso, vas a salir en el caso, voy a llamar a los del caso».

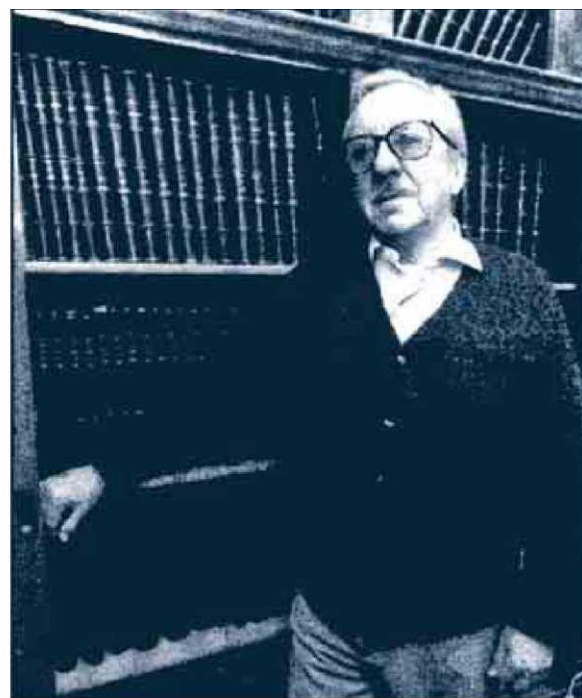
Eugenio siempre hizo periodismo de calidad, como un hombre que mejora en su escritura cada día y que evoca con precisión de cirujano sus recuerdos e impresiones. Es también autor de *Caso cerrado* su autobiografía. En el primer gran homenaje de los medios audiovisuales a su figura que yo organicé en *Código Rojo*, en la TDT de Telecinco, se mostró como lo que era: un hombre emocionado y sentimental, como Humphrey Bogart, *Bogey*, cuando dirigía periódicos, con careto de falsa modestia, capaz de emocionarse sin soltar la lágrima y despreciando sentirse orgulloso de la tarea realizada en aquella redacción de *El Caso* donde no habría sido raro que se escapara un tiro porque había redactores armados, o la atravesara un cocodrilo de parte a parte, que daría título a otro de sus semanales.

Caso Cerrado, si la cosa todavía tiene remedio, debería estudiarse en las facultades de periodismo para apreciar el estilo del maestro, su osadía y su aire socarrón. Para saber cómo llenar de noticias las hojas de

grandes relatos antes de que se envuelva con ellas el pescado.

Eugenio improvisó con su letra el título en primera página de *La mano cortada*, otro de sus grandes triunfos. Descubrió que los emigrantes necesitaban un periódico que les llevara noticias del terruño y los sucesos, la noticia por excelencia. Se enfrentó con el factótum Juan Aparicio, evocando la Guerra Civil con un portazo y esta protesta que hizo historia: «¿Y para eso hemos muerto un millón de españoles?». Eugenio puso en pie una maquinaria con tres de pipas y al poco rompía la barrera del sonido de la prensa española sobrepasando los 400.000 ejemplares, con los asesinatos de Jarabo, el señorito criminal de Madrid.

La férrea dictadura limitó sus opciones al decretar que sólo podría publicar un crimen en cada número de *El Caso*, de modo que si en una semana se cometían dos hechos de sangre, se veía obligado a elegir uno. Él se las maravilló siempre para darle esquinazo a la censura e hizo del periodismo un arte irreplicable. Logra burlar la opresión del poder político y recurre a entrar en sagrado para obtener «la censura eclesiástica», genial estrategia que lo salva de la quema. Pero su vida se tuerce hasta que con 70 años se arruina y pierde sus empresas, que llegaron a publi-



CARLOS MIRALLES

car más de una docena de títulos. Eugenio cambia los sucesos por las ideas de gobierno, los movimientos sociales y el análisis sociológico, sintiéndose recompensado al dejar las noticias policiales. Pero *El Caso* sobrevive hasta el final de su vida de empresario y es vivero de grandes periodistas y fotógrafos. *Sábado Gráfico* fue la demostración de gran periodista de *París Match* donde

triunfó con la versión española del emporio francés. Por todo ello el admirado Eugenio Suárez será siempre fuente de inspiración.

Eugenio Suárez, periodista, nació en Daimiel (Ciudad Real) en 1919 y murió el 30 de diciembre de 2014 en Avilés.

Francisco Pérez Abellán es periodista especializado en criminología.



La cadena ha pedido perdón

Canal Sur abre expediente a tres empleados por el error de las uvas

La investigación abierta por Canal Sur por el error durante la retransmisión de las campanadas ya ha ofrecido sus primeros resultados. La cadena ha abierto expediente a tres empleados, que se enfrentan a una sanción que podría ir desde los veinte días sin empleo y sueldo hasta el despido, según ha informado la sección sindical de CC. OO en RTVA.

Desde el sindicato aseguran que «falló el procedimiento». Antonio Muñoz, delegado de CC.OO, insiste en que los

relojes del departamento de continuidad de Canal Sur y de la Catedral de Almería no estaban sincronizados. «El día 31 de diciembre se quiso hacer con menos plantilla para ahorrarse presupuesto y ahora no quieren asumir las consecuencias de haber cambiado a un técnico por un software». El error ya ha costado su puesto al director de Emisiones y Conti-

nuidad de Canal Sur Televisión, José Luis Pereñíguez.

Por su parte, Joaquín Durán, subdirector general de RTVA, ha pedido comparecer en el Parlamento andaluz para explicar lo sucedido, aunque tendrá que esperar a febrero, ya que en enero no hay sesiones ordinarias o comisiones.

La cadena también ha querido pedir perdón a sus espectadores a través de un vídeo en el que se toman el error con humor -hablan de llevar carbón a Canal Sur por Reyes- y anuncian una gran sorpresa para el 28 de febrero, Día de Andalucía.



J. DURÁN



EL DOCUMENTAL «L'ENDEMÀ» DEFIENDE ABIERTAMENTE LA INDEPENDENCIA

Sociedad Civil Catalana denuncia a TV3 por su «falta de pluralidad»

ABC BARCELONA

Sociedad Civil Catalana (SCC), plataforma contraria a la secesión, presentó ayer una queja ante el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) para que investigue el sesgo informativo y la «falta de pluralidad» de TV3 tras la emisión, el pasado 17 de diciembre y en horario de máxima audiencia, del documental «L'endemà» (El día siguiente).

La cinta, coproducida por la televisión autonómica catalana, recoge tes-

timonios de juristas, sociólogos, políticos o periodistas, todos ellos partidarios de la secesión, para tratar de dar respuesta a lo que ocurriría en una hipotética Cataluña independiente. Una visión parcial que llevó ayer al presidente de SCC, Josep Ramon Bosch, a acusar a TV3 de no fomentar y evidenciar la pluralidad de Cataluña en sus emisiones, tal y como le obliga la Ley de Comunicación Audiovisual de Cataluña.

La entidad también lamentó «la pobreza argumentativa y los lamentables recursos de ficción utilizados» en el documental, en relación a un hilo argumental que equipara las relaciones entre Cataluña y España a una pelea conyugal salpicada de frases como «tú no te vas a ningún lado, ¡me cago en la puta!» o «¡estás loca!». Asimismo, SCC pidió al CAC que solicite una rectificación a TV3 y proceda a «reequilibrar» esta situación reclamándole la producción y emisión, también en horario de máxima audiencia, de un documental en el que se defiendan las tesis a favor de que Cataluña siga formando parte de España.



RTVA obre expedient a tres treballadors de Canal Sur

BARCELONA Redacció

La sotsdirecció general de RTVA ha obert expedient sancionador a tres treballadors de Canal Sur televisió per l'error en la retransmissió de les campanades la nit de Cap d'Any, que van ser interrompudes per emetre publicitat i molts andalusos es van quedar sense menjar el raïm. Segons ha informat en un comunicat la secció sindical de CC.OO. a RTVA, en els tres casos es preveu una sanció que pot anar de vint dies sense ocupació i sou fins a l'acomiadament. CC.OO. ha descartat la "falta de professionalitat o de zel en tots els que van intervenir en l'error de les campanades de Canal Sur Televisión". I ha assegurat que va fallar el "procediment, mai els treballadors". A més, el sindicat recrimina que s'hagi culpats l'última baula del procediment, sense haver realitzat prèviament un expedient informatiu.

D'altra banda, el subdirector general de RTVA, Joaquín Durán, va sol·licitar ahir comparèixer en la comissió de control de l'Agència Pública Empresarial de RTVA del Parlament andalús per informar sobre el que va succeir la nit de Cap d'Any.●



Societat Civil pide espacios contrarios a la ruptura en TV3

BARCELONA

Societat Civil Catalana presentó ayer ante el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) una queja en la que cuestiona la emisión en TV3 del documental soberanista *L'endemà*, dirigido por Isona Passola y programado el pasado 17 de diciembre. La plataforma también aprovechó para reclamar que la televisión pública produzca y emita filmes con argumentos en contra de la independencia.

En concreto, Societat Civil denuncia que el documental recoge únicamente planteamientos favorables a la secesión de Cataluña, tal como admitió la propia directora al defender que apenas había encontrado personalidades contrarias a la independencia que quisieran participar en el filme.

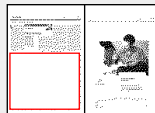
El vicepresidente segundo de la entidad, José Rosiñol, aclaró que la queja no es tanto por la «visión unívocamente secesionista» de dicho documental, sino por el hecho de que TV3 no ofrezca también contenidos de igual formato, en *prime time*, en los que se vean reflejados los catalanes que quieren seguir formando parte de España.



Mor als 49 anys el popular periodista esportiu dels EUA Stuart Scott

NOVA YORK | EFE

■ El presentador de televisió Stuart Scott, que va crear un estil propi per donar la informació esportiva al programa *SportsCenter*, va morir diumenge als 49 anys a causa d'un càncer. La cadena ESPN, per a la qual Scott va treballar des de 1992, va ser l'encarregada d'informar de la mort d'un dels seus rostres més famosos, nascut a Chicago (Illinois) el 19 juliol 1965. Summament expressiu (la seva falca més coneguda era «Booyah!»), Scott es va fer cèlebre per combinar la informació esportiva amb referències a la cultura popular, sobretot a estrelles del hip-hop, i fins i tot Lil Wayne el va citar en la seva cançó 3 *Peat*.



Frau de 5.200 milions als EUA amb clics falsos en anuncis

► Robots falsifiquen l'audiència de la publicitat en benefici de la web que l'allotja

► Les mateixes màfies controlen els programes i les pàgines que visiten

CARMEN JANÉ
BARCELONA

Un demolidor estudi sacsejava a finals del 2014 el món de la publicitat *on line*: l'associació d'anunciant nord-americana, l'ANA, juntament amb la consultora de seguretat White Ops, publicava que el 36% dels clics en anuncis en pàgines web no els feien persones i, per tant, eren falsos, i que l'import gastat als Estats Units en publicitat que no veu ningú arribaria aquest any a 5.200 milions d'euros. El frau del clic és una cosa que en el món d'internet se sospitava, perquè gairebé tot l'univers de la publicitat *on line* funciona igual: com més clics, més ingressos. Però ningú hi havia posat xifres.

L'estudi de l'ANA, realitzat sobre tres milions de pàgines web, assenyalava que el frau afecta tant «anunciant de renom i companyies importants» com webs petites. Segons les seves anàlisis, els robots actuen en tots els sectors i tipus d'anuncis, si bé comencen a despuntar més en el vídeo, on hi ha més automatismes (les imatges es comencen a reproduir només entrant a la pàgina, per exemple)

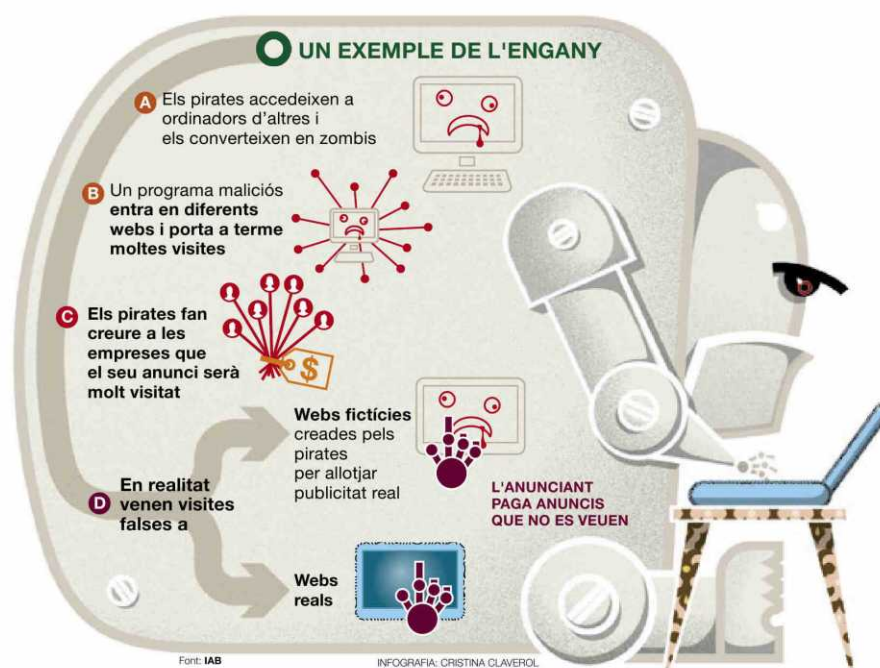
i l'anunci es paga més car. De fet, l'ANA assenyalava que el 23% de les impressions d'anuncis de vídeo són falses, igual que l'11% dels anuncis estàtics i el 19% dels dinàmics (que van canviant). El summum del frau se l'emporten els enllaços a altres webs (fins al 52% del trànsit és automatitzat), que és el més buscat, perquè Google prima les webs més enllaçades.

