



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

16/02/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

67



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.
14/02/15	EL AYUNTAMIENTO OFRECE UNA GUÍA A LOS MEDIOS PARA TRATAR LA PROSTITUCIÓN / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	8	1
14/02/15	CLIENTS DE LA PROSTITUCIÓ CADA VEGADA MÉS JOVES / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	9	1
14/02/15	UN DOCUMENT OFEREIX PAUTES PER TRACTAR LA PROSTITUCIÓ ALS MITJANS / ARA	10	1
15/02/15	ELS CARRERS DE LLEIDA VAN REGISTRAR MÉS D'UNA PROTESTA AL DIA L'ANY PASSAT / SEGRE	11	1
15/02/15	CHARLA DE MOSSOS A PERIODISTAS / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	12	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/02/15	L'ADVOCAT, REPRESENTANT DE PART DE LA FAMÍLIA, SERÀ EL NOU PRESIDENT, I JOSÉ LARA, EL CONSELLER DELEGAT / ARA	14	1
14/02/15	LA REVOLUCIÓ YOUTUBE / EL PUNT AVUI	15	2
14/02/15	UNA PERIODISTA EN TIERRA HOSTIL / DIARI DE TERRASSA	17	1
14/02/15	JOSÉ CREUHERAS, NOU PRESIDENT DE PLANETA / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	18	1
14/02/15	ELS PRIMERS 10 ANYS DE YOUTUBE / ARA	19	1
14/02/15	LES DONES AGAFEN EL COMANDAMENT / ARA	20	1
14/02/15	XEIC PORTA LA FIBRA ÒPTICA ALS POBLES I A LES ZONES REMOTES DE LES TERRES DE L'EBRER / EL PUNT AVUI (L'ECONOMIC)	21	1
14/02/15	«TARDA DE RÀDIO» ESTRENA L'EMISSORA DE LA UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BELLATERRA / DIARI DE SABADELL	22	1
14/02/15	LES CARES DEL DOLOR / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	23	1
14/02/15	LOS ACCIONISTAS DEL GRUPO PLANETA NOMBRAN PRESIDENTE A JOSÉ CREUHERAS / LA RAZON	24	1
14/02/15	CREUHERAS, PRESIDENT DE PLANETA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	25	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/02/15	DAVID CARR, EL PERIODISTA QUE SE investigó a sí mismo / EL PAIS (ED. NACIONAL)	26	1
14/02/15	TELEVISIÓN AMONESTADOS VARIOS MEDIOS FRANCESES POR LA COBERTURA DE LOS ATENTADOS SEÑALADA COMO FALTA GRAVE DIFUNDIR LA IMAGEN DEL ASESINATO DE UN POLICÍA EN PARÍS / EL PAIS (ED. NACIONAL)	27	1
14/02/15	EL PERIODISME NARRATIU NO ÉS UN MARTINI / LA VANGUARDIA (ED. CAT) CULTURA/S	28	1
14/02/15	MOR ALS 58 ANYS EL COLUMNISTA DEL 'NEW YORK TIMES' DAVID CARR / ARA	29	1
14/02/15	MEDALLA DE ORO PARA IÑAKI GABILONDO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	30	1
14/02/15	LA TASA CATALANA A LAS OPERADORAS AUDIOVISUALES PODRÍA SER INCONSTITUCIONAL / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	31	1
14/02/15	WUAKI TV FICHARÁ A 25 PROFESIONALES / EXPANSION (FIN DE SEMANA)	32	1
14/02/15	L'ESTAT, CONTRA LA TAXA CATALANA A LES OPERADORES / EL PUNT AVUI	33	1
14/02/15	EL PUNT AVUI TV I BRITISH COUNCIL / EL PUNT AVUI	34	1
14/02/15	SECUOYA, 80 EMPLEADOS PARA LA NUEVA TV DE MURCIA / EXPANSION (FIN DE SEMANA)	35	1
14/02/15	EL CONCURS D'IDEES DE LA SER, A EXAMEN AVUI / EL PUNT AVUI	36	1
14/02/15	JORGE HERRALDE GUANYA EL PRIMER PREMI RESSENYA DELS PERIODISTES / DIARI DE GIRONA	37	1
14/02/15	AJUDES DE 51 MILIONS PER ADAPTAR ANTENES / EL PUNT AVUI	38	1
15/02/15	HUMOR DE CLASSE, CLASSES D'HUMOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	39	2
15/02/15	LES FOTOS DE L'ANY / DIARI DE GIRONA (DOMINICAL)	41	1
15/02/15	UN TERRORISTA ATACA EN COPENHAGUE UN ACTO DE HOMENAJE A 'CHARLIE HEBDO' / EL PAIS (ED. NACIONAL)	42	1
15/02/15	COPENHAGUEN PATEIX UN ATEMPTAT PER LES CARICATURES DE MAHOMA / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	43	1
15/02/15	Miguel OTERO Presidente editor de 'El Nacional': «EL CHAVISMO HA ASFIXIADO AL PERIODISMO LIBRE» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	44	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
15/02/15	INTOLERABLE ESCALADA REPRESIVA CHAVISTA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	45	1
15/02/15	NETFLIX SUEÑA CON CUBA / EL PAIS (ED. NACIONAL)	46	1
15/02/15	ATRAPATS A LA PREMSA, PER JUAN VILLORO / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	47	1
15/02/15	JOSÉ CREUHERAS, NUEVO PRESIDENTE DEL GRUPO PLANETA, CON JOSÉ LARA GARCÍA COMO CONSEJERO DELEGADO / LA RAZON (ED. CATALUNYA)	48	1
15/02/15	LA FORMA DANESA DE HACER TELEVISIÓN AMERICANA / ABC (EDICION NACIONAL)	49	1
15/02/15	PAPER SALMÓ. EL DEFENSOR DEL LECTOR Josep Rovirosa / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	50	1
15/02/15	LA LLEI PER TORNAR LA TELEVISIÓ PÚBLICA ALS GRECS, D'AQUÍ "UN MES" / ARA	51	1
15/02/15	RÀDIO BARCELONA CONCLUYE SU CONCURSO DE NUEVOS TALENTOS PARA LAS ONDAS / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	52	1
16/02/15	MÉS DE 22.000 PETICIONS D'AJUDES PER REANTENITZAR / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	53	1
16/02/15	MANUBRABO, FOTOPERIODISTA; PREMI PULITZER 2013 PEL SEU TREBALL A SÍRIA; VA ESTAR PRES A LÍBIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	54	1
16/02/15	«MI PROGRAMA ESTÁ LIGADO A MI ESTADO DE ÁNIMO». Carlos Herrera ha recibido el Premio Nacional Luis del Olmo, que concede la Academia de la Radio / LA RAZON	55	1
16/02/15	'UAB RÀDIO' COMENÇA A EMETRE / NEWT (NOTICIARI DE TERRASSA I COMARCA)	56	1
16/02/15	CON LA INYECCION ECONOMICA DE LAS TELES, LOS CLUBES DE LA PREMIER SERAN LOS MAS RICOS / EL MUNDO (DXT)	57	1
16/02/15	AMONESTEN MITJANS FRANCESOS PER COM VAN COBRIR ELS ATEMPTATS / ARA	58	1
16/02/15	RESISTENCIA DIGITAL por Javier López Tazón / EL MUNDO (INNOVADORES)	59	1
16/02/15	'EL PAÍS' ENCÉN L'ALARMA I ARA DIU QUE EL PSOE S'HI JUGA L'EXISTÈNCIA / ARA	60	1
16/02/15	L'AUTORITAT I LA SUPERVIVÈNCIA DEL PERIODISME, PER ANTONI MARIA PIQUÉ / ARA	61	1
16/02/15	SER O NO SER AL LLOC DE LA NOTÍCIA, PER MARC SALGAS / EL PUNT AVUI	62	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/02/15	UAB RÀDIO EMET ARREU DEL CAMPUS UNIVERSITARI / EL PUNT AVUI	63	1
16/02/15	LAS TELES PERDERÍAN 185 MILLONES SI HAY PUBLICIDAD EN TVE / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	64	1
16/02/15	TWITTER: UN ANUNCIO CADA 20 'TUIITS' / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	65	1
16/02/15	DOS MILLONES POR SALIR EN LOS OSCARS / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	66	1

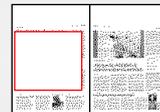


COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



El Ayuntamiento ofrece una guía a los medios para tratar la prostitución

Insta a denunciar a quienes se lucran y a no tratar a las mujeres de delincuentes

Ángela Lara

BARCELONA- El Ayuntamiento de Barcelona, a través de la Agencia Abits, ha impulsado la elaboración de un documento con recomendaciones sobre el tratamiento de la prostitución y el tráfico de seres humanos con finalidad de explotación sexual a los medios de comunicación, en cuya elaboración han participado profesionales de la comunicación así como otras entidades tales como el Colegio de Periodistas de Cataluña, la Asociación de Mujeres Periodistas o el Consell Audiovisual de Catalunya.

«Es un documento consensuado, realista y adecuado a la manera de trabajar de la profesión», señalaba ayer Francina Vila, regidora de Mujer y Derechos Civiles del Ayuntamiento de Barcelona, durante su presentación. Vila comentó además que «se trata de un documento con el que se asientan las bases sobre cómo tratar el tema y con el que se establece complicidad con los medios de comunicación, que son altavoces que generan opinión y crean concienciación».

El punto de partida de este documento ha sido el análisis por parte de un grupo de profesionales de la comunicación de 416 unidades informativas relativas a la prostitución y la trata de seres humanos con fines sexuales generadas entre 2008 y 2012 en diferentes medios. Las conclusiones de dicho análisis fueron principalmente tres: la prostitución no suele enfocarse como un fenómeno social, sino que existe la tendencia a ignorar el contexto en el

que tiene lugar para centrarse en la persona que ejerce la prostitución, siendo la mujer el foco de la mirada; suele detectarse una falta de fuentes de personas relacionadas con la prostitución; y en ocasiones se cae en el sensacionalismo e, incluso, en la apología a la prostitución.

«Tras el análisis se hizo evidente que las mujeres que ejercen la prostitución suelen ser tratadas en los medios como sujetos pasivos, llegando incluso en ocasiones a vulnerar su identidad e imagen, y es frecuente la vinculación de

estas mujeres con conceptos tales como la exclusión social o la violencia y la reproducción de estigmas hacia las mujeres que ejercen la prostitución como si fueran un único cuerpo», señaló al respecto Bárbara Melenchón, directora del Programa Mujer del Ayuntamiento de Barcelona.

Once recomendaciones

El resultado de este trabajo de análisis en grupo son once recomendaciones acerca del tratamiento informativo de la prostitución y el tráfico de seres huma-

nos con finalidad sexual. Así, el documento resultante apuesta por abordar el fenómeno de la prostitución en toda su complejidad social, sin olvidar el alcance social del fenómeno; defiende la diferenciación entre la prostitución ejercida voluntariamente, la trata con fines de explotación sexual y la prostitución forzada; recomienda hacer visibles a las personas que se lucran y/o delinquen a través de la prostitución así como a los usuarios que la hacen posible, retirando el foco mediático de las mujeres que la ejercen.