L'engany funciona a base de bots molt sofisticats que arriben a suplantar el mateix usuari utilitzant les cookies que ja té instal·lades al seu

Google calcula que fins al 56% dels anuncis a internet no els veu ningú

► El gegant de la publicitat a internet, Google, va difondre el mes de novembre passat un estudi en què apel·lava a definir els formats dels anuncis en la publicitat *on line* perquè, després de comprar una companyia que analitza on dirigeix la mirada un usuari en una web, ha descobert que el 56,1% dels anun-

cis que hi ha a les pàgines no els veu ningú. L'estudi, que es titula amb certa sorna *La importància de ser vist*, assenyalava a més a més que la majoria d'aquests anuncis invisibles venia d'un terç del total d'anunciant i desmuntava mites com que la mida importa. No, és la posició, diuen.



navegador (els trossos de codi que defineixen el perfil demogràfic que té per als anunciant: sexe, edat, interessos...).

Altres robots funcionen només a hores nocturnes, i a més ho fan una sola vegada per no ser detectats per les aranyes (robots rastrejadors) de Google, que consideren que un usuari no clicarà més d'una vegada al dia en el mateix anunci.

ARTIPART // Moltes de les xarxes criminals que sembren els bots també són les propietàries de pàgines minades d'anuncis per les quals naveguen les seves màquines. La majoria també han estat creades de forma automàtica, clonant altres webs que s'esforcen a ser originals, o simplement citant un paràgraf i incloent-hi l'enllaç, perquè semblin més professionals. Són fàcils de detectar perquè ni tan sols respecten la completa extensió de les paraules.

«És un problema endèmic de la publicitat *on line*. Als Estats Units han creat una llista de bots que es va actualitzant i que és consultable pagant prèviament, i a Espanya estem treballant amb Autocontrol en un codi de regulació del sector», explica Paula Ortiz, assessora legal d'IAB España. «Per a les grans webs és difícil falsificar els resultats perquè estan molt controlades per mesuradors independents, però les petites ho tenen pitjor», afirma el seu company Javier Clarke, responsable de New Media.

Però el frau no solament implica màfies de països de l'Est o de la Xina. Un periodista de la web sobre publicitat *Digidaily* va demostrar el mes de març passat que era possible comprar trànsit per a una web nord-americana creada amb paràgrafs copiats, omplir-la d'anuncis amb una gran agència i posicionar-la sense que ningú comprovés la qualitat del contingut ni si infringia les lleis de propietat intel·lectual perquè totes les accions les podia fer de forma automatitzada. En 10 dies, va guanyar 100 euros, que va donar a una oenagè. ■



Dilma, durante una rueda de prensa en el Palacio presidencial de Brasilia. UESLEI MARCELINO / REUTERS

Dilma impulsa el control de los grandes medios

Su Gobierno proyecta una ley para evitar la concentración en el sector

GERMÁN ARANDA SALVADOR DE BAHÍA
 ESPECIAL PARA EL MUNDO

El nuevo equipo de gobierno de la reelegida presidenta Dilma Rousseff apenas tardó unas horas en enojar a la oposición y encender sus alarmas. Nada más asumir su nuevo cargo como ministro de Comunicaciones, Ricardo Berzoini anunció que abriría «un debate amplio y profundo» sobre la regulación de los medios de comunicación, vieja pretensión del Partido de los Trabajadores al que pertenece pero que no tuvo el apoyo de Rousseff en su anterior mandato.

La intención del Gobierno sería dividir la tarta de la comunicación para acabar con los oligopolios que controlan televisiones y radios, aunque los críticos temen un *ley mordaza* a la libertad de expresión, basándose en experiencias similares en Argentina y Venezuela.

Según las propias palabras de Berzoini, es «una forma de ampliar democráticamente las comunicaciones». Muy diferente lo ve Aloysio Nunes, líder en el Senado del PSDB —principal partido de oposición— que calificó de «tentativa criminal» y forma de «control de prensa» la intención de regular los medios.

Más allá de las críticas de la oposición, las mayores dificultades del Ejecutivo para aprobar una medida así estarán en la propia coalición de Gobierno, como dejó ver Eduardo Cunha, líder en el Congreso del PMDB, principal partido de la base aliada. «No aceptamos discutir el asunto», dijo, aunque otros correligionarios sí se mostraron receptivos.

Todavía no existe una propuesta firme de ley y Berzoini quiso tranqui-

lizar recordando que «la Constitución garantiza la más amplia libertad de expresión». El ministro insistió en que no se trata de controlar contenidos, sino de una regulación económica para evitar concentraciones de medios. Pero ésta es la misma argumentación que dieron los gobiernos de Venezuela y Argentina antes de emprender una persecución en diferentes niveles contra medios críticos.

En Argentina, Cristina Fernández de Kirchner creó una ley de medios en 2009 para regular estrictamente la concesión de licencias y la concentración de poder de mercado en manos de un grupo mediático y, desde entonces, tiene una guerra en los tribunales con el Grupo Clarín, al que intenta fragmentar.

Los críticos temen que sea una 'ley mordaza', como ya ocurrió en Argentina y Venezuela

En Venezuela, las alusiones a los contenidos eran más claras, especialmente referidas a aquellos medios que «inciten al odio o al magnicidio» y los sucesivos gobiernos de Hugo Chávez y de Nicolás Maduro han utilizado dicha normativa para retirar licencias a decenas de radios y prácticamente silenciar a los medios críticos, incluido Globovisión, el mayor grupo mediático del país.

Poco antes de ser reelegida, la propia Rousseff advirtió sus intenciones al asegurar que «en Brasil, se trata

de confundir la regulación económica con el control de contenidos», y defendió: «Control de contenidos es cosa de las dictaduras. La regulación económica sólo impide que se instalen relaciones de oligopolio. La concentración de poder económico difícilmente lleva a relaciones democráticas». No obstante, no hizo bandera de ello en su campaña electoral.

En Brasil ya existe un capítulo especial en la Constitución dedicado a los medios de comunicación que impide la formación de monopolios y exige, por ejemplo, que el control de las empresas sea de capital nacional; aun así, lagunas legales abren espacio para los incumplimientos.

En el PT de Dilma y Lula preocupa el trato recibido por el grupo Globo —el mayor del país—, en los escándalos de corrupción que implican a miembros de varios partidos y que, según lamentan, sólo destaca a los que pertenecen al Gobierno o a sus aliados. En la práctica, los grupos Globo, Record, Band, SBT y Rede Tv dominan la práctica totalidad del mercado de radio y televisión.

El relator especial de la ONU sobre libertad de prensa, David Kaye, explicó en declaraciones a El MUNDO que «la regulación de medios no tiene por qué ser algo negativo en sí misma», a no ser que «sirva para la concentración de los medios en pocas manos, ya sean de empresas privadas, de individuos o del Estado». Kaye pide cautela ante el caso de Brasil a la espera de que se dé a conocer el proyecto de ley, aunque admite que «en muchos países de Latinoamérica», este tipo de normas, «han derivado en la censura directa».



PARA PROGRAMAS, INFORMATIVOS Y DIRECCIÓN

RTVE busca 'chóferes' en Cataluña por 6,1 millones

La Corporación lanza un concurso para contratar coches ligeros con conductor y servicio de taxi durante dos años

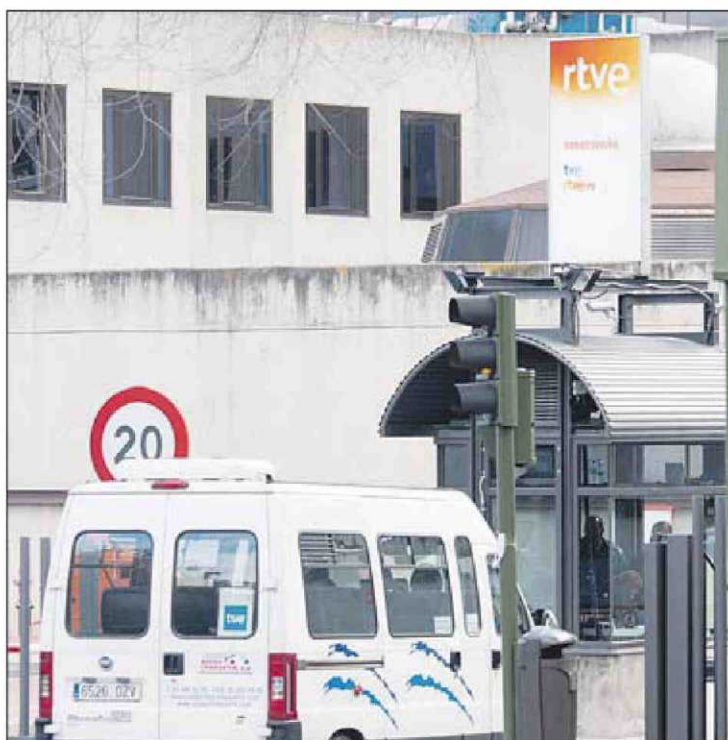
Á. Semprún MADRID.

RTVE busca coches con conductor en Cataluña por 6,1 millones de euros, IVA incluido. La Corporación ha lanzado un concurso para contratar el servicio de chóferes y taxis durante los próximos dos años para sus sedes en Barcelona, Girona y Tarragona. La licitación, que estará abierta hasta febrero de 2015, incluye la contratación de turismos, furgones blindados y minibuses para asegurar los traslados del personal de producción, los invitados a los distintos programas, los reporteros de informativos y a los directivos, entre otros servicios.

Según explican desde RTVE, el servicio se desarrollará sobre todo en Barcelona (San Cugat del Vallés) e incluye un coche con conductor durante una jornada de entre ocho y diez horas al día por unos 120 euros diarios y el uso de taxis en las delegaciones más pequeñas, como Girona. Actualmente, la Corporación que preside Jose Antonio Sánchez paga 1,77 millones de euros al año por este servicio en Cataluña, por lo que fuentes de la pública descartan que finalmente se lleguen a pagar los 6,1 millones (unos 3 millones de euros al año).

En el pasado mes de diciembre, la Corporación también sacó a concurso el servicio de transporte por carretera para sus centros en Andalucía, sobre todo Sevilla, por 841.108 euros, IVA incluido, durante dos años. En Murcia, a mediados de 2013, se adjudicó el contrato del servicio de transporte terrestre a Autoandalucía, por 513.796 euros.

Antes de que de las estrecheces económicas llegaran a RTVE, la Corporación tenía chóferes para los miembros del Consejo de Adminis-



Sede de RTVE en Torre España. NACHO MARTÍN

800.000 euros para gestionar la web rtve.es

RTVE ha dejado en manos de la compañía vasca Hispavista y Evolgroup la gestión de su web durante los próximos dos años por 804.300 euros. Por un lado, Hispavista ha ganado el concurso para encargarse de la maquetación y el desarrollo del 'software' de rtve.es por 302.258 euros. Evolgroup se ocupará del diseño de interfaces e infografías por 429.836 euros.

tración. Así, una de las primeras medidas adoptadas por el Consejo ante el primer recorte aprobado en 2012 fue la supresión de los coches oficial y de los gastos de desplazamiento de tertulianos, presentadores y colaboradores. El objetivo era ahorrar 1,5 millones al año.

La Corporación, que ha puesto en marcha un plan de sostenibilidad y eficiencia para tratar de cuadrar las cuentas, ha iniciado una oleada de externalizaciones.

Por ejemplo, ha licitado la gestión de las unidades móviles, un contrato puesto en duda por los trabajadores, que consideran que es más barato hacerlo con personal interno, y también los servicios de azafatas de Madrid y Barcelona por medio millón de euros.