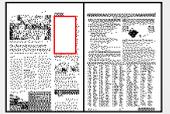
«Prostitución de calle», tal y como recomienda la guía referirse a las prostitutas, en la calle Robadors

Además, aboga por respetar la dignidad y la libertad de las mujeres que ejercen la prostitución y por rechazar los discursos que atentan en contra; recomienda evitar la reproducción de mitos y estereotipos sobre este fenómeno, de manera que éste no sea banalizado ni presentado como un hecho inevitable; y en la misma línea reclama el no hacer sensacionalismo o apología entorno a la prostitución, ni relacionarla con la delincuencia, la inseguridad o el incivismo, para lo que aconseja no ubicar, por defecto, las noticias en la sección de sucesos. Por último, el documento insta a los profesionales de los medios a utilizar fuentes de información especializadas, a respetar la decisión de las mujeres que ejercen la prostitución en relación con la difusión de su identidad o imagen y a no utilizar imágenes estereotipadas, a hacer un uso no sexista de la lengua utilizando expresiones más adecuadas como «pros-

DENUNCIA Los medios invisibilizan la complejidad social de la prostitución

titución de la calle» en lugar de «prostituta de calle», y a efectuar la rectificación de cualquier información errónea publicada.

Junto a estas once recomendaciones, el documento recoge otras cuatro más destinadas a ir avanzando en la aplicación de las anteriores, que son: promover el rol de los gabinetes de comunicación como fuente de información específica; ofrecer formación sobre el fenómeno a los profesionales de la comunicación y a estudiantes universitarios; impulsar la investigación y la difusión sobre la prostitución y la trata con fines de explotación sexual; y difundir y hacer seguimiento del impacto de estas recomendaciones.



Clients de la prostitució cada vegada més joves

CIUTADANS ► L'edat del client de la prostitució "està baixant de forma escandalosa", adverteix l'inspector en cap del Centre d'Intel·ligència d'Anàlisi de Risc de la Policia Nacional, José Nieto. "Ens estem imaginant el senyor de corbata de cinquanta o seixanta anys, però la realitat és que és molt més jove: estem parlant d'una mitjana d'edat de 19 o 20 anys". El responsable policial va explicar a la Cope que les xarxes capten les seves víctimes no només a països "econòmicament inferiors", sinó també a Espanya, i va recordar la xarxa desmantellada a Múrcia amb menors reclutades en escoles i instituts. Nieto reconeix les dificultats per investigar i detenir els responsables d'aquestes màfies i ha agraït la col·laboració de les oenagés que treballen amb la Policia. "La major part dels treballadors socials d'aquestes entitats han estat víctimes d'aquestes organitzacions i

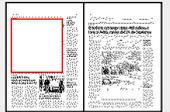
són els que tenen un més bon coneixement de com funcionen". Segons estimacions del Govern, el negoci del tràfic d'éssers humans genera cada dia uns cinc milions d'euros. La necessitat de contextualitzar aquesta realitat de la prostitució i d'evitar la invisibilitat del tràfic d'éssers humans que inclou ha empès la regidoria de Dona i Drets Civils de l'Ajuntament de Barcelona, l'Associació de Dones Periodistes i el col·legi professional a elaborar una guia per tractar el tema als mitjans de comunicació. Aquest document recomana que es faci servir un llenguatge no sexista en aquestes informacions, que no es reproduïxin mites, que es posi més el focus sobre aquells que es lucren i exploten les prostitutes i sobre els usuaris que ho fan possible. Reclamen respecte per la seva imatge i que no es banalitzin ni es faci apologia de l'entorn de la prostitució. / Redacció i agències



Un document ofereix pautes per tractar la prostitució als mitjans

La regidoria de Dona i Drets Civils de l'Ajuntament de Barcelona, el Col·legi de Periodistes i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya van presentar ahir el dossier *El tractament de la prostitució i el tràfic d'éssers humans amb finalitat d'explotació sexual als mitjans de comunicació*, que fa 15

recomanacions per tractar aquest fenomen en textos periodístics. Entre altres pautes, el document demana posar el focus en "les persones que es lucren amb la prostitució" i no en les que l'exerceixen, i "respectar la dignitat i la llibertat de les dones" que exerceixen aquesta activitat.



SEGURETAT JORNADA

Els carrers de Lleida van registrar més d'una protesta al dia l'any passat

Segons la informació dels Mossos d'Esquadra sobre les comarques del pla

M.A.M.

| LLEIDA | Les comarques del pla de Lleida van registrar l'any passat 450 concentracions o manifestacions, segons van explicar ahir els Mossos d'Esquadra en segona jornada d'intercanvi entre la policia autonòmica i el col·legi de Periodistes de Lleida. Aquesta xifra representa que, sols al pla de Ponent, es va dur a terme més d'una concentració cada dia. En els últims anys les concentracions (la majoria protestes) han augmentat, segons les mateixes fonts, a causa de la crisi. En la segona jornada d'intercanvi entre el col·legi de Periodistes de Lleida i els Mossos d'Esquadra va participar Xavier Pastor, inspector en cap de l'Àrea de Mediació i Negociació de la policia autonòmica, que va explicar les funcions de l'àrea de negociació d'aquest cos. A Lleida l'única actuació de la unitat va ser el desallotjament del rectorat de la Universitat de Lleida el 2012 després d'un tancament d'estudiants.

Per la seua part, el subinspector David Barbero, cap de la unitat de Seguretat Ciutadana del Segrià, les Garrigues i el Pla d'Urgell, va explicar els dispositius policials en cas de manifestacions o protestes. Al seu torn, l'inspector Jordi Batista, cap de l'àrea regional de Trànsit de Ponent, va presentar la nova màquina de drogotest per detectar la presència de substàncies



MOSSOS D'ESQUADRA

Trobada entre Mossos i el col·legi de periodistes ■ Una vintena de periodistes van participar ahir en la segona jornada d'intercanvi entre Mossos d'Esquadra i el col·legi de Periodistes de Lleida. Els assistents van poder conèixer la unitat de policia científica i visitar els calabossos.

estupefaents en conductors. Batista va destacar que el 2% dels conductors que se sotmeten a proves d'alcoholèmia a Ponent donen positiu, un dels percentatges més baixos de Catalunya.

En la jornada també va participar el nou portaveu de la policia autonòmica, l'intendent Xavier Porcuna. Va acabar amb una demostració de la unitat d'artíficers (Tedax).

DADES

13.000
CONCENTRACIONS

Aquest és el nombre de protestes o concentracions que van tenir lloc l'any 2013 a Catalunya, segons els Mossos.

2%
D'ALCOHOLÈMIES

Aquest és el percentatge de conductors que donen positiu en la prova d'alcoholèmia, de mitjana, a les comarques de Ponent.



Charla de Mossos a periodistas

Una veintena de periodistas acudieron ayer a la II Jornada d'Intercanvi entre los Mossos d'Esquadra y la delegación en Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya. / FOTO: Col·legi Periodistes



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



EDITORIAL

Planeta es posa en mans de Creuheras en un repartiment salomònic de poder

L'advocat, representant de part de la família, serà el nou president, i José Lara, el conseller delegat

ALBERT MARTÍN VIDAL
BARCELONA

«Estava entristit, i tant, però la seva cara era la d'algú que diu «ara em toca a mi»». Així parlava una font empresarial barcelonina sobre la presència de Josep Creuheras al funeral pel president del Grupo Planeta, José Manuel Lara Bosch, celebrat a Barcelona ara fa dues setmanes. L'expectació que hi havia als cercles de negocis sobre el procés de successió obert al grup editorial i de comunicació es va tancar finalment ahir: Creuheras, fins ara vicepresident, va ser triat nou president de la companyia.

En un comunicat, Planeta informava que la decisió s'havia pres per unanimitat dels accionistes, en un seguit de nomenaments que afecten l'altre gran aspirant a dirigir l'empresa: José Lara García, fill del difunt José Manuel Lara i nét de l'avi i fundador de la companyia, serà el nou conseller delegat. Carlos Fernández, per la seva banda, serà el vicepresident executiu del grup.

Els canvis a la tercera empresa familiar més gran de Catalunya (per darrere de la siderúrgica Celsa i l'asseguradora Catalana Occidente) no suposen cap terratrèmol que amenci el complicat equilibri accionarial del grup. A l'octubre, Lara Bosch va crear un reduït comitè executiu on ja hi havia Creuheras, que feia de vicepresident, Carlos Fernández, com a conseller delegat, i José Lara García, que era el director general.

Una aritmètica difícil

Creuheras, advocat de formació però que estava vinculat a Planeta des de l'any 1984, era el representant al consell dels fills del prematurament difunt Fernando Lara, que tenien un 26% de les accions, el mateix percentatge que José Manuel Lara Bosch. Les seves dues germanes, Inés i Maribel, en tenien un 24% cadascuna. Aquest repartiment entre els quatre fills del fundador podria



Josep Creuheras és el president de Planeta des del 1984 i fa dues dècades que és a l'ombra del president. A.W./EFE

haver obert la porta a un lideratge fràgil, fet que l'abassegadora personalitat de Lara Bosch va evitar.

Les especulacions durant les últimes setmanes apuntaven que José Lara García podia ser l'escollit per succeir el seu pare, sobretot tenint en compte que Lara Bosch, que va tenir un càncer de pàncrees durant més de tres anys, va tenir temps per preparar detalladament la seva successió al capdavant de l'empresa de comunicació.

Però fonts empresarials han explicat els últims dies que la decisió adoptada per Planeta de mantenir José Lara García en segon terme és coherent amb la seva joventut (va néixer el 1976) i que és una manera de seguir-lo foguejant de cara al futur. De fet, el fill gran de Lara Bosch ja havia tingut tasques de responsa-

Transició
El fill gran de Lara Bosch es foguejarà per intentar fer el salt més endavant

bilitat els últims temps, especialment d'ençà de la llarga malaltia que va afectar el president del grup.

Com en totes les grans empreses, queda el dubte de com els egos i les personalitats assumiran aquesta nova situació. També caldrà veure com la nova cúpula directiva de Planeta es repartirà el poder en la pràctica, i fins a quin punt aquesta solució serà estable. L'edat de Creuheras (nascut el 1957) i fins i tot la de Fernández (del 1958) no fan preveure un salt de José Lara García al timó de l'empresa a curt termini. El que sí que queda clar és que Josep Creuheras, considerat durant anys l'etern segon de l'empresa, s'ha tret l'etiqueta. Després de gairebé vint anys a l'ombra del president, podrà prendre el timó i demostrar si està a l'altura del seu predecessor. —

Un home de confiança de la família

- **Assessor de Fernando Lara**
Després de la tràgica mort de Fernando Lara amb 38 anys, Josep Creuheras es va convertir en representant dels seus fills al consell de Planeta.
- **El suport de José Manuel Lara**
L'advocat ha tingut un paper destacat en els últims temps del mandat de José Manuel Lara, fent-li de mà dreta i treballant a l'ombra.
- **Presència a la societat civil**
El nou president de Planeta és membre de la Fundació Francisco Godia, d'Aula Escuela Europea i del Círculo Ecuéstre de Barcelona.