La maratón de Reyes de Ràdio Barcelona distribuye juguetes a 10.000 niños

La campaña 'Cap nen sensa joguina' consigue 23.700 euros

EL PAÍS, Barcelona

La larga cabalgata de la noche de Reyes, en realidad, acabó en la mañana de ayer en las habitaciones de los hospitales de Sant Pau, del Nen Déu y el centro de acogida de Sant Josep de la Muntanya. Los Reyes Magos en persona llevaron juguetes a los niños ingresados en esos centros. Fue el final de una mágica noche en la que la maratón radiofónica de la 49 edición de la campaña *Cap nen sensa joguina*, que organiza Ràdio Barcelona-Cadena SER, el Casino de la Alianza del Poble Nou, El Corte Inglés y el Ayuntamiento de Barcelona, recaudó 23.700 euros.

Además, a lo largo de la noche hizo llegar juguetes nuevos, donados solidariamente por miles de barceloneses, a más de 10.100 niños sin recursos de 39 entidades de carácter social de la ciudad, según ha informado la Cadena SER.

La maratón radiofónica, conducida por Rosa Badia, directora del programa *Tot es Comèdia*, empezó a las nueve de la noche y se prolongó hasta las cuatro de la madrugada. Como cada año, consistía en una subasta de obje-



Los Reyes Magos entregan en persona juguetes a un pequeño hospitalizado en Sant Pau. / CONSUELO BAUTISTA

tos de personajes famosos. De los 47 objetos por lo que se pujó, los más valorados por la audiencia fueron una guitarra eléctrica firmada por Agnus Young, fundador del grupo AC/DC y el único que continúa en la banda desde sus inicios (3.400 euros); el sofá del programa televisivo *Viajando con Chester* (1.550 eu-

ros); el original a tinta de la portada del álbum *Mortadelo y Filemón Por Isis*, llegó la crisis y autobiografiado por Francisco Ibáñez (1.200 euros); las botas firmadas por Leo Messi que llevan el nombre de su hijo, Thiago, (1.000 euros) o la camiseta de Sergio García, delantero del RCD Espanyol, también por

1.000 euros.

Noche de juguetes y día de roscones de Reyes en el que los pasteleros catalanes preveían vender alrededor de 855.000 pasteles. Fue en Barcelona, donde las ventas ascendieron a 575.000 euros, lo que supuso un ligero aumento respecto a otras campañas.



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

‘La Vanguardia’ manté la fe en Bartomeu tot i la crisi



“I ara què, Bartomeu?”, “Bartomeu, acorralat”, “A Bartomeu el persegueix el fantasma de les eleccions”, “Bartomeu es queda sol enmig del descontrol”. Totes aquestes endreces al president del Barça apareixien a l’*Sport*... tot just a la portada. Bartomeu era objecte d’articles crítics a *El Periódico*, *El Punt Avui* i l’ARA amb una tendència coincident a reclamar-li eleccions. L’única pau la trobava al *locus amoenus* de *La Vanguardia*. L’editorial se centrava en la mala ratxa esportiva i deixava per al final la crisi insti-

tucional. I ho feia amb frases comodí. “La situació, tot i que és complicada, es pot redreçar. O, més ben dit, cal que es redreci. És imprescindible un altre tipus de gestió al club. Cal que la directiva reconegui, delimiti i afronti els problemes existents”. La recepta no compromet a res. Des de muntar una calaixera Kåsumputt fins a aconseguir la independència d’un país: tot a la vida es redueix a “reconèixer, delimitar i afrontar els problemes existents”. I si l’editorial perdonava Bartomeu, a la secció d’esports, Santi Nolla el defensava directament amb un article titulat “Renoï, en Bartomeu!”, en el qual aplaudia el seu caràcter decidit. “Pot tenir més o menys encert, més o menys sort, però ningú no pot acusar-lo de ser tímid a l’hora de prendre decisions”, deia, abans de lloar-lo com a empresari. Aquesta defensa tancada de Nolla, director de *Mundo Deportivo*, es notava també a la capçalera esportiva del Grupo Godó. A diferència de l’*Sport*, la portada només parlava un cop de Bartomeu: “Bartomeu destitueix Zubi per pèrdua de confiança”. Era un subtítol escrit a mida discreta i en el qual és el ja exdirector esportiu del Barça qui apareix com a dolent, mentre que ell queda, de nou, com a resolt. Renoï, sí. I manoi, també.



Les campanades de Canal Sur, al Parlament i amb tres expedientats

J.C.
BARCELONA

El subdirector general de la Radiotelevisió d'Andalusia (RTVA), Joaquín Durán, va sol·licitar dilluns comparèixer a la comissió de control de l'Agència Pública Empresarial de la RTVA del Parlament andalús per informar sobre l'error en la retransmissió de les campanades de Cap d'Any. En un comunicat, la RTVA ha informat que Durán ha remès un escrit al Parlament perquè estableixi la data de la seva compareixença. El Parlament no celebra sessions ordinàries de ple ni comissions durant el gener, i la pròxima sessió de la Comissió de Control de l'Agència Pública Empresarial de la RTVA està prevista per a la primera setmana de febrer.

A més, la subdirecció general de la RTVA va informar aquell mateix matí que ha obert un expedient sancionador a tres treballadors de la televisió autonòmica per l'error en la retransmissió de les campanades la nit de Cap d'Any, que van ser interrompudes per emetre publicitat, de manera que molts andalusos es van quedar sense poder-se menjar el raïm tal com marca la tradició.

Gairebé mig milió d'espectadors seguien les campanades per la televisió autonòmica andalusa quan es va produir la desconexió que els va impedir menjar a temps cada gra de raïm. L'endemà dels fets el director d'emissions i continuïtat de Canal Sur Televisión, José Luis Pereñíguez, va posar el seu càrrec a disposició de la direcció de la RTVA, que va acceptar la dimissió. —



Enrique Sánchez i Ana Ruiz van presentar les campanades. TWITTER



El 2014 van ser assassinats al món 138 periodistes

► L'any 2014 va ser el més letal per als periodistes en l'última dècada, amb 138 assassinats al món i Síria com el país on la violència contra els informadors ha estat la més greu l'any passat, segons va informar ahir l'organització Campanya Emblema de Premsa. Síria també va ser el país on més periodistes van morir el 2012 i el 2013. Amb aquestes xifres, l'organització va actualitzar el recompte que va publicar a mitjans de desembre, en el qual assenyalava que els periodistes assassinats eren 128, una diferència que es deu al fet que en les últimes dues setmanes de l'any passat més periodistes van morir en circumstàncies violentes en països com Hondures, l'Afganistan, el Brasil o la República Democràtica del Congo. / Redacció



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/01/15	El Washington Post vira hacia la alta tecnología / Periodistas en Español	63	1
01/01/15	El nou diari digital de Pedro J. Ramírez es dirà "El Español" / NacioDigital.cat	64	1
02/01/15	VÍDEO Pedro J. Ramírez presenta El Español (1): 'desde cien euros cada lector podrá ser accionista' / PRNoticias	65	2
02/01/15	El TTIP i el dret a la informació / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	67	2
02/01/15	Periodisme de dades: històries, context i qualitat / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	69	1
02/01/15	5 redes y herramientas para la filtración segura de información / Periodismo Ciudadano	70	2
02/01/15	Elogi del peu de foto / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	72	2
03/01/15	VÍDEO Pedro J. Ramírez avisa sobre El Español (2): si yo fuese Rajoy no me confiaría demasiado / PRNoticias	74	2
04/01/15	La Comunicación también está presente en las series de TV: cinco dircoms de la pequeña pantalla / PRNoticias	76	1
05/01/15	Pakistán y Siria encabezan la lista de países más peligrosos para los periodistas, que en 2014 registra 118 muertes / IFJ Global	77	2
05/01/15	Societat Civil denuncia al CAC biaix independentista a TV3 / NacioDigital.cat	79	1
05/01/15	Moisés Sánchez, primer reportero desaparecido en México en 2015 / Periodistas en Español	80	1
05/01/15	140journos: respuesta a la autocensura del periodismo turco / Periodistas en Español	81	2
05/01/15	Els articles més llegits a Mèdia.cat del 2014 / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	83	1
05/01/15	5 proyectos de periodismo de datos a tener en cuenta / Periodismo Ciudadano	84	2
06/01/15	Societat Civil Catalana fa un pas més en la croada contra el documental 'L'Endemà' / Economia Digital	86	1
06/01/15	Sobre la radiotelevisión pública en España, ¿dónde estamos? / Periodistas en Español	87	3
07/01/15	Mas fitxa Amadeu Altafaj / E-noticies	90	1
07/01/15	Anuari crític del periodisme / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	91	2



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

El Washington Post vira hacia la alta tecnología

Jueves, 1 de enero de 2015

Jeff Bezos , presidente y director general de Amazon, compró en 2013 el diario histórico de la capital de Estados Unidos, el Washington Post, y no ha tenido que pasar mucho tiempo para que decida diversificar sus actividades, haciendo que ya no sea solamente un periódico sino una fábrica de programas y contenidos multimedia, señala Xavier de La Porte en el digital Rue 89, haciéndose eco de una información aparecida en el diario conservador Le Figaro. Jeff Bezos compra El Washington Post Según esa fuente, el cambio ya ha comenzado cuando el desarrollo de herramientas que facilitan la edición y publicación se ha revelado tan exitoso que han decidido venderlas a otros medios de comunicación; al parecer son muchas las cabeceras de la prensa regional estadounidense que ya se han interesado en comprarlas. Esta apertura al desarrollo de programas comercializables escribe La Porte- acompaña los profundos cambios que se están llevando a cabo en el diario : con una inversión de 250 millones de dólares, Bezos ha garantizado la estabilidad económica del periódico, y ha permitido contratar periodistas e informáticos (hasta conformar un equipo de 200), lo que ha dado como resultado la realización de scoops y un aumento de la audiencia. La transformación del periódico en una empresa creadora de tecnología ha significado para el Washington Post compensar con la edición digital la caída en picado de las ventas de la edición en papel, según ha explicado al Financial Times el presidente de la publicación, Steve Hiles : A corto y medio plazo, el papel seguirá dando dinero hasta que el web encuentre definitivamente su modelo económico. Pero, a largo plazo, la batalla será en el terreno de lo digital. Compartimos la idea de Jeff Bezos de invertir el largo plazo. El Washington Post ya no es solo un periódico, ahora es una sociedad de high-tech innovadora, dice Shailesh Prakash , director de los sistemas informáticos del periódico en Le Figaro. Entre esas innovaciones se encuentra el programa PageBuilder , fácil de manejar y con gran aceptación entre los profesionales, que facilita a los periodistas la edición de páginas con nuevos formatos editoriales: Embriagados por el éxito, el equipo técnico del Washington Post se concentra ahora en el desarrollo de una serie de aplicaciones que permitan gestionar el conjunto del sitio del periódico. La fortuna personal de Jeff Bezos, dueño de Amazon, está estimada en 25 mil millones de dólares, cien veces el precio pagado por la compra del Washington Post. Fundado en 1877, el diario estadounidense que saltó las fronteras cuando destapó el escándalo del Watergate en los años 1970- pertenecía desde siempre a la familia Graham. Afectado por la crisis de la prensa escrita, en 2012 había perdido más del 7 % de las ventas. Años de dificultades familiares nos ha llevado a preguntarnos si no habría algún propietario mejor para el Post, comentó Donald Graham , presidente del grupo, en el momento de hacerse efectiva la venta a Jeff Bezos.

El nou diari digital de Pedro J. Ramírez es dirà "El Español"

Jueves, 1 de enero de 2015

Pedro J. Ramírez. Foto: Europa Press La primera notícia periodística de l'any 2015, difosa pocs instants després de la mitjanit, ha estat l'anunci que el nou diari que publicarà en format digital Pedro J. Ramírez , portarà per nom El Español . L'ex-director d' EL Mundo ho va donar a conèixer a través del seu compte de Twitter i, tot seguit, va obrir-se un compte específic del nou El Español , que en una hora ja havia obtingut prop de 5.000 seguidors, i a primera hora del matí d'avui dijous, dia 1, ja supera els 10.000. El diari apareixerà passat l'estiu, però el proper 11 de gener obrirà en format blog. Ara ja es pot visitar via web una pàgina amb un espot de promoció i presentació, en què es defineix com a independent, universal, combatiu, plural, innovador, intel·ligent i tuiter. Moltes de les primeres reaccions a la xarxa han estat de suport al conegut periodista pel que consideren un acte de valentia el de posar aquest nom al diari. La capçalera cita com a referència un periòdic del mateix nom publicat a Madrid dins la primera meitat del segle XIX, creat el 1810 i refundat el 1835. També reproduceix la portada de la revista España , promoguda per Josè Ortega y Gasset, el 1915.