Les dates clau en la trajectòria del hòlding mediàtic

1949

Fundació de l'Editorial Planeta a Barcelona

El Grupo Planeta té l'origen en l'editorial que va fundar José Manuel Lara Hernández el 1949 a Barcelona. A partir de l'èxit d'aquesta empresa, Lara va anar fent créixer el negoci. El 1952 va crear la concessió del premi Planeta, un dels guardons literaris més reconeguts de l'Estat.

1983

Compra de l'editorial barcelonina Seix Barral

A partir de la dècada dels 80, Fernando Lara, conseller delegat de l'Editorial Planeta sota la supervisió del seu pare, va impulsar l'expansió del grup amb la compra d'altres editorials com Seix Barral, Ariel o Deusto. Mentre era al capdavant de l'entitat, va crear la Fundació José Manuel Lara.

1995

Fernando Lara mor en un accident de cotxe

El conseller delegat i també vicepresident del RCD Espanyol Fernando Lara va morir en un accident de cotxe quan anava a la presentació de la pretemporada de l'equip. L'any 1997 José Manuel Lara, que fins llavors només dirigia Planeta-Agostini, va prendre plenes responsabilitats al hòlding familiar. Les dues capçaleres que dirigien paral·lelament cadascun dels dos germans, Planeta Holding i Planeta Internacional, es van fusionar en una de sola: Planeta Corporación.

2003

Mort de José Manuel Lara pare i compra del 25% d'Antena 3

Grupo Planeta entra al sector audiovisual i passa a tenir el 25% d'Antena 3 i també d'Onda Cero. Fracassa amb la fundació de Quiero TV. El 2004, després d'haver impulsat la creació de La Razón, compra part del diari Avui, compartit amb el Grup Godó i la Generalitat.



Tecnologia Nous formats audiovisuals

YouTube Els vídeos més virals

Els 3 vídeos més virals de l'any 2014

Els 10 més vistos de la història de YouTube

1 **Gangnam Style**
Psy
2.237.435.273 visualitzacions

		Visualitzacions
4	Dark Horse Katy Perry featuring Juicy J	814.225.000
5	Charlie bit my finger-again! Harry and Charlie Davies-Carr	810.744.066
6	Love the Way You Lie Eminem featuring Rihanna	809.238.920
7	On the Floor Jennifer Lopez featuring Pitbull	808.399.301
8	Waka Waka Shakira featuring Freshlyground	805.295.266
9	Roar Katy Perry	795.853.027
10	Gentleman Psy	795.117.953

2 **Baby**
Justin Bieber featuring Ludacris
1.136.109.033 visualitzacions

3 **Party Rock Anthem**
LMFAO featuring Lauren Bennett & GoonRock
816.968.304 visualitzacions



1 **Mutant Giant Spider Dog**
SA Wardega
131.370.042 subscribers

2 **Nike Football**
Nike
104.719.405 subscribers

3 **First Kiss**
Tatiana Piliieva
98.645.436 subscribers

Més de **mil milions de visites** d'usuaris cada mes

Més de **6.000 milions d'hores** de vídeo mensuals

100 hores de vídeo es pugen cada minut

La revolució YouTube

ANIVERSARI Deu anys després de la seva creació, el web americà s'ha convertit en la plataforma audiovisual més potent del món **VIRAL** Té més de mil milions de visites d'usuaris al mes i cada minut s'hi pengen 100 hores de vídeo

Virtudes Pérez
BARCELONA

Quan el 15 de febrer del 2005 Chad Hurley, Ja-wed Karim i Steve Chen, tres joves que s'havien fet amics treballant a PayPal, van activar el domini YouTube.com, no podien imaginar que el seu *invent* acabaria revolucionant la xarxa i modificant radicalment la relació de la societat amb la imatge. Deu anys després, YouTube –propietat de Google des de l'octubre del 2006– s'ha convertit en la plataforma audiovisual més potent del món. Ja no serveix només per compartir vídeos

o per rescatar de la memòria gravacions històriques. Amb més d'un milió de visites d'usuaris al mes, que consumeixen més de 6.000 milions d'hores de vídeo, ha esdevingut un trampolí perquè persones anònimes s'hi donin a conèixer –el cas de Justin Bieber o del mateix Pablo Alborán en són exemples paradigmàtics–, però també una fabulosa eina de promoció empresarial i, sobretot, una nova finestra per mirar el món que, almenys en les generacions més joves, ha acabat desplaçant la televisió. Segons dades de l'Estudi General de Mitjans, un 81%

Les xifres

1.000 milions d'usuaris únics visiten YouTube cada mes, segons les estadístiques fetes públiques per la mateixa web.

6.000 milions d'hores de vídeo veuen els usuaris cada mes. Un 80% del tràfic procedeix de fora dels Estats Units.

100 hores de vídeo es pengen a YouTube cada minut a tot el món. Més d'un milió d'empreses hi posen publicitat.

dels usuaris que consumeixen vídeo en línia ho fan a través d'ordinadors i dispositius mòbils. "És una plataforma que posa l'audiència a les teves mans, que dona la possibilitat a tothom de donar-se a conèixer i triomfar", comenta Dani Freixes, di-

rector de videoclips i un dels autors, juntament amb Ernest Codina i Roger Carandell, del llibre *Com triomfar a YouTube*. L'analista de YouTube, Pablo López, destaca també la seva capacitat de "democratitzar la producció i la distribució de vídeos", i

assegura que amb creativitat i originalitat "tothom pot tenir el seu minut de glòria". Això s'ha aconseguit gràcies a l'acció multiplicadora que li han proporcionat les xarxes socials i en especial Facebook i Twitter. Aquest efecte viral

implica un consum massiu i, en els últims anys, ha propiciat que les persones que triomfen a YouTube –els anomenats *youtubers*– no només puguin viure dels ingressos publicitaris que genera l'*invent* –per cada 1.000 visites poden cobrar entre 2 i 9 euros–, sinó que "tenen molta influència entre el públic adolescent i ja són tinguts en compte per les empreses a l'hora de fer les seves campanyes de *marketing*", subratlla López. Aquest analista posa com a exemple el cas d'*etrubius*, un jove adolescent espanyol que amb un peculiar humor sarcàstic com a





1



2



3

Els canals amb més subscriptors a l'Estat espanyol

elrubiusOMG
10.135.010
subscriptors

vegetta777
8.581.245
subscriptors

thewillyrex
6.191.213
subscriptors



El jove Sergi Fernández, davant l'ordinador on es veu el canal que ha creat ■ EL PUNT AVUI

“Em regalen mòbils i jo faig vídeos en què els analitzo”

■ Un jove de 17 anys de Badalona aconsegueix els primers ingressos amb un canal que parla de dispositius Android

Tube

carta de presentació s'ha convertit en el canal de l'estat amb més subscriptors –més de 10 milions– i que ja ha fet un spot publicitari amb una empresa de pizzes.

Alguns experts ja es refereixen a YouTube com “la televisió planetària”. El seu impacte, especialment entre la gent jove, ja no dona la possibilitat de tornar enrere i són els mitjans de comunicació i els anunciant tradicionals els que encara no saben què fer per afrontar el futur. “Els principals usuaris són els adolescents i cal pensar que es faran adults i que no tornaran al passat. Les empreses de publicitat, per exemple, han d'entendre que el consum audiovisual ha canviat i que són elles les que s'han d'adaptar a una realitat més complexa, amb una audiència global però més segmentada”, comenta Joan Carles Martorell, cap d'operacions de l'empresa 2btube, especialitzada a detectar persones amb potencial de projecció a YouTube i ajudar-les a triomfar. ■

Per no perdre's a la xarxa...

'Youtuber'

■ Persona que crea un canal i aconsegueix ingressos a través d'un pla de publicitat.

Programa 'partner'

■ És un programa que permet als *youtubers* associar-se a YouTube. Imprescindible per obtenir ingressos.

Monetitzar

■ Guanyar diners amb les reproduccions dels vídeos.

Viral

■ Un vídeo que corre molt, amb audiència massiva. El més viral de la història és el *GangnamStyle*.

'Gameplays'

■ Vídeos de jocs d'ordinador. Triomfen a l'Estat espanyol.

Tutorials

■ Canals per explicar alguna matèria. Triomfen la cuina i el maquillatge. Entre els famosos hi ha la mexicana Yuya.

'Lip dubs'

■ Vídeo en què els participants sincronitzen llavis i gestos amb una música.

'Flashmob'

■ Performance que es fa a partir d'una convocatòria a través xarxes socials.

V.P. BARCELONA

No és *Elrubius*, ni viu als Estats Units. Es diu Sergi Fernández Béjar i és un adolescent de Badalona que amb 17 anys ja ha aconseguit els primers ingressos com a *youtuber* gràcies a un canal dedicat a parlar d'aplicacions d'Android. En Sergi va començar a fer vídeos sobre Lego l'any 2009, però no va aconseguir gaires seguidors. Anys després es va comprar una consola i va començar a gravar jocs i bolear-los a l'ordinador. No va arribar als 1.000 seguidors. El canvi espectacular va arribar fa un any i mig. “Vaig adquirir un ordinador i un mòbil de qualitat i vaig començar a fer vídeos sobre dispositius Android i el seu sistema operatiu”, explica. Ni ell pensava que tindria tant d'èxit. Però va aconseguir

Tutorials i vídeos d'entreteniment

Sense comptar els vídeos musicals, els canals que més triomfen a l'Estat espanyol són els que es fan a partir de videojocs. El que té més visites és el *Vegetta777*, seguit d'*Elrubius*, que és el que té més subscriptors. El creixement pel que fa al seguiment dels canals és espectacular.

Fa dos anys cap d'ells arribava al milió de subscriptors. Ara n'hi ha 26 que el superen i *Elrubius* en té més de 10 milions. A banda dels vídeos de videojocs i d'entreteniment, també tenen èxit els tutorials, a través dels quals es pot aprendre a fer qualsevol cosa.

modificar un joc anomenat Pou i va arribar la glòria. “Només amb aquest vídeo he aconseguit 1.250.000 visites”, destaca, orgullós.

Ara alguns dels seus vídeos poden arribar a tenir més de 5.000 visites en un dia i això el va animar a fer-se *partner* de YouTube per poder obtenir uns ingressos a través de la publicitat. “Al començament podia guanyar entre 10 i 60 euros al mes, però amb

un dels últims vídeos he aconseguit 154 dòlars en 12 dies”, assegura.

El seu canal es diu *AndroidHackeado* i ja no només té ingressos a través de la publicitat. Fa un mes va contactar amb una empresa que, en veure l'èxit de les seves propostes, va arribar a una mena d'acord. “Els em regalen mòbils i jo faig un vídeo en què els analitzo, on apareix un enllaç de l'empresa que els ven”, resumeix. ■



Una periodista en tierra hostil

Alejandra Andrade confiesa que lo más difícil es olvidar a los protagonistas del programa

La periodista Alejandra Andrade, especialista en reportajes de investigación, lidera ahora el programa "En tierra hostil", que se emite los martes a las 22.40 horas en Antena 3. Con él ha recorrido el mundo visitando los lugares y ciudades más peligrosos para contar cómo viven allí sus ciudadanos.