VÍDEO Pedro J. Ramírez presenta El Español (1): 'desde cien euros cada lector podrá ser accionista'

Viernes, 2 de enero de 2015

Pedro J. Ramírez ha presentado en prnoticias su nuevo proyecto periodístico El Español. Y lo ha hecho menos de 48 horas después de su lanzamiento en redes sociales en la que es su primera entrevista como director del diario que nacerá en otoño. En la primera parte esta extensa conversación nos ha revelado las claves financieras del nuevo proyecto: nacerá con un capital de 5,3 millones de euros y estará abierto a la participación de los lectores como micro-accionistas. Pedro J. espera que el diario ya sea rentable desde el tercer año gracias a los ingresos por publicidad y suscripciones. LA SEGUNDA PARTE LA PUBLICAREMOS EL SÁBADO A PARTIR DE LAS 20.00 HRS IDEARIO DE EL ESPAÑOL: Pedro J. Ramírez ha dejado en claro desde el primer momento que su proyecto es liberal, basado en el buen periodismo de los últimos dos siglos, en el debate intelectual, pero también en la construcción de las ideas, de España y de los españoles como foco de interés nacional y mundial. Ha descartado que esté escorado a la derecha una falacia que los nacionalismos han intentado colgar a la palabra España- y ha apostado por los valores más tradicionales de la profesión y de los intelectuales históricos de nuestro país. NUEVO GURÚ DE INTERNET: El ex director de El Mundo ha contestado a las críticas respecto de su acelerada reconversión digital. Ha señalado que nunca se ha atado a ningún soporte y que sólo es un periodista que ha evolucionado con las diferentes tecnologías. Aprovechamos el desarrollo de la civilización humana para utilizar las posibilidades de la tecnología, ha indicado. Si los medios del pasado no se reconvierten van a perder el tren del mundo digital, ha dicho para reflexionar sobre el extraño silencio de los grandes diarios respecto del nacimiento de su nuevo periódico digital. INVERSIÓN PARA FUNDAR EL ESPAÑOL: Pedro J. Ramírez ha confirmado que él será el principal inversor de No Hace Falta Papel (editora de El Español) con los 5,3 millones de euros que recibió de la indemnización tras ser despedido de El Mundo. Del mismo modo, hizo un llamado a sus lectores para que participasen en el proyecto como accionistas desde el día 11 de enero con una inversión desde los 100 euros a los 5.000 euros. Esta modalidad estará disponible hasta el 28 de febrero. Con ello Pedro J. quiere asegurarse la independencia del proyecto y no tener que depender de grandes compañías, empresarios y partidos políticos, con lo que de momento descarta cualquier vinculación con alguna gran empresa, fondo de inversión o mecenas ocasional. UNA DOCENA DE PROFESIONALES COMO FUNDADORES: El periodista riojano también confirmó que el periódico tendrá un núcleo duro de doce profesionales que elevarán hasta los 5,4 millones la inversión inicial y que se constituirán como el equipo fundador con un mínimo del 51% del capital. De esta manera, ha asegurado que en una segunda etapa a partir de marzo estarán abiertos a nuevas inversiones aunque en ningún caso, ha indicado, tendrán un capital superior al 49%. No quiero que me pase lo de las dos veces anteriores cuando luego le vendimos a un grupo editorial los periódicos para luego despedirnos, ha apostillado.

Vie, 2 de ene de 2015 22:46

Audiencia: 188.551

Ranking: 6

VPE: 3.733

Página: 2

Tipología: online

La segunda parte de esta entrevista la publicaremos este sábado 3 de enero a partir de las 20.00 horas. En ella Pedro J. Ramírez entra de lleno en el plano político, manda algún mensaje a Mariano Rajoy, nos habla de cómo será su nueva redacción y de su actual relación con Unidad Editorial, un mes después de su ruptura definitiva. Seguiremos Informando...

El TTIP i el dret a la informació

Viernes, 2 de enero de 2015

Les xarxes socials van ser les primeres en parlar de les negociacions del Tractat de Lliure Comerç entre la Unió Europea i els Estats Units (TTIP en les seves sigles en anglès) per crear la més gran àrea del món de lliure comerç. En els darrers mesos s'han anat filtrant informacions a través de les xarxes socials i de mitjans digitals sobre les primeres protestes i denúncies públiques de diferents moviments socials. Arran d'això el tractat ha començat a aparèixer als mitjans de comunicació més massius amb majors o menors dosis de crítica o amb major o menor extensió. Tot i això, el silenci és i ha estat clamorós tal i com denunciava al juny el reportatge de Media.cat Els mitjans es fan els desentesos amb les filtracions sobre les condicions secretes del TTIP al juny. Ha estat l'opacitat de les negociacions, especialment en els punts més polèmics del tractat, el que ha provocat les protestes dels moviments socials. Aquests han denunciat que les clàusules d'aquest acord podrien limitar la sobirania nacional de les democràcies europees ja que podria fer prevaldre els interessos de les multinacionals. Ha estat precisament l'activisme per demanar transparència en les negociacions el que ho ha pogut convertir en notícia. En maig de 2014 més de 250 entitats civils d'arreu del món reclamaven transparència en les negociacions del TTIP. Molt més recentment, tot just abans de Nadal, a Catalunya el TTIP ha arribat al debat parlamentari. El dret a la informació Aquest tractat i la forma com s'està negociant podria estar en contradicció amb el dret a la informació de la ciutadania. Per una banda, els ciutadans en democràcia han de poder tenir una informació plural, veraç, contrastada i suficient de tots aquells assumptes de transcendència per als seus drets polítics. Un tractat internacional és de suficient importància com per a informar-ne i el que ha faltat en aquest cas és informació suficient: per l'opacitat de les negociacions. Un aspecte que han denunciat els moviments socials però que no ha generat un debat polític i social al respecte per l'escassa presència mediàtica del tema. Si bé quan es denuncia la manca de transparència no es cita explícitament el dret a la informació, està clarament implícit. Hi ha un possible efecte sobre el dret a la informació, no tan conegut, que fins ara pocs han denunciat: el TTIP podria limitar la capacitat dels estats sobirans a regular i limitar la concentració de la propietat dels mitjans de comunicació i podria promoure la privatització de les televisions públiques. Precisament la Federació Europea de Periodistes va celebrar una jornada el passat 5 de novembre Stand up for journalism que aquest any denunciava la concentració de la propietat dels mitjans de comunicació en poques mans i com això pot perjudicar al pluralisme polític i social de les empreses informatives. En aquest sentit, la mateixa federació, en el manifest elaborat per a les eleccions europees de l'any passat, reclamava una regulació per limitar la concentració de mitjans, cosa que indica fins a quin punt les entitats professionals li donen importància a aquest tema. A l'Estat espanyol, La Federació de Sindicats de Periodistes (FESP), en un comunicat del passat 1 de desembre, denunciava l'obscurantisme de les negociacions del TTIP. I alertava que en cas que es duguï a terme aquest acord, a més de suposar un

greu atemptat contra la defensa de la regulació europea en matèries com leconomia, els drets laborals, el medi ambient o els serveis públics (salut, educació), afectarà directament al dret a la informació i la comunicació de la ciutadania: la creació de lanomenat Mecanisme de solució de controvèrsies inversores-Estat implicaria la indefensió dels Estats contra la concentració dels mitjans de comunicació en mans duns pocs monopolis, una pràctica que limita el necessari pluralisme informatiu. Lactivista pel dret a la informació i secretari dorganització del Sindicat de Periodistes de Catalunya, Francesc Ràfols aprofundeix en aquesta possibilitat al seu bloc i afirma que els textos de lavantprojecte que fins ara es coneixen revelen que el tractat no permetria als governs aprovar lleis per a la regulació de sectors econòmics estratègics com la banca, les assegurances, serveis postals o telecomunicacions. Ràfols assenyala que si una regulació contra la concentració de la propietat dels mitjans produís qualsevol expropiació les empreses podrien demandar als Estats exigint la devolució de la seva inversió més compensacions i interessos. El periodista indica que això afecta fins i tot al món de la comunicació perquè els governs no podrien aprovar lleis limitant la propietat en els mitjans per impedir la creació dimperis mediàtics com, per exemple, el de Murdoch. I adverteix que la conseqüència que podria tenir la impossibilitat dactuar contra la concentració seria la reducció del pluralisme informatiu, una de les amenaces principals a la qualitat democràtica dun país. La petició dindemnitzacions milionàries ja sha produït, en un altre sector, per un acord similar al TTIP que mantenen els EUA i Canadà. Una empresa de gas demana 250 milions de dòlars al Govern quebequès per impedir-li extraure gas mitjançant el fracking. Pel que fa la possibilitat de privatització dels mitjans públics, Dardo Gómez, secretari dorganització de la FESP, assenyala que aquests acords podrien arrasar amb les normes legals de regulació dels serveis incloent la sanitat i leducació públiques. Per exemple, en cas daprovar-se el TTIP, una empresa nord americana de salut podria queixar-se dhaver de competir amb un hospital públic a Móstoles. El mateix podria fer Murdock amb els mitjans de comunicació públics, cosa que podria promoure, en la seva opinió, una onada de privatitzacions de mitjans públics. La professió periodística està tot just encetant un debat sobre com podria afectar aquest tractat als mitjans de comunicació i, per extensió, al dret a la informació. La FEP ha demanat transparència en les negociacions del TTIP i atenció a com podria afectar aquest i altres acords als mitjans de comunicació i la transmissió de cultura. La federació europea està treballant amb organitzacions dEstats Units i Canadà -laltra part del TTIP- per alertar dels possibles resultats negatius de les negociacions o demanar-ne lexclusió de determinats sectors daquest acord. En parlen els mitjans daquesta possibilitat? Sen parla de la concentració de la propietat dels mitjans de comunicació i els efectes que té al pluralisme? El TTIP la podria afavorir, perjudicar o blindar? Quines informacions en tenim dels intents devitar la concentració de la propietat de mitjans en altres països? Podria suposar a llarg termini el tancament de mitjans de comunicació públics? Un debat que promouen entitats professionals que, si més no per ara, ha estat silenciats per al conjunt de la societat.

Periodisme de dades: històries, context i qualitat

Viernes, 2 de enero de 2015

Impulsat per les noves tecnologies el periodisme de dades (o de bases de dades s'utilitza per processar grans quantitats d'informació a fi de fer-la comprensible. El vídeo és un resum del taller de periodisme de dades en temes ambientals que va realitzar la Fundació Gabriel García Márquez per al Nou Periodisme i CAF -Banc Desenvolupament d'Amèrica Llatina- amb el suport de Canal Futura.

5 redes y herramientas para la filtración segura de información

Viernes, 2 de enero de 2015

Para preservar el derecho a la privacidad y a la libertad de comunicación e intercambio de contenido surgen cada vez más iniciativas orientadas a la lucha contra el espionaje tal y como puso de manifiesto Edward Snowden, exinformático de la CIA y de la Agencia de Seguridad Nacional (NSA). Snowden utilizó el lenguaje encriptado para comunicarse con el periodista Glenn Greenwald a través de correo electrónico cifrado para poder realizar sus filtraciones. En este deseo de privacidad y seguridad de las comunicaciones numerosos expertos como Julian Assange sigue insitiendo en su nuevo libro en esta idea y en la necesidad de buscar alternativas a las grandes redes sociales. En entrevista con Russia Today, destacaba hace tiempo cómo estas redes pueden ser manipuladas por las agencias de inteligencia, haciendo especial mención a Facebook señalando: es la máquina más terrible de espionaje que se ha inventado nunca. Aquí os dejamos 5 redes y herramientas para la filtración segura de información: 1-En nuestro país contamos con Fíltrala, un proyecto para realizar filtraciones a la prensa, concebida como una herramienta en favor del periodismo participativo. Cualquier persona puede enviar de manera segura y anónima contenido. El proceso de envío está pensado para ser seguro a la vez que simple. Basta con utilizar el Navegador Tor para acceder a Filtrala.org de forma anónima. La verdad es un derecho humano, Fíltrala, es el lema que podemos encontrar en la página de esta plataforma independiente de denuncia ciudadana. 2-La plataforma de activistas X.net, (@ X_net), miembro de la fundación de la red PILA (Plataforma Internacional de denuncia ciudadana), centrada en la lucha contra la corrupción a nivel global, pone a disposición de quien tenga información relevante el BuzónX, para poder filtrar contenido que será analizado y estudiado por periodistas, abogados, auditores y personas competentes. Esta Red seguirá poniendo en práctica el conocido como periodismo de filtraciones que encontró en personalidades como Assange, Manning o Snowden un ejemplo a seguir. Si tienes información clave sobre casos de corrupción que crees que puede ser útil para denunciar jurídica y/o mediáticamente, ponena tu disposición un equipo de periodistas y juristas, en colaboración con la experiencia de la Comisión Anticorrupción del Partido X y los mecanismos para poderla filtrar de manera segura a través de nuestro buzón seguro y anónimo. Xnet es un grupo de activistas que trabajan desde 2008 en diferentes campos relacionados con la democracia en red (mecanismos de participación y control ciudadano del poder y las instituciones); la defensa de un Internet libre y neutral; la libre circulación de la cultura, el conocimiento y la información y la defensa del periodismo ciudadano por el derecho a saber, informar y estar informados; la lucha legal, técnica y comunicativa contra la corrupción; y la tecnopolítica entendida como la práctica y la acción en Red para el empoderamiento, la justicia y la transformación social. 3- Twister es la primera red social descentralizada con la que tratar de hacer frente a los problemas relacionados con la censura y el espionaje. Su creador, Miguel Freitas, ingeniero y programador brasileño, decidió ponerla en marcha a raíz

de las revelaciones de Snowden . Este servicio de microblogging peer-to-peer permite que los usuarios se conectan directamente, sin la necesidad de un servidor central. Sus características hacen hincapié en la necesidad de fomentar la libertad de expresión en la Red y poner de manifiesto las posibilidades de control y censura que se ocultan tras el uso de redes sociales que transmiten una apariencia de neutralidad y transparencia. 4- Trsst , es una plataforma de microblogging cifrada, anónima y descentralizada, que también surgió tras las revelaciones de Edward Snowden sobre el espionaje en la Red del gobierno de Estados Unidos . Como señalan en su web esta plataforma de microblogging seguro: Se ve y se comporta como Twitter pero está construida para la Red abierta: cifrada, anónima y descentralizada; y sólo tú guardas las claves. 5- SecureDrop, es un sistema de código abierto del que os hemos hablado en PC, que permite presentar todo tipo de denuncias a los medios de comunicación, de forma segura, para que los denunciantes permanezcan en el anonimato.

Elogi del peu de foto

Viernes, 2 de enero de 2015

En un reportatge periodístic imprès (o digital, si té una aparença similar al duna revista), el primer que el lector sol llegir és el títol. Un cop vist aquest, el que mira a continuació no és pas el text, sinó les fotos i els seus corresponents peus de foto. El text exigeix posar-shi i concentrar-se durant uns minuts. Els peus de foto es llegeixen depressa i sovint actuen d'introducció. Són com petits glops previs a beurens el contingut sencer del reportatge. Així és com es comporta el 90% dels lectors, diuen que està comprovat empíricament. Els peus de foto són gairebé tan importants com els titulars, però els periodistes ens podem passar tres hores pensant un títol per al reportatge i, en canvi, despatxar mitja dotzena de peus de foto en un minut. Sóc un maniàtic dels peus de foto, no suporto que no hi hagi (una foto sense peu és per a mi gairebé tan incomprendible com un article sense títol), no suporto que estiguin escrits de qualsevol manera, per sortir del pas. No suporto que un periodista cregui que no cal que els peus els escrigui ell mateix, que ho pot fer la persona que editi o corregeixi el text abans de publicar-lo. És un greu error professional, perquè si ho fem així, en perdem totalment el control del contingut. Tampoc no suporto que un peu de foto no aportï res més que la descripció dallò que ja es veu en la fotografia, és a dir, que prengui per babaus els lectors. Un home comprant en un supermercat és un peu de foto totalment prescindible, si ens explica allò que la foto ja ensenya. Comprar al supermercat és una tasca domèstica que agrada a la majoria dels homes, aporta informació complementària a allò que es veu a simple vista, i a més, ens fa pensar i prendre interès pel contingut del reportatge. En qualsevol cas, sempre és millor aportar context més que no pas moltes dades, que haurem de deixar pel cos central del reportatge. Quins són els criteris bàsics que hem de tenir en compte per redactar un bon peu de foto? En primer lloc, qui surt a la foto. Expliquem qui són els personatges retratats, per molt obvi que ens sembli. Si hi ha més de dues persones, sempre les identifiquem desquerra a dreta, excepte si lacció ens obliga a fer-ho al revés (Direm Un veí lliura una carta a l'alcalde Trias durant la visita, encara que es vegi el veí a la dreta i l'alcalde a l'esquerra, perquè és el veí qui fa lacció). També cal explicar on i quan està feta la foto: La sala d'actes de la seu del districte va acollir la presentació del Festival dissabte a la nit ens aporta informació del lloc i del moment. I evidentment, cal contestar a la doble pregunta: què passa i per què? Ja hem dit que no cal descriure el que es veu, sinó el que no es veu en la foto. Per exemple, si apareix un futbolista colpejant la pilota, una informació rellevant pot ser explicar si aquella acció es va convertir en gol o no. Neymar va marcar el primer gol del partit en rematar una centrada d'Alves és un bon resum en cas que només es vegi el brasiler i no veiem la jugada en la seva globalitat. Em sembla bàsic, d'altra banda, que els peus de foto no interpretin, no avancin suposicions, sinó que expliquin fets, els posin en el seu context. No podem dir que aquell fet és feliç o dramàtic o sorprenent o qualsevol altre adjectiu. Això ja ho decidirà el lector per ell mateix. Sobretot, no ens inventem res que no sapiguem. Aquesta és la causa de centenars d'errors, interpretar el que

es veu, enlloc de remetrens al que sabem segur que es veu. Els peus de foto dels diaris i revistes estan, malauradament, plens d'errors. Els defensors dels lectors (dels diaris que en tenen) es fan un fart de justificar-se per aquests errors, tot atribuint-los sovint a les presses per tancar pàgines o pel fet que no sempre qui posa el peu de foto és el mateix que redacta el text o perquè sovint els redactors de tancament canvien les fotografies a última hora però no sen recorden de canviar també el peu. Com a periodistes rigorosos, no podem admetre que la norma sigui aquesta, i l'excepció treballar bé. Que no ens passi com al redactor d'un diari espanyol, que va posar com a peu de foto d'un reportatge sobre menors, aquest sorprenent i sincer text: Imagen de archivo de niños en un colegio, sin relación con la noticia.

VÍDEO Pedro J. Ramírez avisa sobre El Español (2): si yo fuese Rajoy no me confiaría demasiado

Sábado, 3 de enero de 2015

Pedro J. Ramírez ha entrado de lleno en el plano político en la segunda parte y final de la primera entrevista que ha sostenido como director de El Español. El ex director de El Mundo ha advertido que si él fuese Mariano Rajoy no se confiaría demasiado con salida del diario, en otoño, pocos meses antes de las Elecciones Generales. Ha advertido además que con Internet el Gobierno ha dejado de controlar a los medios le gustaría mantener el corralito de los medios tradicionales que pastorea bien, pero no pueden'. También se ha referido a la estructura de su diario y ha puesto fecha a la vuelta de El arponero ingenuo. FINANCIACIÓN DE EL ESPAÑOL: Pedro J. Ramírez también nos ha confirmado el modelo mixto de financiación del diario. Ha indicado que será similar al que aplicó en elmundo.es con una gran cantidad de información en abierto pero con muchos temas exclusivamente para lectores. En este punto ha revelado que durante los primeros meses los lectores podrán suscribirse por 60 euros al año con un descuento del 50%. También abre la puerta a la publicidad, el segundo pilar de su proyecto. Respecto de la rentabilidad, ha indicado que esperan llegar a tener beneficios desde el tercer año de su puesta en marcha, ello porque, ha recalcado, invertiremos todas las ganancias en materia periodística, no en papel, ni en imprentas ni en puntos de distribución'. EQUIPO DE EL ESPAÑOL: Al equipo fundador del diario Pedro J. Ramírez quiere agregar un contingente de unas cien personas, de los cuales tres cuartas partes serán periodistas, un equipo que debería estar completo al comenzar el segundo año de funcionamiento del periódico. En relación a su equipo de confianza ha agregado que en las próximas semanas a finales de febrero- conformará el núcleo duro. Respecto de su equipo de gestores ha sido más cauto y ha preferido esperar para anunciarlos, aunque advirtió que realizará grandes fichajes. Ha recordado además el apoyo de Alfredo Triviño de Audacity Partners, empresa que trabaja en el diseño del diario desde Londres. LA VUELTA DE EL ARPONERO INGENUO: ha confesado su mono por no poder escribir desde hace más de un mes, pero ha confirmado que Las cartas del arponero ingenuo que se publicaron desde febrero hasta octubre en El Mundo vuelven a la calle domingo 11 de enero en el blog de El Español. De momento estarán en abierto, pero no ha querido confirmar si seguirán en este modelo a partir de la puesta en marcha del diario en otoño, que como nos ha contado, tendrá un modelo mixto de acceso a sus contenidos. NACIMIENTO EN OTOÑO ¿TARDE PARA LAS ELECCIONES?: Pedro J. Ramírez ha indicado que su proyecto no nace coyunturalmente para las Elecciones Generales de final de año, por lo que ha descartado que su lanzamiento en otoño- llegue tarde para la cita electoral. Queremos influir en las elecciones de los próximos veinte años, ha indicado. Pese a ello, advirtió que si él fuese Mariano Rajoy no se confiaría demasiado tras el nacimiento de El Español ¿RELACIÓN CON MONCLOA?: Nos ha dicho que de momento es inexistente, aunque ha indicado que al Gobierno le gustaría mantener el corralito de los medios tradicionales que pastorea

Audiencia: 188.551

Ranking: 6

VPE: 3.733

Página: 2

Tipología: online

bien, pero no puede controlar a los medios digitales ¿Unidad Editorial? Lo que terminó hace un mes y medio para mi se va difuminando de una manera cada vez más rápida. Ya no me acuerdo de nada malo de lo que me ha pasado en 2014, ha concluido. Seguiremos informando...

La Comunicación también está presente en las series de TV: cinco dircoms de la pequeña pantalla

Domingo, 4 de enero de 2015

Mueven los hilos de la política, lavan la imagen de sus clientes y cambian totalmente la opinión de la sociedad a su antojo. Son dircoms de los gobiernos reflejados en algunas de las series de televisión sobre política más destacadas y con mayor audiencia de la historia. Por eso, hemos querido traspasar la frontera de la pequeña pantalla y realizar una selección con algunos de estos directores de Comunicación ficticios que encandilan con sus estrategias al gran público. -Scandal: hay veces en las que la realidad supera, con creces, a la ficción. Y si no que se lo pregunten a Judy Smith, la que fuera jefa de prensa en el Gobierno de George H. W. Bush, ya que el personaje protagonista de esta serie, Olivia Pope, está basado en ella. La trama se centra en su agencia de control de crisis, Olivia Pope & Associates, y en su relación personal y profesional como asesora de Comunicación con la Casa Blanca. Su misión, y la de su equipo, es proteger y defender la imagen y las vidas de sus clientes, normalmente pertenecientes a la élite del país. -The Good Wife: uno de los personajes más admirados de esta serie es Eli Gold, manipulador, ambicioso y escaso de escrúpulos. Su labor es lavar la imagen de Peter Florrick, exfiscal general de Illinois y marido de la protagonista, Alicia Florrick, después de ser destituido y encarcelado por corrupción política y de que vieran la luz varios vídeos de él manteniendo relaciones sexuales con prostitutas. Good tendrá que poner en marcha todos los mecanismos de las Relaciones Públicas para, además, reconstruir la carrera política y la reputación de Florrick. -Cinco hermanos: Calista Flockhart interpreta en esta mítica serie a Katherine Walker (Kitty), la segunda hija de la familia Walker. Tras mudarse a Los Ángeles, el senador McCallister la contrata como directora de Comunicación del Partido Republicano. -El Ala Oeste de la Casa Blanca: esta serie, ambientada precisamente en el ala oeste de la Casa Blanca, refleja el día a día de todos los agentes involucrados en el Gobierno de los Estados Unidos: presidente, primera dama, consejeros y principales miembros del Gabinete. Entre ellos Toby Ziegler, el director de Comunicación, encargado de los discursos del presidente. Al principio le resulta difícil enfrentarse a la prensa, pero poco a poco va superando este medio a medida que evoluciona la serie. -Borgen: Kasper Juul es el asesor de Comunicación de Birgitte Nyborg, la primera mujer en llegar al cargo de Primer Ministro de Dinamarca. Es uno de los jóvenes con más talento de su generación. Encantador, con un don natural para moverse de un contexto a otro sin dificultad, en ocasiones le puede su ambición y su cinismo. Seguir a @rociodelmarr

Pakistán y Siria encabezan la lista de países más peligrosos para los periodistas, que en 2014 registra 118 muertes