¿Cómo surgió el proyecto de "En tierra hostil"?

Tras la emisión de "Encarcelados" queríamos seguir trabajando en temas internacionales ligados a la actualidad y en la línea de reportaje social a pie de calle. Teníamos claro que los españoles debían seguir siendo los protagonistas de las historias que íbamos a contar. Narcotráfico, yihadismo, esclavitud, inmigración... Detrás de estos titulares que leemos cada día en los periódicos, hay ciudadanos españoles que están viviendo y sufriendo muy de cerca estas realidades.

¿Qué incluye la temporada?

Doce reportajes periodísticos en países donde es muy complicado meter una cámara y en los que informar se paga muchas veces con la vida. Cada capítulo podría ser el guión de una película, con historias y protagonistas que no estamos acostumbrados a ver en televisión. Es un lujo que una cadena nacional apueste por este tipo de periodismo en un prime time.

¿Qué diferencias has notado con la grabación de "Encarcelados"?

Pensé que después de "Encarcelados" cualquier programa sería pan comido. Pero no. Muchísima más complicada la grabación de "En tierra hostil". En las cárceles lo difícil era conseguir los permisos, pero una vez dentro Jacobo y Armando, los operadores de cámara, empezaban a grabar y hasta que los funcionarios o los presos decían basta no parábamos. En la nueva serie estamos en la calle, a pelo, y en lugares muy peligrosos. Aunque Jalís y yo estamos muy acostumbrados a trabajar en las calles y los barrios en España, en otros países es muy diferente. No manejas sus códigos y allí no se andan con tonterías. El



Alejandra, a la derecha, con una de las mujeres que entrevistó.

tiempo también corre en nuestra contra porque tienes que intentar conseguir el mejor material en el menor tiempo posible, somos conscientes de que estamos grabando en lugares donde los equipos de televisión no son bien recibidos.

Personalmente ¿qué ha sido más duro, "En tierra hostil" o "Encarcelados"?

"En tierra hostil". Hemos hecho entrevistas que a mí me han dejado muy tocada. No es fácil hablar con tipos que te cuentan con total naturalidad que su trabajo es matar y que si hay que cortar cabezas o descuartizar cuerpos pues lo hacen. Familias enteras asesinadas por los narcos, chavales que empuñan armas y asesinan por unos dólares, niñas en sillas de ruedas víctimas de las "balas perdidas". Hemos convivido con personas destrozadas por la violencia y escuchado testimonios muy duros que son difíciles de asimilar. Lo peor de la experiencia no son los momentos de tensión, los nervios que pasas cuando estas grabando en sitios conflictivos se pasan en cuanto llegas al hotel o aterrizas en España. Eso se olvida. Lo que es imposible olvidar es a las personas que comparten contigo su drama y su dolor. Nuestro curro es contar o denunciar esas realidades pero en la mayoría de los casos somos conscientes de que nada va a cambiar, es una sensación de impotencia.

¿Qué es lo más positivo que ha sacado de la experiencia de sus reportajes?

Aunque suene a topicazo después de "Encarcelados" y "En tierra hostil" valoro muchísimo más lo que tengo. Me complico menos la vida e intento transmitir a mis hijos la suerte que tienen de haber nacido en la cara buena del mundo.

¿Qué tiene este programa para cautivar a la audiencia desde Antena 3 TV?

Son temas que interesan a todo el mundo, están de plena actualidad y aunque parezcan muy lejanos nos afectan directamente. Además el estilo narrativo de los reportajes atrapa al espectador. ▶

Los datos

- > El programa "En tierra hostil" de esta semana, dedicado a Corea del Norte, el país más hermético del mundo, congregó el 20,9% de la audiencia (un total de 3.588.000 espectadores) y fue el espacio de entretenimiento más visto el martes en todas las cadenas.
- > Tanto en espectadores como en cuota supone el récord de la temporada para este espacio de investigación que se emite después de "El hormiguero".



CONTINUITAT AL GRUP EDITORIAL

José Creuheras, nou president de Planeta

► José Lara, fill gran del desaparegut editor, en serà el conseller delegat



EFE / ARTURO WONG

► José Creuheras, nou president del Grupo Planeta (esquerra), i José Lara García, nou conseller delegat.

ERNEST ALÓS
BARCELONA

La família Lara, propietària de Planeta, ha decidit «per unanimitat» nomenar president del grup el fins ara vicepresident José Creuheras, segons va comunicar ahir l'empresa. Després de la mort el 31 de gener de José Manuel Lara Bosch, Creuheras passarà a estar al capdavant de la cúpula directiva del grup editorial i multimèdia, que quedarà completada amb les figures de Carlos Fernández Sanchiz, fins ahir conseller delegat i que passarà a ser vicepresident executiu, i de José Lara García, fill gran de l'empresari desaparegut i fins a la data director general, que passarà a exercir el càrrec de conseller delegat.

Planeta, en un clar gest de continuïtat, segueix sent gestionat així per un equip que havia pilotat el grup al costat de l'anterior president al llarg dels últims anys, i que ja formava part d'un consell directiu restringit.

José Creuheras Margenat (Barcelona, 1957) va iniciar la seva activitat al Grupo Planeta el 1984. Ja va tenir càrrecs de responsabilitat durant l'etapa en què, sota la presidència del fundador del grup, José

Manuel Lara Hernández, Fernando Lara Bosch va exercir com a conseller delegat fins a la seva mort en un accident de trànsit. El 2003, quan, després de la defunció del fundador, José Manuel Lara Bosch va passar a assumir la presidència, va nomenar Creuheras com a vicepresident, càrrec que ha exercit fins ara. Durant tot aquest període, l'ara president del grup va col·laborar estretament com a mà dreta del president del Grupo Planeta, al mateix temps que representava els interessos de la família del desaparegut Fernando Lara.

El nou president de Planeta és també membre del patronat de la Fundació Francisco Godia, del consell d'administració d'Aula Escola Europea i de la junta de govern del Círculo Ecuestre de Barcelona. José Creuheras va representar els interessos de la família Lara al RCD Espanyol entre el 1995 i el 2009, quan van renunciar al seu paquet accionarial majoritari al club.

LES EMPRESSES DEL GRUP // L'esperit de continuïtat a la direcció del grup es reproduirà previsiblement a la resta d'empreses de Planeta. José Creuheras ja és present a la majoria dels seus consells d'administració: a

EL GRUP

DEL LLIBRE ALS MITJANS

► El Grupo Planeta va tenir un volum de negoci de 1.800 milions d'euros el 2013, que s'eleva a 3.000 incloent-hi la societat Inversiones Hemisferio.

► Al sector editorial, el Grupo Planeta és el vuitè grup del món i el primer editor en llengua castellana i catalana, a través de nombrosos segells editorials a Espanya i tots els països de l'Amèrica Llatina. Té una participació majoritària al Grup 62, controla el 100% de Cercle de Lectors i de Casa del Llibre i és propietari d'Editis, el segon grup editorial francès, amb segells com Plon, Le Robert, Robert Laffont, La Découverte i Presses de la Cité.

► En el front dels mitjans de comunicació, la família Lara controla el diari *La Razón* i el 46% d'Atresmedia (Antena 3, La Sexta i Onda Cero Radio).

Atresmedia (Antena 3, La Sexta i Onda Cero Radio), al diari *La Razón* i, com a president, a la societat patrimonial de la família Lara Inversiones Hemisferio. José Creuheras també és en l'actualitat vicepresident de la Fundación José Manuel Lara. Dins d'aquest mes de febrer es preveu la celebració d'un consell d'administració d'Atresmedia per ocupar la presidència del grup audiovisual.

El relleu es produeix en un entorn d'estabilitat econòmica per al grup, després d'haver tancat el refinançament del seu deute, amb la previsió d'un tancament positiu del 2014 a l'àrea de llibres i amb uns resultats especialment favorables en el cas d'Atresmedia, impulsats per un augment de facturació publicitària a Atresmedia Televisión que a finals d'any es xifrava al voltant d'un 25%.

Planeta no és una societat cotitzada a la borsa, de manera que el 100% de la seva propietat està en mans de la família Lara (els hereus dels desapareguts José Manuel Lara Bosch i Fernando Lara Bosch, i les dues germanes d'aquests, Maribel i Inés Lara Bosch). ■



DÍGITS I ANDRÒMINES

ALBERT CUESTA

TWITTER: @ALBERTCUESTA

El servei de publicació de vídeos de Google és la tercera web més visitada de la xarxa, acumula 300 hores de contingut cada minut i és tot un fenomen social

Els primers 10 anys de YouTube

Sembla mentida, però quan uns terroristes van estavellar dos avions contra les Torres Bessones de Nova York, encara faltaven més de tres anys per a l'arribada de YouTube. Avui fa exactament 10 anys que Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim, exempleats de l'empresa de pagaments digitals PayPal, van activar el nom de domini Youtube.com, i les reaccions dels lectors en saber-ho probablement es dividiran entre "Ja fa deu anys?" i "Només fa deu anys?", segons la presència en la seva pròpia vida d'aquest servei per publicar i veure vídeos a internet.

YouTube és la tercera web més visitada de la xarxa, només per darrere de Google i de Facebook. Cada mes atén més de 1.000 milions d'usuaris únics i cada minut s'hi publiquen 700 vídeos nous, equivalents a unes 300 hores d'imatges. L'empresa no concreta quants visionats es produeixen diàriament, però són "milers de milions". L'audiència de YouTube rivalitza amb la dels grans canals de televisió, fins al punt que aquests el fan servir per incrementar la visibilitat de les seves produccions, com a alternativa o complement als seus propis serveis de difusió per internet. Però el valor que defineix YouTube és la capacitat que ofereix a qualsevol internauta per publicar les seves produccions audiovisuals, des de les més rudimentàries fins a les més elaborades, i que ha donat lloc a fenòmens socials d'allò més curiosos.

Un dels més evidents és la seva consolidació com a gramola per escoltar música. Només un dels 30 vídeos més vistos de tots els temps no és un videoclip musical: a *Charlie bit my finger* un nen anglès es queixa perquè el seu germà petit li ha mossegat el dit. Per sobre d'aquesta escena domèstica, que ha estat vista més de 800 milions de vegades des del maig del 2007, encapçalen la llista els dos vídeos més vistos de la història de YouTube: les cançons *Gangnam style* del coreà Psy (amb

2.300 milions de visionats) i *Baby* del canadenc Justin Bieber (1.136 milions).

Precisament Bieber representa un altre dels fenòmens que defineixen YouTube en la cultura popular: els *youtubers*. El mànager que ha convertit Bieber en una estrella de l'espectacle –i en el segon perfil de Twitter amb més seguidors, més de 60 milions– el va descobrir veient els vídeos que publicava a YouTube quan tenia 12 anys. Molts altres músics han saltat a la fama a partir del servei: els sofisticats vídeos versionant peces clàssiques i pop que fan els nord-americans The Piano Guys des de la seva Utah natal els han portat a fer gires mundials. A casa nostra tenim, per citar només dos casos, Els Catarres amb la seva *Jennifer* i Mali Vanili amb *Espanya carinyo, lo nostre no funciona*.