Lunes, 5 de enero de 2015

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) ha informado hoy de que 118 periodistas y diversos trabajadores de medios de comunicación han muerto en 2014 debido a choques violentos mientras se hallaban trabajando, lo que supone un aumento de 13 asesinatos con respecto al año anterior. Además, otros 17 periodistas perecieron en accidentes de tráfico o como consecuencia de desastres naturales durante misiones profesionales. Según la 24ª lista anual de la FIP, Asia Pacífico ha registrado el mayor número de muertes, con un total de 35, lo que la convierte en la región más peligrosa del mundo por segundo año consecutivo para los trabajadores del sector periodístico. Oriente Medio ocupa la segunda posición con 31 fallecidos, seguido del continente americano, que ha contabilizado un total de 26. África se sitúa en cuarto lugar con 17 muertes violentas y Europa cierra el listado con 9. La FIP ha declarado que las actuales guerras en Siria, Irak y Ucrania, además de las violentas insurgencias en Pakistán y Afganistán, son la causa de muchas de estas muertes. Pakistán encabeza el listado de los países más peligrosos del mundo con 14 reporteros muertos seguido de Siria, donde 12 periodistas perdieron la vida debido a actos violentos. Afganistán y Palestina registraron 9 fallecimientos cada uno y Ucrania e Irak, 8. La Federación ha advertido asimismo de que estas nuevas cifras son un recordatorio de la gravedad de la crisis de seguridad que viven los medios de comunicación e intensifica su apelación a los gobiernos para que hagan de la protección de los periodistas su mayor prioridad. Cita como ejemplos las brutales decapitaciones públicas como las de los reporteros autónomos británicos James Foley y Steven Sotloff a manos de militantes del autoproclamado Estado Islámico, que representan un giro en la actitud de los gobiernos hacia la protección de los medios de comunicación. Es momento de actuar frente a estas amenazas sin precedente ejercidas contra los periodistas, que están siendo víctimas no solo para restringir la libre circulación de información, sino cada vez más para asegurarse enormes rescates y concesiones políticas mediante el puro y simple uso de la violencia, aseguró el presidente de la FIP, Jim Boumelha. Como resultado, muchas organizaciones de medios de comunicación dudan a la hora de enviar reporteros a las zonas de conflicto por motivos de seguridad, incluso de utilizar el material recopilado por periodistas autónomos. Fracasos en la mejora de la seguridad de los medios de comunicación perjudicaría gravemente la cobertura de conflictos, que se empobrecería debido a la ausencia de testigos independientes. Además, la FIP ha señalado que otra causa de fallecimiento de los periodistas en 2014 han sido los temerarios ataques a estos trabajadores y a sus oficinas de trabajo en lugares en conflicto como Ucrania o la Franja de Gaza. Entretanto, el implacable régimen del terror y la violencia del crimen organizado continúa haciendo estragos en el periodismo de América Latina, especialmente en Honduras y México, donde muchos periodistas pagan con su vida por informar sobre sucesos tales como la corrupción o el tráfico de

drogas. Esta es la conclusión que la FIP extrajo de su misión en septiembre al estado de Guerrero, una de las áreas más violentas de México, con el propósito de alertar a las autoridades de la necesidad de una acción drástica para proteger a los periodistas locales. Los niveles de violencia ejercida contra los periodistas siguen siendo inaceptablemente altos en algunos países donde estos trabajadores corren un riesgo mortal en el ejercicio diario de su profesión, declaró a su vez la Secretaria General de la FIP, Beth Costa. Por desgracia, muchos han pagado con sus vidas la espiral de violencia que está sepultando los medios de comunicación y que está siendo a su vez avivada por el clima de impunidad. En 2014, la FIP ha intensificado las labores de seguridad, incluyendo programas de entrenamiento para periodistas de países de alto riesgo, como la región de Kurdistán (Irak), Afganistán o Pakistán. También ha colaborado con el Consejo de Europa para establecer una plataforma de seguridad online para reporteros y está probando las últimas herramientas de seguridad para mantener el contacto permanente con periodistas en misiones de alto riesgo. Las estadísticas de periodistas y trabajadores de medios de comunicación asesinados en 2014 son las siguientes: A 31 de diciembre, la FIP ha registrado los siguientes casos de fallecimiento: - Víctimas de ataques con bombas e incidentes de fuego cruzado: 118 - Muertes relacionadas con accidentes y desastres naturales: 17 - Número total de muertes: 135 Los países que han registrado mayor número de muertes son los que siguen: Pakistán: 14 Siria: 12 Afganistán: 9 Palestina: 9 Irak: 8 Ucrania: 8 Honduras: 6 México: 5 Para más información puede ponerse en contacto con la FIP: Jim Boumelha, Presidente, +44 7963 12 53 43 (inglés, francés) Beth Costa, Secretaria General, +32 479 07 71 94 (español, inglés) Ernest Sagaga, responsable de Derechos Humanos y Seguridad, + 32 477 71 4029 (inglés, francés) Estíbaliz Ortiz, responsable de Comunicación y Campañas, +32 479 13 86 82 (español, inglés, francés) La FIP representa a más de 600.000 periodistas en 134 países

Societat Civil denuncia al CAC biaix independentista a TV3

Lunes, 5 de enero de 2015

Rafael Arenas, José Rosiñol i Josep Ramon Bosch, presentant la queixa al CAC. Foto: Telva Somoza. Societat Civil Catalana ha presentat una queixa al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) per l'emissió del documental d'Isona Passola L'endemà , coproduït per TVC. El vicepresident segon l'entitat, Josep Rosiñol, creu que TV3 està fent una labor "molt esbiaixada cap a el secessionisme" i defensa que exemples com 'L'endemà' van "en contra de la pluralitat". Per aquest motiu, l'entitat demana al CAC una investigació per verificar si s'ha emès material amb una durada i un horari similar per defensar una tesi contrària a l'independentisme. Així mateix, Societat Civil també ha reclamat al CAC que iniciï un estudi sobre els documentals emesos per TV3 els últims dos anys amb l'objectiu de demostrar la desproporció de projectes a favor de l'independentisme. Societat Civil Catalana ha lamentat que el documental "únicament recull plantejaments favorables a la secessió de Catalunya, sense comptar amb altes opinions". Quant a l'argument de la directora del documental, Isona Passola de no incloure en el documental cap defensor de l'unionisme amb l'argument que "no l'havia trobat", Rosiñol ha posat la seva organització "al servei de TVC per ajudar en la recerca d'aquesta altra visió". Com exposen a la demanda presentada al CAC, Societat Civil Catalana creu que és evident que l'opció de la televisió pública catalana continua sent difondre produccions que "només reflecteixen els partidaris de la ruptura amb Espanya". Segons Rosiñol, aquest fet "va en detriment de la qualitat de la nostra democràcia" i defensa que calen uns mitjans públics "enriquidors" amb els que la societat pugui decidir amb "criteri i diferents punts de vista". El vicepresident segon ha demanat a TV3 que compleixi amb les pròpies lleis de la comunicació audiovisual de Catalunya i el llibre d'estil de la CCMA, i ha ironitzat que "sembla que estigui fet per incomplir-ho".

Moisés Sánchez, primer reportero desaparecido en México en 2015

Lunes, 5 de enero de 2015

La tarde noche del viernes 2 de enero, el periodista y activista Moisés Sánchez Cerezo fue secuestrado por un comando armado en el municipio de Medellín, colindante con el puerto de Veracruz, informa Aurelio Contreras Moreno en Etcétera. Los secuestradores sacaron por la fuerza a Sánchez Cerezo de su domicilio particular y también se llevaron consigo su computadora personal, equipo fotográfico y teléfonos móviles. Moi, como es conocido en su comunidad, edita el blog La Unión, en el que informaba del surgimiento de uniones vecinales para defenderse de la delincuencia que asuela al municipio, y de la incapacidad de la autoridad local en manos del alcalde panista Omar Cruz Reyes, quien de acuerdo con los familiares del reportero lo habría mandado amenazar hace pocos días, exigiéndole que ya le baje. Para completar el ingreso con el que mantiene a su familia, Moisés conduce un taxi en Medellín, a la par de su labor periodística social y de su activismo comunitario. Eso bastó para que el gobernador de Veracruz, Javier Duarte de Ochoa, minimizara el secuestro de Sánchez Cerezo, a quien con abrumador desprecio llamó taxista y activista, omitiendo deliberadamente su condición de periodista y como si no fuera un ciudadano veracruzano que se mereciera la misma atención del gobierno, o como si no tuviera derechos. De ese mismo calibre fue la respuesta de la autoridad ministerial. A pesar de que la familia presentó de inmediato la denuncia correspondiente, las pesquisas se iniciaron tres horas después de los hechos, gracias a la presión ejercida por periodistas de todo México para que el gobierno de Javier Duarte cumpliera con su obligación de investigar la comisión de este delito. Hasta el momento, la Comisión Estatal de Atención y Protección a Periodistas de Veracruz, que recién estrenó como presidenta a Benita González, no ha hecho ninguna clase de pronunciamiento oficial sobre el secuestro de Moisés Sánchez Cerezo. Sólo el comisionado Jorge Morales Vázquez ha exigido la aparición con vida del reportero y activista, mientras el gobierno de Javier Duarte dice que ya investiga.

140journos: respuesta a la autocensura del periodismo turco

Lunes, 5 de enero de 2015

La ocupación, en el verano de 2013, de la Plaza Taksim de Estambul para protestar contra el proyecto de destrucción del parque Gezi, uno de los últimos espacios verdes del centro de la ciudad, se podía seguir en directo, pero no en la televisión turca: Twitter, Instagram, Soundcloud, Vine y Storify tomaron el relevo de los medios de comunicación censurados hasta la caricatura. El 2 de junio, mientras en la CNN Internacional se podían seguir las manifestaciones en directo, CNN Turquía daba paso a un documental sobre pingüinos. En las horas siguientes, las imágenes de los pingüinos se volvieron virales y generaron miles de comentarios, chistes, caricaturas. Fue entonces cuando el mundo descubrió la existencia del digital 140journos, creación de un colectivo de ciudadanos al día de hoy 10 redactores y más de 200 colaboradores, ningún periodista entre ellos- que había decidido utilizar las redes sociales para pasar la información que no llegaba por los medios convencionales. La revolución será tuiteada se convirtió en uno de los slogans más coreados en la Plaza Taksim, un eco, 40 años más tarde, de la célebre canción Revolution will not be televised del poeta y músico afroamericano Gil Scott-Heron (1949-2011), escribe Guillaume Fontaine en el digital francés Rue 89. Con un pingüino en su emblema, la cuenta Twitter de 140journos defiende el periodismo libre en un país donde las autoridades maltratan continuamente a la prensa y los periodistas, y hoy es una fuente imprescindible para una información fiable. Twitter es su principal herramienta, con 54.000 abonados, pero utilizan también Soundcloud para emitir entrevistas cortas de audio. Gracias a una red de colaboradores, extendida por todo el país, cubren prácticamente todas las protestas, manifestaciones y noticias sociales ausentes en los medios tradicionales. En el origen de esta iniciativa se encuentra el suceso conocido como la masacre de Roboski cuando, el 28 de diciembre de 2011, aviones del ejército bombardearon a un supuesto grupo de contrabandistas en el pueblo de Roboski, en la región de Sirnak, frontera con Irak, dejando un saldo de 34 muertos, 19 de los cuales eran menores. Al día siguiente, silencio en la radio y la televisión, ni una línea en toda la prensa. Tan solo un periodista, Serdâr Akinan del diario Aksam, cubrió la noticia aunque no pudo publicarla en su periódico. Lo contó en Instagram y Twitter y poco después le despidieron. Estos hechos supusieron un auténtico shock para Engin Onder y un grupo de amigos, todos estudiantes de apenas 20 años de la Bahçeşehir University de Estambul: Creamos entonces la cuenta @140journos, empezamos a seguir los procesos, las manifestaciones y a publicar en las redes fotos, audios y vídeos. El primer éxito fue el relato, en directo desde la audiencia, de un juicio al que la prensa tenía prohibido el acceso. Fue en 2011, en el tribunal de Diyarbakır, donde se juzgaba a un estudiante por pertenencia a organización terrorista. Uno de los oficiales de policía que asistían a la vista fue quien descubrió que la sesión se estaba retransmitiendo en directo mediante pequeños mensajes de 140 palabras. Aunque se chivó al juez, no fue capaz de encontrar a los autores. Pese a que ninguno de los miembros de 140journos es periodista, el grupo denuncia lo que significa ser corresponsal en un país que en