A YouTube també hi ha altres menes de celebritats: el més popular dels canals independents de YouTube és PewDiePie, del jove suec Felix Kjellberg, on se'l pot veure fent comentaris sarcàstics dels videojocs mentre hi juga. I, de fet, per fer-se famosos a YouTube no cal ser humà: la gata Tardar Sauce, més coneguda com a Grumpy Cat per la seva cara d'empenyada, proporciona a la seva propietària uns ingressos que ja voldrien moltes estrelles de Hollywood.

Llegiu l'article amb enllaços



01. Imatge de *Me at the zoo*, el primer vídeo de la història de YouTube.
02. L'icònic botó de reproducció del portal de vídeos. YOUTUBE

Però els aspectes més folklòrics de YouTube no ens haurien de fer oblidar el seu potencial en altres àmbits, com el de l'educació. L'analista financer Salman Khan va començar a donar classes particulars de matemàtiques en vídeo al seu cosí, i ara gestiona la Khan Academy, un canal de formació sense ànim de lucre que té 15 milions d'alumnes a 190 països i ofereix classes en vídeo de tota mena de matèries amb el suport d'institucions com la Universitat de Stanford i personalitats com Bill Gates i Barack Obama.

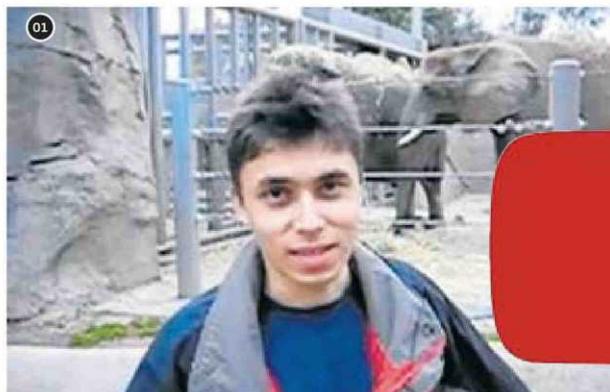
A un nivell més casolà, YouTube s'ha convertit en el manual d'instruccions universal per fer qualsevol cosa, des d'aprendre a tocar la guitarra o cuinar un plat típic fins a canviar una bombeta o reparar una bicicleta. Fins i tot ha sorgit la categoria dels *unboxings*, on algú mostra amb orgull com desempaqueta un producte, generalment tecnològic, que s'acaba de comprar. Cal tenir en compte que el 60% dels visionats d'un autor mitjà es produeixen des de fora del seu país d'origen. I és que YouTube és un servei internacional: està disponible en 75 països i 61 idiomes, entre els quals el català des del gener del 2011.

Tècnicament, YouTube ha canviat força durant aquesta primera dècada de vida. El primer vídeo publicat, *Me at the zoo*, dura 18 segons i mostra un dels tres fundadors explicant que els elefants del parc zoològic de San Diego que té al darre-

re tenen la trompa molt llarga. La qualitat d'aleshores era molt pobre, però la resolució màxima dels vídeos ha anat millorant: 480 p l'any 2008, 720 p i 1080 p el 2009 i des del 2010 a YouTube hi ha contingut Ultra HD 4K.

Ja des del començament, YouTube va oferir la possibilitat d'incrustar (*embed*) els vídeos en pàgines web i blogs externs, un dels factors que probablement ha contribuït més a la seva popularitat. Inicialment, els vídeos es publicaven a YouTube només en format Flash, però la incompatibilitat amb l'iPhone d'Apple ha anat portant l'empresa cap al format HTML5, que fa servir des del 2010 i el mes passat va adoptar com a format per omissió quan s'hi accedeix amb navegadors web moderns. Amb el canvi també s'ha generalitzat l'ús del codificador VP9 de Google, que permet que el vídeo comenci fins a un 80% més ràpid i consumeixi un 35% menys de dades en la transmissió. Una altra millora potencialment significativa és la funció de reconeixement de les veus que se senten en els vídeos, per mostrar-ne automàticament la transcripció i fins i tot la traducció.

Com que l'ús del vídeo a internet no para de créixer –dos de cada tres bits que circulen per la xarxa ja corresponen a contingut de vídeo– el futur de YouTube sembla assegurat. Si més no, ara és un negoci que factura molts diners en publicitat, a diferència del mig milió de dòlars que perdia cada mes quan Google el va comprar l'any 2006 per 1,6 milions. Aquella quantitat va fer que molts ens pèssim les mans al cap, però és 10 vegades menys del que Facebook va pagar l'any passat per WhatsApp, un servei que consumeix molts menys recursos que YouTube. En tot cas, la competència no li vindrà tant de serveis homòlegs com Vimeo o DailyMotion, sinó per la funció de publicació de vídeos que ofereixen Facebook, Twitter i altres xarxes socials. —





Les dones agafen el comandament

El públic serièfil català és majoritàriament femení i de mitjana edat, segons un estudi de la UPF

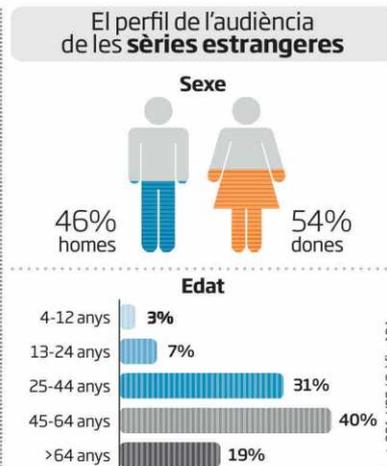
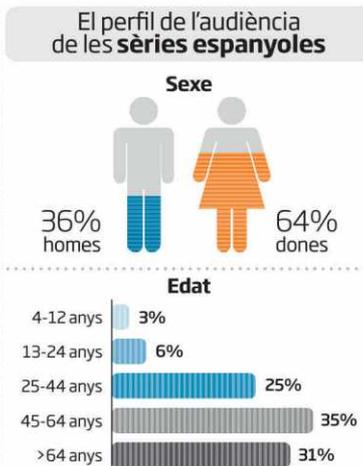
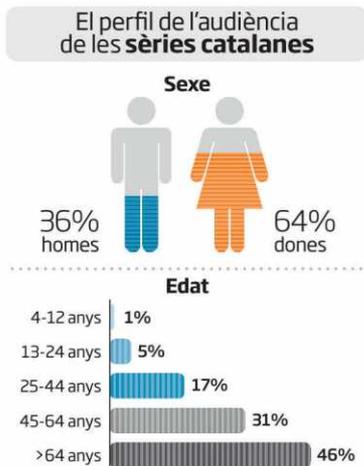
JUDIT MONCLÚS
BARCELONA

L'audiència que segueix sèries per televisió i es decanta per les produccions foranes és eminentment jove, mentre que el públic que opta per la ficció espanyola, i sobretot catalana, té un perfil més envellit. Aquesta és una de les dades que es desprenen de l'informe *El perfil d'audiència de les sèries a Catalunya 2013-2014*, que ha realitzat l'Observatori de la Producció Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) i que resol, de manera global, que el perfil de l'espectador català de la ficció televisiva emesa durant la temporada passada es caracteritza per ser majoritàriament femení i de més de 45 anys.

L'estudi s'ha realitzat sobre una mostra de divuit sèries que es van poder veure a Catalunya entre l'1 de setembre del 2013 i el 30 de juny del 2014 als canals generalistes de Mediaset -*El Príncipe*, *La que se avecina*, *Aída*, *Castle*, *Resurrección*-, als d'Atresmedia -*El secreto de Puente Viejo*, *El tiempo entre costuras*, *Amar es para siempre*, *El mentalista*, *La cúpula*, *Arrow*-, a Televisió Espanyola -*Águila roja*, *Cuéntame cómo pasó*, *Isabel*- i a TV3 -*La Riera*, *KMM*, *39+1*, *XIII*-. Les sèries s'han agrupat segons l'origen de producció, i és per això que s'han considerat catalanes sèries com *Isabel* i *Amar es para siempre*, ja que, en tots dos casos, les signa la productora barcelonina Diagonal TV.

L'anàlisi de les dades assenyalava que l'audiència d'aquestes sèries va ser majoritàriament femenina. Aquest fet coincideix amb les característiques del públic televisiu en general, format en un 54% per dones. Per sexes, l'estudi de la UPF subratlla aquest predomini sobretot en el cas del perfil de públic de sèries catalanes i espanyoles. En aquests casos, el 64% es correspon a dones i el 36% restant, a homes. En el cas de les sèries foranes, hi ha un lleuger augment del percentatge del públic masculí, que arriba al 46% però que igualment manté el femení al capdavant, amb un 54%. Només quatre de les sèries analitzades (*XIII*, *KMM*, *El mentalista* i *Arrow*) registren un percentatge de públic femení inferior a la mitjana global de la televisió.

Tenint en compte la cadena d'emissió, l'informe també observa que les sèries de Telecinco són les



Els espectadors atorguen a *La Riera* el privilegi de ser l'única sèrie que emet TV3 que supera la quota de pantalla mitjana de la cadena. TVC

Públic jove
L'audiència de menys edat es decanta per la ficció forana

que tenen un perfil més masculinitzat (41%), mentre que les d'Antena 3 són les que reuneixen més dones (65%). El públic femení és majoritari tant en les ficcions emeses a la tarda com en les de *prime time*, tot i que en aquest últim cas el percentatge d'homes arriba al 41%, mentre que a la sobretaula és només del 35%.

La clau per sumar audiència

Totes les propostes serièfiles que considera aquest informe van superar els 125.000 espectadors de mitjana a Catalunya durant el període estudiat i la majoria de les analitzades van obtenir més bons resultats d'audiència que el global de les cadenes en què es van emetre. A tall

d'exemple, *Águila roja* va registrar un 13,4% de quota mitjana, mentre que el global de La 1 va ser del 7,2%. El mateix passa amb la sèrie *El Príncipe*: amb un *share* del 20,1%, va superar amb escreix la mitjana de Telecinco, que es va quedar en un 11,4%. A TV3, en canvi, aquest cas només es dona amb *La Riera*, que amb un 23,9% de *share* és l'única sèrie que va obtenir una quota de pantalla superior al 13,1%, el global que va anotar la cadena durant el període analitzat.

La majoria de les sèries estudiades tenen un perfil de públic amb una edat que oscil·la entre els 25 i els 64 anys. Tot i així, algunes es caracteritzen per comptar amb una audi-

ència més envellida que la del total televisiu, ja que gran part dels seus espectadors superen els 64 anys. És el cas de *La Riera* (52%), a TV3, *Isabel* (42%), a La 1, i *El secreto de Puente Viejo* (44%) i *Amar es para siempre* (41%), que emet Antena 3. Amb l'excepció de la sèrie sobre la reina catòlica, es tracta de produccions emeses en la franja de tarda.