2014 ha cedido a China el privilegio de tener encarcelados más periodistas que ningún otro país en el mundo, según el Comité de protección de los periodistas, la mayoría acusados de terrorismo, cargo que el gobierno turco utiliza para silenciar las críticas (el 14 de diciembre de 2014, la policía del presidente Erdogan, quien desde su llegada al poder controla más del 80% de los medios del país, detuvo a 400 opositores al régimen, entre ellos 150 periodistas, siguiendo la ya establecida tradición turca de acusarles de conspirar contra el estado). No somos profesionales. Simplemente creemos que la divulgación de hechos verificados interesa a un amplio público. Sabemos como funcionan los medios turcos; nuestro trabajo es pertinente porque ellos llevan veinte años sin cumplir con el suyo. explica Onder- Nosotros usamos distintos dispositivos que suprimen la barrera entre las persona que ve los hechos y la que crea la noticia. Estamos en todas partes donde hay algo que falta, donde los grandes medios no quieren ir. Diariamente recibimos información de nuestros corresponsales y buscamos en Facebook, Twitter e Instagram. Publicamos todas las manifestaciones, sin excepción. No tenemos una oficina centralizada, todos estamos siempre movilizados y nos reunimos una vez por semana la evaluar y planificar Ni somos ni nunca vamos a pretender ser un proyecto periodístico. Somos lo que podría definirse como un proyecto de comunicación intercomunitaria: dedicamos nuestro tiempo a recibir información que procede de ciudadanos independientes, verificarla metódicamente y distribuirla gratuitamente al público

Els articles més llegits a Mèdia.cat del 2014

Lunes, 5 de enero de 2015

Mèdia.cat ha tancat el 2014 bat els seus propis rècords daudiència. Amb 357.353 visites supera en gairebé 100.000 els registres del 2013 , el que suposa un creixement del voltant del 40% i un 80% acumulat en els darrers dos anys . El mes de novembre va marcar el pic més alt de lany, quan van superar-se les 46.000 visites, unes xifres insòlites per les que està acostumat el portal. Amb 26.872 visites, l'Anuari Mèdia.cat es consolida com un dels projectes estrella de Mèdia.cat, encara que això suposa una baixada dun 12% respecte ledició anterior. Pel que fa als 10 articles més llegits de lany són: 1. Informe Lespiral del silenci. El procés sobiranista a les tertúlies , en el que es compara els nivells de pluralitat a aquests espais informatius a les diferents ràdios i televisions catalanes i espanyoles. Els seus resultats demolidors han convertit aquest informe amb el més llegit mai a Mèdia.cat, amb més de 14.000 visites. 2. Labdicació del periodisme: 10 mentides, tergiversacions i silenciaments en la cobertura en directe de la coronació , una anàlisi urgent sobre el tractament televisiu de la coronació del Rei Felip VI 3. La Casa Reial dictava notícies a La Vanguardia , on es fa ressò del descobriment de correus secrets entre la institució monàrquica i la direcció del diari del Grupo Godó. 4. Ni el fill de Pujol ni el gendre de Zaplana: El nom silenciàt era Juan Roig . Quins són els noms que menys surten quan es parla de casos de corrupció? 5. Ciutat Morta: el documental de Barcelona que triomfa fora mentre signora a casa . Lèxit internacional de Ciutat Morta no aconseguia despertar linterès dels mitjans catalans, un fet que ha millorat parcialment des de la publicació de l'article. 6. 9N: Desmantant un informatiu d'Antena 3 . Com va cobrir aquest canal la consulta sobiranista? 7. RAC1 decideix no emetre la falca publicitària d'Òmnium a favor de la consulta . 8. El Grupo Godó i el segon multiplex de la CCMA . Com sexplicava la concessió de tot un multiplex de TDT per al Grup Godó infrautilitzat en la seva meitat- amb l'obligació de tancar canals de la CCMA? Un tema que ha tornat recentment a l'actualitat. 9. 10 trucs per diluir lèxit de la V . Com sho van fer els diaris de la caverna madrilenya per qüestionar lèxit de la mobilització de l'11 de setembre? 10. Ricardo Rodrigo, un ex-guerriller que volia salvar la monarquia . Perfil de leditor d'El Jueves publicat la mateixa setmana que la històrica publicació humorística va censurar una portada sobre la monarquia. Els 5 bitllets dopinió més llegits: 1. Joana Ortega, la vicepresidenta MILF, d'Anna Bonet 2. Can Vies, de Joan Canela 3. Un milió més per al Conde , de Roger Palà 4. Opinar, de franc, sobre les CUP , de Francesc de Dalmaes 5. Periodisme? Permetin! , De David Bassa Mèdia.cat no edita vídeos propis, però cedim el nostre canal per a difondre materials audiovisuals de tercers que considerem interessants. Aquests són els que han tingut més èxit entre els nostres lectors: 1. Un spot que promociona la independència guanya un premi de RTVE 2. ETB censura un gag sobre les portes giratòries 3. Isabel Durán sen reia de Podemos fa cinc dies 4. Què caldria preguntar-li a un portaveu del Govern israelià? 5. U n vídeo clandestí mostra la protesta espontània contra la manipulació a la redacció de TVE

5 proyectos de periodismo de datos a tener en cuenta

Lunes, 5 de enero de 2015

Los datos geolocalizados son una fuente muy relevante de información en numerosas situaciones. El geoperiodismo (GeoJournalism) de datos ha llevado a numerosas cabeceras a adoptar potentes herramientas que les permiten crear historias mucho más cercanas e interactivas. Esta tendencia pone de manifiesto la importancia del periodismo de datos o Data Journalism y su constante evolución a través de la puesta en marcha de todo tipo de iniciativas. Desde PC os acercamos 5 de las más interesantes: 1- CORRECT!V , es un proyecto sin ánimo de lucro , creado en Alemania para ayudar a las pequeñas redacciones a producir periodismo de investigación basado en el análisis de datos, compartiendo estos proyectos con los medios de comunicación nacionales y locales. CORRECT!V tiene como objetivo establecer colaboraciones con redacciones más pequeñas en todo el país para producir investigaciones de interés, afrontando así de manera colaborativa, un trabajo muy difícil de abordar en un periódico local de pequeñas dimensiones. Se trata de aunar fuerzas, tiempo y recursos en el análisis de datos que se traduzca en periodismo de calidad. 2- Cartagen ofrece al usuario una manera sencilla de representar información geolocalizada, sobre un mapa, añadiendo la dimensión temporal de los datos y ofreciendo una interacción dinámica en tiempo real. En términos técnicos se trata de un entorno de cliente para gráficos vectoriales que permite renderizar mapas en HTML5 nativo. En el sitio de Cartagen se pueden ver diferentes diseños y demostraciones de la herramienta con datos de OpenStreetMap . También hay un vídeo explicativo (en inglés). 3- Swarmize es la apuesta personal de The Guardian por el periodismo de datos y la investigación colectiva. Se trata de una herramienta creada desde la propia necesidad detectada por Matt McAlister , (@mattmc alister), director general de nuevos negocios digitales de The Guardian, para mejorar la recogida de datos y su análisis posterior tanto por periodistas, investigadores como por el público. Han recibido recientemente la subvención de la Knight News Challenge para su desarrollo, en la edición de este año , dedicada a fortalecer y promover una Internet abierta, libre y accesible a todos. La plataforma permitirá realizar investigaciones de manera colectiva de forma rápida y sencilla, ofreciendo a los investigadores formas de analizar y editar información, publicando posteriormente los resultados de estas investigaciones en una red de datos abierta para que todo el mundo pueda acceder y trabajar de forma colaborativa. 4- Visualizing Impact es un laboratorio que trabaja para crear formas innovadoras de presentar datos, de manera científica, a través del diseño y la tecnología. Su trabajo consiste en crear herramientas impactantes que permitan visualizar, de forma sencilla temas sociales críticos en todo el mundo. Sus campañas se promueven bajo licencia CC para que el contenido se comparta libremente por todo el mundo, abriendo así nuevos caminos a través de los que explorar la conciencia social de los datos, es decir la intersección de la comunicación, las ciencias sociales, la tecnología, el diseño y los estudios urbanos para la justicia social. La infografía es una de las herramientas fundamentales de su trabajo que utilizan para

generar imágenes de gran impacto que despierten la conciencia social en favor de un cambio que vele por la igualdad de los derechos humanos. 5- Manual de Periodismo de Datos Iberoamericano , es un proyecto cooperativo en abierto que hace uso de las herramientas en Red. Lo que en un principio iba a ser una simple traducción de los mejores contenidos de: Data Journalism Handbook, se fue convirtiendo en un proyecto propio , enfocado a las particularidades y necesidades del usuario latinoamericano a través del: Manual de Periodismo de Datos Iberoamericano, (The Iberoamerican Data Journalism Handbook). En PC os hablamos puntualmente de este manual cuando se estaba gestando su producción y ahora podemos ya descargarlo de manera gratuita, al igual que las versiones en inglés y español del Data Journalism Handbook . Como señalan en la presentación del libro : El Manual de Periodismo de Datos Iberoamericano es un proyecto gratuito y abierto, escrito de forma voluntaria por decenas de periodistas, programadores y diseñadores de medios de comunicación y organizaciones de Latinoamérica, España y Portugal .

Societat Civil Catalana fa un pas més en la croada contra el documental 'L'Endemà'

Martes, 6 de enero de 2015

, dirigit per Isona Passola, que va emetre TV3. Per això, aquest dilluns ha fet un pas més en la croada contra la producció. La institució que presideix Josep Ramon Bosch ha acudit al Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) per formalitzar la seva queixa, tal com ja havia avançat que faria. En l'escrit, Societat Civil Catalana argumenta les raons per les quals considera que la cadena autonòmica va vulnerar la normativa catalana i espanyola en matèria de comunicació. "La queixa és doble. D'una banda, per la seva emissió, que és una més d'una sèrie de programes tots ells en la mateixa direcció política; i d'altra banda per la seva coproducció, ja que TV3 ha invertit diners en el documental", expliquen fonts de SCC a Economia Digital. La Generalitat va subvencionar el documental amb 35.000 euros, segons apunta la institució. Una única postura pro-independència. Segons el seu parer, aquesta producció "recull, barrejant abundants testimoniatges de personalitats més o menys rellevants de diversos àmbits de la societat amb relats de ficció". De manera que TV3 no respecta, amb la seva emissió, el pluralisme que recull la llei de la comunicació audiovisual ni fomenta amb aquests testimoniatges la cohesió social, sinó més aviat tot el contrari. Així mateix, la institució carrega contra un altre documental, Hola Europa!, per considerar que, en aquest cas també, no es reflecteix un ampli ventall de postures o opinions, sinó més aviat una única, centrada en el secessionisme. Peticions. Per tot això, Societat Civil Catalana demana "que es verifiqui si TV3 no ha emès cap documental amb una tesi contrària a la qual manté L'Endemà" i si no existeix cap producció que se li exigeixi a la televisió autonòmica fer un obra d'aquesta índole. Fins i tot va més enllà. Planteja que, davant la possibilitat que sorgeixin dificultats per trobar testimoniatges en favor d'una Espanya unida, Societat Civil Catalana "es posa al servei" de TV3. No obstant això, aquesta queixa que ha presentat la institució no té valor judicial. Es tracta només de posar en coneixement del Consell Audiovisual les possibles vulneracions de la llei catalana mentre espera conèixer els propers moviments del CAC sobre aquest tema.

Sobre la radiotelevisión pública en España, ¿dónde estamos?