En canvi, les sèries analitzades amb un perfil més jove són *La que se avecina*, amb un 44% dels espectadors que tenen entre 25 i 44 anys, i *Aída*, amb un 45% del públic que se situa en aquesta franja d'edat. Al llarg de la temporada, el percentatge d'espectadors de més edat es va accentuar en les emissions en horari de tarda i en les produccions de TV3. Per la seva banda, l'audiència més jove es va decantar per Telecinco i per la ficció estrangera.

D'acord amb la classe social, el perfil de públic de les sèries és, sobretot, de classe mitjana, amb uns percentatges que oscil·len entre el 42% i el 47%. Novament, TV3 és la cadena que més es diferencia de la resta, ja que un 37% de l'audiència de les seves sèries és de classe social alta o mitjana-alta, un percentatge que supera en 13 punts el de La 1, en 18 el de Telecinco i en 25 el d'Antena 3.

També la ficció de producció catalana té un percentatge de públic de classe alta o mitjana-alta del 26%, una xifra superior al de les sèries foranes (21%) i, especialment, al de les espanyoles (16%). Pel que fa al públic de classe mitjana baixa, és més elevat en les sèries espanyoles (33%) que en les catalanes (25%) i estrangeres (25%).

Font: OPA-UPF / Gc&fir-ARA



Xeic porta la fibra òptica als pobles i a les zones remotes de les Terres de l'Ebre

IMPULS. Desplega un pla de negoci per créixer a còpia de dur la connectivitat a zones tecnològicament aïllades

MARC ROVIRA
TARRAGONA

Acostar la fibra òptica i la connectivitat a les zones rurals i a les àrees més des-poblades del sud del país és un dels objectius que per-segueix Xeic, Xarxes de l'Ebre Internet i Comunicacions, una empresa que es defineix com "la companyia de comunicació i entreteniment per banda ampla líder a les Terres de l'Ebre". El pla de negoci es fonamenta a oferir de manera integrada serveis d'Internet, telefonia fixa, televisió i telefonia mòbil a particulars i empreses i el projecte, nascut fa uns mesos, ambiciona estendre's per les comarques meridionals de Tarragona ("sobretot allà on no arriben les grans companyies").

L'empresa té la seva seu a Móra d'Ebre (tota la població de la Ribera d'Ebre no suma més de 24.000 habitants) i Iban Querol, accionista de l'empresa, apunta: "Vam escollir Móra perquè vam detectar-hi mancances." I hi afegeix: "Fem

l'estesa del cable al municipi, cosa que ens permet, a dia d'avui, oferir 100 megues de velocitat i properament podrem oferir fins a un giga."

Els socis de Xeic, que coneixen bé el territori on volen fer-se forts perquè tenen vincles personals amb les Terres de l'Ebre, manifesten que la capacitat operativa de particulars i empreses s'optimitza subs-

Ambiciona fer-se fort en un territori que va des del Priorat fins al sud del país

tancialment amb l'accés a la fibra òptica i, en aquesta mateixa línia, partint del cas de Móra l'empresa buscarà extrapolar els mateixos serveis a zones remotes de la Terra Alta, el Priorat, el Baix Ebre i el Montsià. Iban Querol no té dubtes a l'hora d'afirmar que "la fibra és el sistema de conne-

xió del futur, tant pel que fa a internet com a la telefonia".

COMPETITIVITAT. Xeic aposta per portar a terme l'estesa de fibra a les poblacions més grans de la zona ("això vol dir poblacions que tenen entre 1.000 i 2.000 habitants", destaquen des de l'empresa) i als municipis més menuts i allunyats la cobertura es dispensa via Wimax. Aquesta tecnologia té a favor seu el fet de permetre realitzar transmissions de dades sense fils i mitjançant un sistema d'antenes però, per contra, necessita visió directa per establir enllaços òptims (això suposa la impossibilitat de donar bona cobertura quan hi ha obstacles físics o naturals enmig del radi de les microones).

Des de Xeic manifesten que, a mitjà termini i en funció de com evolucioni el negoci, valoraran "la possibilitat d'estendre la xarxa de fibra també a les poblacions petites" però, mentrestant, el Wimax es presenta com una opció vàlida



Enric Grosche, encarregat del punt d'atenció, i Iban Querol, accionista de Xeic. JUDIT FERNÁNDEZ

per donar servei a les zones rurals perquè "a través de radiofreqüència permet donar de 20 a 50 megues de velocitat".

Iban Querol posa en relleu que les solucions tecnològiques que estan oferint optimitzen la competitivitat del territori perquè "pel client el preu final és el mateix que pugui estar pagant ara per l'ADSL però, en canvi, el rendiment d'una cosa i l'altra no té res a veure. No es pot comparar el que oferim nosaltres amb disposar d'un o dos megues o, si tens sort, els vuit que et poden arribar si ets al costat de la central. Amb l'ADSL accedir a serveis com la televisió per internet és inimaginable. En moltes zones l'ADSL com a màxim et permet navegar i descarregar correu i prou".

L'empresa s'aprofita del fet que té una estructura

menuda i treu rendiment del factor camp per poder competir amb els monstres del mercat i arribar allà on aquests no poden, o no volen, arribar.

Iban Querol revela: "És

L'empresa es val de la seva petita estructura per fer rendible el que d'altres no poden

un servei que o bé el donem nosaltres o no el donarà ningú. A les operadores grans com pugui ser Telefónica no els surt a compte fer determinades actuacions en llocs on hi ha una clientela potencial baixa. Nosaltres sí que hi podem entrar perquè som petits, som una empresa de baix

cost." Sobre aquest punt Querol destaca que l'estratègia de llançament de Xeic també té en compte aterrar en àrees que estiguin lliures de competència: "Només fer el desplegament de xarxa a Móra ens ha suposat una inversió de 400.000 euros. Això ens porta a prioritzar llocs on puguem treballar sense que els grans ens vinguin a fer la competència. Almenys que hi puguem estar tranquils un temps."

Amb una clientela potencial que tant engloba el client particular com l'empresa, Querol apunta: "Sabem que en aquesta zona la gent és molt conformista i no es plantegen canviar de proveïdor. El nostre desafiament és demostrar que al mateix preu, servei molt millor. I ja no parlo només de la fibra òptica sinó també de l'atenció al client."

«Tarda de Ràdio» estrena l'emissora de la Universitat Autònoma de Bellaterra

L'espai es va emetre des dels estudis de la Facultat de Ciències de la Comunicació

Amb motiu del Dia Mundial de la Ràdio, ahir es va inaugurar l'emissora UAB Ràdio, que té els seus estudis a la Facultat de Ciències de la Comunicació. Coincidint amb l'efemèride, es va emetre íntegrament el programa «Tarda de ràdio» de RS 94.6.

X.R.



Josep Maria Català, degà; Manolo Garrido, director de «Tarda de Ràdio»; Xavier Ribes, comissionat; i Antoni Vidal, d'UAB Mèdia

Ahir no era un dia qualsevol per al magazín de tarda de Ràdio Sabadell, que presenta i dirigeix Manolo Garrido. Va començar puntualment l'emissió a les 16h, però l'estudi no era l'habitual, sinó el que utilitzen per fer les seves pràctiques els estudiants de Ciències de la Comunicació, i que des d'ahir acull l'emissora UAB Ràdio d'aquesta Facultat.

L'emissora forma part d'UAB Campus Mèdia, projecte dirigit per Antoni Vidal, professor del

DS

Els estudiants seran els encarregats de fer funcionar la ràdio

Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual. Precisament, aquest professor ahir va ser un dels primers convidats de «Tarda de ràdio», compartint taula amb Josep Maria Català, degà de la Facultat; i Xavier Ribes, comissionat del Rector per a la Societat de la Informació.

Tots van coincidir en valorar positivament aquesta iniciativa, que servirà perquè els estudiants, més enllà de les pràctiques obligatòries, sentin

l'emoció d'estar en directe a través del dial 100.3 de la FM, que abasta territorialment el campus de la Universitat.

Tot seguit, i perquè els mateixos estudiants poguessin

dir la seva, Manolo Garrido va parlar amb dos ex-alumnes sabadellencs d'aquesta Facultat: Adri Arroyo i Pau Vituru.

Després, el veterà periodista Ricard Fernández Deu va inter-

venir per retre el seu homenatge al Dia Mundial de la Ràdio.

La resta del programa va mantenir la seva estructura habitual, amb la crònica social de Carlos Núñez, la tertúlia

rància dels 'Xavis', la mirada cinèfila de Xavier Miralles i el debat jove que protagonitzen des de fa quatre temporades quatre adolescents: Marc Boyero, Octavi Marquès, Irene Bueno i Joel López.

Aquesta edició especial de «Tarda de ràdio» es va poder escoltar tant per la freqüència de la Facultat com pel dial de l'emissora municipal, el 94.6 de la FM, a banda del web de Ràdio Sabadell i l'enllaç www.uab.cat/campusmedia.

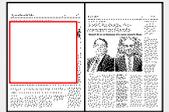
UAB Campus Mèdia compta amb un equip d'una quinzena de persones, estudiants de la Facultat de Ciències de la Comunicació, i està oberta a col·laboracions estables i puntuals mitjançant podcasts i altres formats. A partir de dilluns, començaran les emissions de butlletins informatius matinals, cada hora en punt, de 10 a 13 hores ■

Antoni Bassas, padri simbòlic de la ràdio

Ahir, a les 12 del migdia s'inaugurava UAB Ràdio, amb la presència de Ferran Sancho, rector de la UAB; i d'Antoni Bassas, periodista i padri de la nova emissora. El rector ha comentat l'actual situació del sistema universitari, marcada per l'aprovació del decret del govern que permetrà programar graus de tres anys. Sancho ha criticat que «ningú no ha fet una

avaluació sobre les titulacions actuals que propiciï una reforma com la que ha impulsat ara el govern», i ha reivindicat que la política universitària catalana «sempre ha tingut una visió col·lectiva, de país». Per la seva banda, Bassas ha evocat el seu passat com a estudiant de periodisme de la UAB, tot lloant l'evolució de la Facultat i les seves instaHacions. Ha reflexionat també sobre la

situació del sector comunicatiu, destacant el mal que fa la precarietat que pateixen molts professionals i la rellevància que pren la fusió de mitjans, fenomen del qual UAB Campus Mèdia és un bon exemple. Finalment, ha subratllat la importància de la ràdio, «mitjà que et prepara per a la reacció immediata i forma periodistes polivalents»



MOSTRA DEL COL·LECTIU MEMO A LA GALERIA BLUEPROJECT FOUNDATION

Les cares del dolor

Tres premiats fotoperiodistes exposen 21 imatges captades en la guerra de LíbiaANNA ABELLA
BARCELONA

«**Vam entrar en un garatge a Sirte que l'Exèrcit de Gaddafi va fer servir com a presó improvisada probablement per a presos polítics. Els havien ruixat amb gasolina i hi havien llançat una granada. Era una habitació plena de gent carbonitzada; hi havia esquelets, membres... però la imatge que més em va impactar va ser aquesta**», diu el fotoperiodista Guillem Valle, assenyalant-ne una en blanc i negre on, a terra, davant d'un mur de totxo, amb prou feines es distingeix la silueta feta cendres d'un ésser humà. «**Era una persona que havia deixat de ser-ho -raona-. Per això, i per no caure en el morbo, vaig triar aquesta foto per a l'exposició en lloc de les dels cadàvers**». Una mostra,

Entre les obres de l'exposició hi figura la famosa primera foto del cadàver de Gaddafi

que es pot veure fins al 5 d'abril a la galeria barcelonina Blueproject Foundation, de 21 fotografies, entre elles la primera del cadàver de Gaddafi, captades en la guerra de Líbia, un conflicte iniciat el febrer del 2011, ara fa just quatre anys.