Martes, 6 de enero de 2015

A primeros de diciembre, en Madrid y Barcelona, acompañé a una misión del Instituto de Prensa Internacional (con sede en Viena). Se trataba de verificar el estado y los problemas de las libertades de prensa y expresión en España. Mi participación en esa misión del IPI tuvo lugar como representante de la Federación Europea de Periodistas; como miembro de su Comité Director (Steering Committee) y como integrante de uno de sus grupos de trabajo (Broadcasting Experts Group , BREG). El informe completo será publicado, probablemente, a finales de enero. Lo que sigue es sólo mi anticipo del capítulo referido a la radiotelevisión pública que debería -en principio- formar parte del informe definitivo del IPI. En él, naturalmente, habrá otros apartados referidos a legislación, deontología, situación de los medios, nuevos y tradicionales, condiciones profesionales y laborales de los periodistas, etcétera. En este caso preciso, agradezco la ayuda de mi amigo, Rafael Díaz Arias , profesor de la Universidad Complutense. Lo que sigue se refiere únicamente al apartado audiovisual : En España, la radiotelevisión pública está constituida, principalmente, por dos sistemas distintos: la Corporación Radio Televisión Española (RTVE) y las radiotelevisiones autonómicas (o regionales) que son independientes, entre sí y de RTVE. Éstas últimas, en su mayoría, mantienen una cierta cooperación a través de la FORTA (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos). La más importante entre las entidades agrupadas en la FORTA es la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (TV3, Catalunya Radio, etcétera). En distinta medida, tanto RTVE como las cadenas agrupadas en la FORTA sufren de dos males principales: exceso de cercanía al poder político, que decide sus presupuestos, y financiación insuficiente . La misión del IPI desplazada a España llegó a Madrid justo tras una protesta interna de los periodistas y empleados de RTVE contra los recientes nombramientos internos de nuevos jefes de área (o sección) de la redacción de TVE. En el encuentro que mantuvimos con el representante de la dirección de RTVE no fue posible obtener respuestas a los interrogantes planteados. Tampoco hubo un mínimo diálogo, quizá porque las numerosas críticas públicas, internas y externas, impulsan una postura muy defensiva entre la dirección de RTVE. Por el contrario, las personas elegidas por los profesionales de RTVE para representarles en los Consejos de Informativos de las distintas sociedades que componen RTVE, como órganos internos de participación de los profesionales de RTVE para velar por su independencia expusieron los siguientes problemas claramente verificables: * El Presidente de la Corporación RTVE ha sido elegido por mayoría absoluta en el Congreso de los Diputados. A partir de ese nombramiento que se vincula a la mayoría parlamentaria del momento, la jerarquía de cuadros ejecutivos y editores de la información sigue esa misma lógica política, contraria a las exigencias del equilibrio requerido en una radiotelevisión pública europea. * No hay un desarrollo lógico, ni legal, de la carrera profesional en RTVE, lo que produce una separación y desconfianza entre la redacción y las personas contratadas externamente. Tanto el actual

Presidente de la Corporación RTVE como su Jefe de Informativos (que proviene de un diario, La Razón) son ajenos a los compromisos que exige el servicio público audiovisual y refieren su autoridad sólo al poder político que los nombró. * Existe una pelea diaria entre los profesionales y los editores nombrados por la dirección, que lleva a disputas diarias sobre cada titular, en temas polémicos como el desempleo o el ascenso de nuevos actores políticos como el partido Podemos. A pesar de su notoriedad y presencia en los demás medios, TVE esquivó entrevistar al líder de Podemos (Pablo Iglesias) durante meses. Y cuando la entrevista tuvo lugar, la agresividad de los entrevistadores (en la práctica, ajenos a la redacción de TVE) fue motivo de numerosas críticas públicas precisamente por su carácter unilateral y agresivo. * Diversos acontecimientos (movimiento independentista en Cataluña, acciones o protestas sociales contra la crisis) son sistemáticamente rebajados en su importancia o, sencillamente, ignorados por los responsables de la información en RTVE. Sobre la financiación, se maneja la idea de un retorno de la publicidad a TVE (que existió como método de financiación parcial hasta 2006). Eso cuestionaría la aportación actual de las cadenas privadas al servicio audiovisual público (a cambio de su mayor participación en la tarta publicitaria). Hay que tener en cuenta que en España no hay tradición de pago de una tasa ciudadana por el uso de la radiotelevisión pública (al modo británico del licence fee o de la redevance en Francia). Por eso, los expertos privilegian un sistema de financiación preferente a través de los presupuestos generales del Estado, que complementen los montantes que aportan las cadenas comerciales (que se benefician así de la parte del mercado publicitario abandonado por TVE) y las empresas de telefonía (en este caso sólo están afectadas las que distribuyan contenidos audiovisuales), así como un posible incremento de los ingresos derivados de la venta de productos propios de la radiotelevisión pública (aquí se incluyen los patrocinios de programas, por ejemplo). Entre las recomendaciones, queda claro que: * la vuelta al nombramiento del Presidente de la Corporación por una mayoría parlamentaria cualificada (2/3, anteriormente), mejoraría las posibilidades de equilibrio político, social e informativo dentro de RTVE. El pluralismo quedaría reforzado. Es vital también volver al sistema anterior de consejeros del Consejo de Administración con dedicación exclusiva y respetar las condiciones de cualificación y experiencia profesional exigidas por la ley, pero ignoradas en la práctica. * también el predominio de una relación reforzada de los directores y editores con los profesionales de RTVE y su representación legal (Consejos de Informativos) debería servir para que el servicio público audiovisual en España estuviera más atento a los equilibrios informativos y a las necesidades sociales. La carrera profesional debiera institucionalizarse, como está previsto por el propio Estatuto de Informativos. * deberían propiciarse mecanismos, incluso legales, para una mayor y participación de la sociedad civil. En general, esas mismas demandas deberían exigirse a las cadenas de radiotelevisión integradas en la FORTA (donde las mayorías políticas pueden ser otras, pero los métodos son igualmente inadecuados y la manipulación política muy similar, si no idéntica). Otros problemas que inciden en la libertad de información y en la reducción del pluralismo audiovisual, tienen que ver con la creciente concentración mediática y el control del mercado publicitario. Sería prolijo desmenuzar aquí las propiedades cruzadas, no sólo de los medios audiovisuales comerciales, sino también digitales e impresos, que limitan el pluralismo y las posibilidades de desarrollo de nuevos medios audiovisuales; pero

grupos internacionales como Mediaset, RTL /Berstelmann, Atresmedia, aparecen en la propiedad de medios muy diversos y aparentemente desconectados. Puede comprobarse en el estudio de Luis Palacio (director del Informe Anual de la Profesión Periodística que publica la Asociación de la Prensa de Madrid (www.cuadernosdeperiodistas.com/grupos-de-comunicacion-en-espana-una-propiedad-tan-concentrada-como-el-negocio). En el sector estrictamente televisivo la laxa regulación realizada por la Ley General de la Comunicación Audiovisual ha propiciado un oligopolio, constituido por Atresmedia y Mediaset, que concentra el 60% de la audiencia y el 90% de la publicidad. Regulación audiovisual A diferencia de países similares de la Unión Europea, España carece de un Consejo Público Audiovisual propiamente dicho, a nivel del Estado. El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, previsto por la Ley General de la Comunicación Audiovisual, nunca llegó a const

Mas fitxa Amadeu Altafaj

Miércoles, 7 de enero de 2015

El president de la Generalitat, Artur Mas, ha incorporat Amadeu Altafaj com a representant permanent davant la UE per reforçar la presència de la Generalitat a Europa. Recentment, el Govern va crear aquesta figura i, segons informa el diari Ara, aquesta responsabilitat l'assumirà el que fins fa pocs mesos era portaveu de la Comissió Europea. Altafaj serà la màxima representació catalana davant les institucions europees en un any en què es preveu que el procés sobiranista entrarà en la fase resolutiva. També s'ocuparà de la direcció de la delegació de la Generalitat a Brussel·les. Periodista de professió i nascut fa 46 anys a Barcelona, Altafaj va ser portaveu i després cap adjunt del gabinet del vicepresident econòmic de la Comissió Europea, el liberal finès Olli Rehn, que va cessar del càrrec al juliol pel canvi de govern comunitari.

Anuari crític del periodisme

Miércoles, 7 de enero de 2015

Enrere queda un 2014 del qual toca prendre bona nota dels indicadors de canvis que prometen sacsejar el nou any. Sens dubte, el més destacable daquests darrers dotze mesos ha estat el canvi de dinàmica de la societat en el seu nou rumb cap a lapoderament. I del periodisme, què en destacaríem? Seria injust i poc rigorós no posar en relleu els exemples de bon periodisme que ens ha deixat el 2014, així com excloure de la llista els mitjans que acostumen a estar en el punt de mira de la crítica. Sense anar més lluny, la setmana passada La Vanguardia publicava un punyent article sobre les condicions inhumanes de treball en les faraòniques construccions que sestan fent a Qatar pel Mundial de futbol del 2022, posant al descobert allò que soculta sota la falsa aparença de benestar i que, en el fons, ens hauria de fer renegar del sistema actual. Com a nota positiva del 2014 també destaca el naixement de nous projectes que advoquen per un periodisme crític i rigorós, desafiant el pessimisme estès entre el sector que segueix abocat, en bona part, a la precarietat i limmobilisme. Però també és cert -i és la nostra responsabilitat com a professionals remarcar-ho- que lexcepcional conjuntura política i social ha fet aflorar les febleses del periodisme quan més cridat estava a demostrar la seva solidesa. Tan sols cal fer una ullada al tractament dalgunes de les informacions més destacades de lany que aquest mateix observatori ha analitzat dia a dia- per adonar-nos-en: Statu quo. En la seva funció de perfeccionament democràtic, els mitjans han jugat un paper contradictori. Si bé, per una banda, han abordat àmpliament els casos de corrupció, fet que ha contribuït inevitablement a la presa de consciència sobre els dèficits del sistema, la majoria de mitjans de lestat shan mostrat reticents en relació amb els dos grans desafiaments sociopolítics per a lstatu quo: el procés polític català i lemergència de moviments de regeneració democràtica. El més greu, però, és que aquestes reticències han acabat obstaculitzant el debat entre la ciutadania, necessari en qualsevol democràcia. Només cal fer un cop dull a linforme publicat a Mèdia.cat sobre la manca de pluralitat de posicions amb referència al procés català en els mitjans espanyols o parar atenció a les informacions publicades sobre els moviments polítics rupturistes per veure que la manca de pluralitat, en el cas del procés, i la superficialitat, en el cas de la nova política, han planat a lhora dabordar qüestions gens insignificants. Poders fàctics. Bona part daquestes reticències esmentades sexpliquen pels lligams patents amb els poders fàctics. És palès que hi ha hagut un replegament en termes de pluralitat per directrius emanades del centralisme polític. La ingerència sha notat tant en la destitució i nomenament dalts càrrecs, com en el malestar dels treballadors de mitjans o el tractament informatiu. La crisi del bipartisme i de la monarquia , per exemple, han tingut especial pes aquest darrer any. Però a la ingerència política se li ha dafegir leconòmica, més incisiva que mai tenint en compte la vulnerabilitat dels mitjans, tal i com explica el periodista Roger Palà en aquest article . També ha estat freqüent la confluència de totes dues ingerències, com en el cas del Castor, un projecte motivat per interessos econòmics i ple derrors

polítics que ha quedat sepultat fins que ha fet tremolar les Terres de l'Ebre i el Baix Maestrat i el periodista Jordi Marsal, després d'investigar en profunditat, ha fet sortir a la llum tots els despropòsits que s'hi amagaven darrere. Sens dubte, trencar amb aquestes servituds és un repte difícil, però la crisi de credibilitat que pateix el sector és un clar indicador que és imprescindible fer-ho. Rutines. La immediatesa -tan aclamada en les redaccions dels mitjans digitals- és un dels factors que més ha influït en les rutines periodístiques, posant en risc el rigor. Un bon exemple són els anuncis precipitats de morts que alguns cops, fins i tot, han resultat ser falsos com en el cas de lauxiliar d'infermeria contagiada d'Ebola, sobre la qual mitjans del Grup Vocento van deixar anar el titular Teresa Romero serà incinerada sense autòpsia. A més de la immediatesa, però, hi ha hagut altres factors vinculats a males pràctiques. Fa unes setmanes vam tenir un cas flagrant amb la nomenada operació Pandora en què es va posar en evidència el perill de caure en l'irreflexiu periodisme de comunicat. El cas va ser especialment greu pel fet que alguns mitjans ni tan sols van respectar la presumpció d'innocència, donant valor de resolució judicial a la informació continguda en un atestat policial. Defectes de professió. Enllaçat amb les rutines, hi ha un altre factor determinant i és el poc domini de l'ètica professional en les redaccions. Informacions tan delicades com les que es relaten sobre les fronteres a Ceuta i Melilla requereixen un tractament acurat, atesa la responsabilitat social del periodisme. I cal admetre que ha estat freqüent l'ús conscient o inconscient del llenguatge connotat per parlar de qüestions extremadament complexes. En aquest sentit, val la pena llegir la reflexió del periodista Sergi Picazo, en la qual recupera una frase molt interessant de Wittgenstein sobre el llenguatge, que és el que ens permet entendre el món alhora que ens en limita la percepció. Perversió del periodisme. La tensió política i social que ha embolcat el 2014 també ha deixat veure la cara més fosca i ofensiva del periodisme. No tots els errors han emanat d'una certa inconsciència o inèrcia. També hem estat testimonis de periodisme malintencionat. Aquell que aplica les estratègies de manipulació. Tan sols cal repassar algunes de les portades i titulars volgudament tendenciosos i en alguns casos, falsos -que s'han emprat premeditadament com a mecanismes de desinformació, posant en perill un dels drets fonamentals dels ciutadans. Tot plegat dona una idea clara que les causes dels defectes del periodisme són polièdriques. Llistar-les potser ajuda a la societat a entendre una mica més la complexitat de l'exercici periodístic i als professionals a conscienciar-nos de la necessitat d'emprendre els reptes que tenim al davant. Saugura un any de canvis i oportunitats, i fóra bo per al periodisme aprofitar-ho.