Els autors -Guillem Valle, Fabio Bucciarelli i Manu Brabo- són reconeguts reporters gràfics *freelance* premiats, respectivament, amb el World Press Photo, el Robert Capa Gold Medal i el Pulitzer, i membres del col·lectiu MEMO.

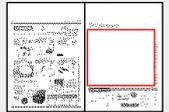
«**El títol de l'exposició, *Bukra Inshallah*, era el lema dels rebels -revela Bucciarelli-. Significa *Demà, si Déu vol*, és el que et responien a tot, a ¿quan s'acabarà la guerra?, a ¿quan capturarien Gaddafi? El poble esperava llibertat i democràcia però quatre anys després allò és el Far West, el Govern que va substituir Gaddafi no controla el país, i les milícies i grups islàmics lluiten pel territori**».

Va ser Bucciarelli qui va fer la famosa foto de Gaddafi, on a més «**de la cara inerta del dictador que va fer el que va voler al país durant 42 anys, hi ha una mà que el toca, és un contrast d'humanitat**». Ell mateix explica com mentre buscava en hospitals i mesquites de Misrata el cadàver que ningú sabia on estava amagat se li va acostar un rebel i li va dir: «**¿El vols veure?**». El va portar a una casa particular on en un moment de distracció dels guàrdies es va colar. «**Vaig obrir una porta i era allà. Només pensava que no em tremolesin les mans. Hi vaig ser uns cinc minuts. Fins l'endemà no el van mostrar públicament**».

A les fotos, totes en blanc i negre, hi ha ferits, morts, gent que resa, refugiats, presos, dolor. Com el de les cares d'unes dones i un nen, familiars d'uns detinguts de mirada perduda en una escola de Trípoli, acusats de ser mercenaris. O com el d'una altra, també captada per Valle, d'un ferit a Sirte, instants després que els caigués al damunt una bomba de morter. «**El que té al darrere havia mort. El primer reflex va ser apartar-me i protegir-me, després ajudar, però tothom corria a ajudar. Aleshores alguna cosa t'impulsa a fer les fotos**».

▶▶ **Companyerisme** ▶ Guillem Valle i Fabio Bucciarelli (dreta), en la mostra de les seves fotos de la guerra líbia.▶▶ **Primera imatge del cadàver del dictador líbia Muammar al-Gaddafi.**

Valle, Bucciarelli i Bravo (que volava des d'Ucraïna i no va arribar a temps), amb els seus col·legues José Colón i Diego Ibarra, com a membres de MEMO, presentaven la seva nova revista digital trimestral, multimèdia i interactiva per a tauletes (el primer número sols en iPad, a partir del segon també en Android), descarregable també des de la seva web. És un projecte finançat per micromecenatge que va aconseguir 22.058 euros (en demanaven només 15.000). «**Treballem per passió i per explicar històries, i creiem que la societat demana una forma més personal i humana d'explicar-les**», diu Colón. Per això, la revista és un exemple de «**periodisme compromès i artesanal, que pren com a base la fotografia documental de la vella escola i busca la reflexió sobre els fets**».



Los accionistas del Grupo Planeta nombran presidente a José Creuheras

Carlos Fernández, vicepresidente ejecutivo, y José Lara, consejero delegado

C. G.

MADRID- Los accionistas del Grupo Planeta decidieron ayer por unanimidad nombrar presidente del Grupo a José Creuheras Margenat. Fundado en Barcelona en 1949, el Grupo Planeta es hoy una multinacional de propiedad íntegramente familiar que, bajo la presidencia de José Manuel Lara Bosch, y apoyado por su equipo directivo, se ha transformado en un grupo editorial y de comunicación que se sitúa entre los ocho primeros del mundo y que ofrece contenidos culturales, informativos, formativos y de entretenimiento audiovisual.

José Creuheras inició su actividad profesional en el Grupo Planeta en 1984. Ocupó diversos cargos de responsabilidad durante la expansión del negocio editorial de la mano de su fundador, José Manuel Lara Hernández, y del entonces consejero delegado, Fernando Lara Bosch. Participó activamente en el diseño de la estrategia de crecimiento y diversificación del Grupo, acordada por la familia Lara a finales de los años noventa. En 2003, el presidente, José Manuel Lara Bosch, le nombró vicepresidente, responsabilidad que ha estado ejerciendo hasta ahora. Es también consejero del Grupo Atresmedia, del diario LA RAZÓN, y vicepresidente de la Fundación José Manuel Lara.

El hasta ahora consejero delegado, Carlos Fernández Sanchiz



JOSÉ CREUHERAS MARGENAT
Vicepresidente del Grupo desde 2003, fue nombrado ayer por los accionistas presidente por unanimidad



CARLOS FERNÁNDEZ SANCHIZ
Era el consejero delegado. A partir de ahora ocupa el cargo de vicepresidente ejecutivo del Grupo



JOSÉ LARA GARCÍA
El primogénito de José Manuel Lara Bosch era director general del Grupo Planeta y pasa a ser consejero delegado

José Creuheras, nació en Barcelona en 1957. Casado con Columna Martí, y padre de tres hijos, mantiene su vínculo con el Grupo Planeta desde los inicios de la década de los 80. Además, es miembro del patronato Francisco Godia, del consejo de administración de Aula Escuela Europea y de la Junta de Gobierno del Círculo Ecuéstre de Barcelona.

Fernández Sanchiz, que a partir de ahora es el vicepresidente ejecutivo del Grupo, también es uno de los directivos con más arraigo en el Grupo desde hace décadas donde ha trabajado en altas responsabilidades desde 1996, proveniente de Planeta

LIDERAZGO

Es el principal grupo en la edición en España y en la comunicación audiovisual

(Barcelona, 1958), pasa a ser vicepresidente ejecutivo y José Lara García (Barcelona, 1976), que era director general, se convierte en consejero delegado.

Líder en la edición

El Grupo Planeta es líder en la edición en España y en América Latina, además de ser el segundo mayor grupo editorial de Francia. Junto al grupo DeAgostini, es el accionista de referencia del Grupo

Atresmedia, grupo líder de la comunicación audiovisual, que cuenta, entre otros, con los canales de televisión Antena 3 TV, la Sexta y Onda Cero Radio. Asimismo, el Grupo Planeta es el accionista principal del diario LA RAZÓN y de Prisma Publicaciones, editora de destacadas revistas de estilo y calidad de vida.

En el ámbito de la formación, el Grupo Planeta está entre los grandes del sector. Dispone de una

amplia oferta que cubre desde la enseñanza escolar, la universitaria, las escuelas de negocio, postgrados y formación para profesionales, tanto presencial como «on-line». El Grupo Planeta cuenta también con una de las mejores organizaciones de venta directa, con la primera cadena de librerías española, Casa del Libro, y el mayor club de lectura en español, Círculo de Lectores.

El nuevo presidente del Grupo,

DeAgostini.

El consejero delegado José Lara García es el primogénito de los cuatro hijos de José Manuel Lara Bosch. Estudió Ciencias Políticas. Hasta ahora, era el director general del Grupo Planeta, al que se incorporó en 2008. Su primera labor fue ocuparse de los asuntos financieros de la editorial Editis, segundo grupo editorial francés y uno de los más importantes del mundo del libro en Europa.



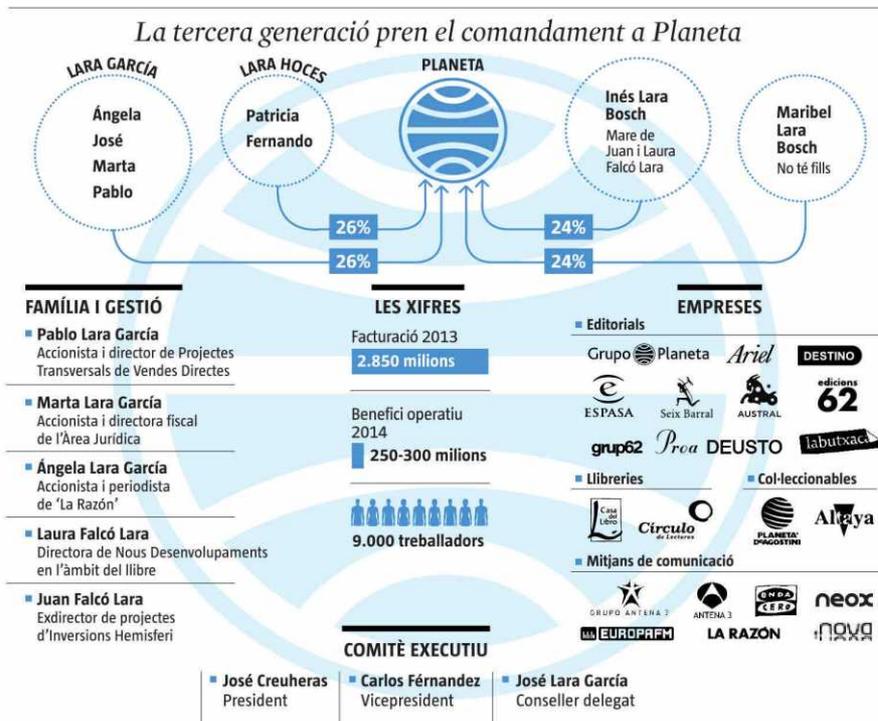
La família Lara encomana per primera vegada el grup a un directiu aliè a la família

Creuheras, president de Planeta

LALO AGUSTINA
Barcelona

José Creuheras és des d'ahir el nou president de Planeta, primer grup editorial en espanyol amb més d'un centenar d'empreses al sector editorial i als mitjans de comunicació, amb prop de 3.000 milions de facturació i uns 9.000 empleats en tot el món. Gairebé dues setmanes després del 31 de gener, quan va morir José Manuel Lara Bosch, president del grup, la família va decidir ahir l'obligada reestructuració de la gestió amb una indissimulada aposta per la continuïtat, encara que això comporti que, per primer cop, un Lara no estigui al capdavant del conglomerat. Però l'empresa és el primer i la família ha optat per tocar l'organigrama al menys possible.

Així, els tres membres del comitè executiu pugen un esglaó en la cadena de comandament. José Creuheras Margenat, directiu aliè a la família que va entrar a Planeta el 1984 –en vida del fundador, José Manuel Lara Hernández–, deixa de ser vicepresident per presidir Planeta. El seu càrrec l'ocupa un altre directiu de la casa que tampoc no és de la família: Carlos Fernández Sanchiz, fins ara conseller delegat, que serà vicepresident executiu. Finalment, José Lara García, fill gran de l'anterior president, es convertirà en el conseller delegat. Lara García, de 38 anys, ja era director general i l'únic membre de la família a la cúpula del grup. Encara que ara s'aposta per la continuïtat, el futur de l'empresa



FONT: Elaboració pròpia

Anna Monell / LA VANGUARDIA

familiar passa clarament per ell. La decisió de nomenar president Creuheras és la que provocarà menys canvis. Aquest directiu, de 57 anys, era el marmessor dels dos fills del finat Fernando Lara Bosch i manté molt bona relació amb les dues germanes, Inés i Maribel, les màximes accionis-

tes, amb el 24% del capital cadascuna. Òbviament, és un perfecte coneixedor de la casa. L'advocat –se'l coneix amb aquest apel·latiu– és un directiu de tota confiança de la família Lara, que representa en una filial tan important com Atresmedia, on forma part de les divisions d'au-

ditoria i control i nomenaments i retribucions.

A Planeta, després dels canvis anunciats ahir, se n'esperen d'altres a mitjà termini. En desaparèixer José Manuel Lara Bosch, l'últim referent executiu de la segona generació –les seves germanes Inés i Maribel mai no han

participat directament en la gestió i el seu germà Fernando va morir el 1995–, els vuit membres de la tercera generació s'hauran d'implicar cada vegada més en el grup, ja sigui activament en la gestió o des del consell d'administració.

Però això encara cal veure com es concreta. El que és segur és que José Lara exercirà a partir dels propers anys de líder familiar i veurà potenciades les seves funcions. Fins ara participava en

José Lara García, fill gran de Lara Bosch, ascendeix a conseller delegat i serà el nou líder familiar

el comitè de direcció, era el màxim responsable de les finances i tenia encomanat, de manera transversal, l'impuls a la internacionalització i el desenvolupament digital de tots els negocis.

Al costat del nou conseller delegat hi ha altres membres de la família propietària treballant en el grup, encara que en llocs de responsabilitat molt menor. Pablo i Marta Lara García són al capdavant dels Projectes Transversals de Venta Directa i l'àrea fiscal de l'assessoria jurídica del grup, respectivament. La seva germana Àngela és periodista a *La Razón* i la seva cosina Laura Falcó Lara és directora de Nous Desenvolupaments en l'àmbit del llibre.●



David Carr, el periodista que se investigó a sí mismo

El prestigioso columnista de 'The New York Times' murió en la redacción

MARC BASSETS

David Carr tenía la voz ronca de un pirata, los andares desgarbados de un Quijote y la mirada inquisitiva de Sherlock Holmes.

Parecía un reportero salido de otra era, de una película como *Primera Plana*, pero diseccionó como pocos las últimas revoluciones de los medios de comunicación. Aplicó el rigor periodístico tanto en sus columnas en las páginas de Economía de *The New York Times* —textos con gramos de opinión y toneladas de información— y como en el libro en el que, con los métodos del reportero clásico, investigó las épocas más oscuras de su biografía más íntima.

La noche de la pistola (*The night of the gun*, en inglés) es un libro particular. En él, Carr intenta reconstruir parte de su vida, unos años que en su memoria quedaron sepultados bajo una nebulosa de drogas y alcohol. Como sus recuerdos son borrosos y, como buen reportero, no se fia ni de su propia versión, decide investigar su pasado. Se investiga a sí mismo como si persiguiese la exclusiva del Watergate. Entrevista a novias, camellos y compinches de farra. Consulta archivos.

El título del libro proviene de

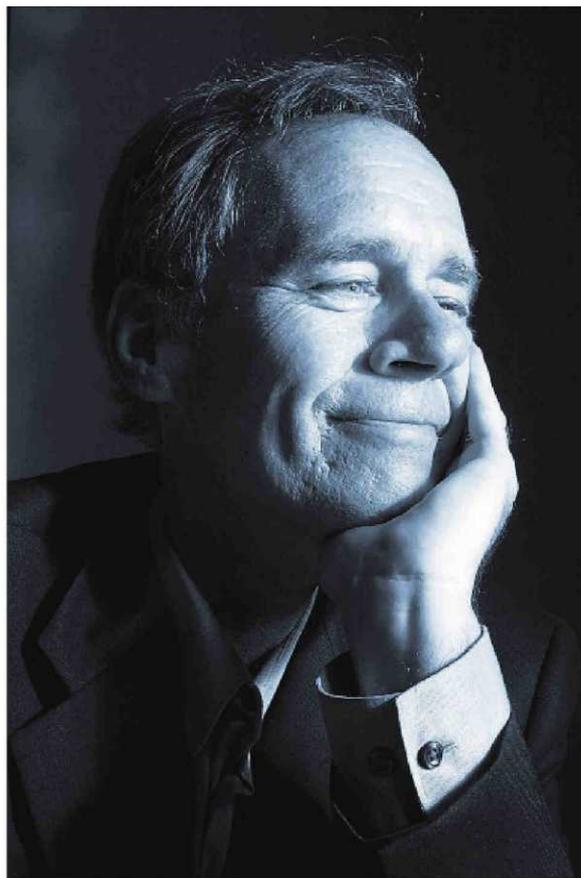
una noche en la que cree recordar que un amigo le apuntó con la pistola. Al entrevistarle, 20 años después, el amigo le explica que jamás tuvo un arma. "Esta es una historia", escribe, "sobre quién tenía la pistola".

Carr había utilizado la técnica del *fact-checking* —la comprobación de datos de una pieza periodística— para examinar su propia vida. Entrevistó a 70 personas para ello. Creía que no existía mejor método que el reportero para llegar a la verdad. Siempre, hasta el último día, en que entrevistó a la documentalista Laura Poitras y al pe-

Creía que no existía mejor método que el reportero para llegar a la verdad

riodista Glenn Greenwald sobre la película *Citizen Four*, buscó quién tenía la pistola.

El jueves por la noche murió de forma inesperada en la redacción de *The New York Times*, el diario que amaba con pasión juvenil —nunca dejó de maravillarse por la fortuna de trabajar en el Vaticano del periodismo de ca-



El periodista David Carr, en 2008. /CHESTER HIGGINS JR. (AFP)

lidad— y que le convirtió en un referente para sus colegas de profesión y para las personas interesadas en los medios de comunicación. Tenía 58 años.

Sus artículos, que se publicaban cada lunes, eran lo que en Estados Unidos se denomina columnas reporteadas. Rara era la columna que no contenía una o

varias declaraciones sacadas de entrevistas. Su honestidad era desarmante. En una columna reciente confesó que hace unos años erró al minusvalorar la publicación alternativa *Vice*. En otra, sobre las acusaciones de violación contra el cómico Bill Cosby, criticó a los periodistas que en años anteriores no le ha-

bían preguntado al actor por las sospechas que ya circulaban. Enumeraba una serie de reporteros que, aunque "estaban en el ajo", no dijeron nada. Después añadía: "Y entre los que estaban en el ajo me incluyo a mí".

Carr se convirtió en una figura pública con *Page One*, un documental de 2011 sobre *The New York Times*. El documental explicaba la crisis de la prensa en papel a través de los periodistas que cubrían los medios de comunicación en el *Times*. Cultivaba la imagen de reportero curtido y malhablado, una especie de tío crápula de los veinteañeros que despuntaban en la *Dama Gris*. Quedaba claro que Carr, formado en la prensa local de su ciudad, Minneapolis, y de Washington, era más que un periodista especializado en medios. Hablar de los medios era para él una forma de hablar del mundo, de la vida.

Su penúltima columna, publicada el lunes, abordaba el caso de Brian Williams, el presentador estrella de la cadena NBC, caído en desgracia al descubrirse que era falsa la historia que por años contó acerca de que el helicóptero en que viajaba en 2003 fue alcanzado por fuego enemigo. En realidad viajaba en otro helicóptero. Williams embelleció, quizá de buena fe, sus recuerdos, y al descubrirse la verdad, los torquemadas de la prensa y las televisiones estadounidenses se precipitaron a exigir su despido fulminante. El martes, la cadena lo suspendió durante medio año. Antes, Carr, que en sus columnas exhibía tanta retranca como piedad, fue de los pocos que discrepó.

"No sé si el Sr. Williams debe perder su empleo", escribió. "No creo que deba perderlo".



TELEVISIÓN

Amonestados varios medios franceses por la cobertura de los atentados

Señalada como falta grave difundir la imagen del asesinato de un policía en París

GABRIELA CAÑAS
París

Las televisiones y las radios francesas que contaron en tiempo real los atentados yihadistas ocurridos en París entre el 7 y el 9 de enero cometieron cuatro infracciones graves, según ha dictaminado el Consejo Superior del Audiovisual (CSA). Tras un largo debate sobre la cobertura de esas 56 horas de convulsión nacional que costaron la vida a 20 personas (incluidos los tres terroristas), este organismo oficial considera que algunos medios vulneraron el respeto a la dignidad humana y pusieron en riesgo la seguridad de ciudadanos. Alguna emisora, como France Info, ya ha anunciado que recurrirá la decisión que, de momento, no supone ninguna sanción.

El CSA considera grave la difusión de las imágenes del policía Ahmed Merabet rematado en el suelo por los agresores cuando huían de la sede del semanario satírico *Charlie Hebdo*. Igualmente, lamenta la información del día 9 por la tarde de que se había desatado un tiroteo en la imprenta donde se habían refugiado los yihadistas Saïd y Chéfir Kouachi a pesar de que su amigo y presunto cómplice, Amedy Coulibaly, continuaba encerrado en el supermercado de alimentación *kosher* con una veintena de rehenes. Critica la difusión de que había personas escondidas en la imprenta y en el supermercado Hyper Cacher cuando todavía los terroristas no habían sido abatidos.

Son varios los medios amonestados. La publicación de las imágenes de la muerte del agente Merabet, un hecho denunciado inmediatamente por la familia del policía, le supone esta especie de tarjeta amarilla a France 24. Contar en tiempo real el tiroteo habi-



Flores en la sede del semanario *Charlie Hebdo*, en París, el 8 de febrero. / GONZALO FUENTES (REUTERS)

Ciertas informaciones pusieron en riesgo la seguridad, dice el Consejo Audiovisual

do en la imprenta de Dammartin-en-Goële donde los hermanos Kouachi estaban refugiados les ha valido la amonestación a BFM TV, Euronews, France 2, France 24, iTélé, LCI, TF1, Europe 1, France Info, France inter, RFI, RMC y RTL.

Finalmente, son France 2, TF1 y RMC las amonestadas por informar de que había personas escondidas en ambas instalaciones cuando todavía los terroristas estaban dentro armados y, aparentemente, dispuestos a matar a los rehenes. Además, iTélé y LCI vul-

neraron los códigos audiovisuales, según el CSA, al identificar a los hermanos Kouachi antes de que la policía lo hubiera confirmado. En total, son 21 amonestaciones por estas cuatro faltas.

No hay infracción grave ni leve, sin embargo, para la difusión de las conversaciones que Chéfir Kouachi y Amedy Coulibaly mantuvieron por teléfono con un periodista de la cadena BFM horas antes de ser abatidos. En ese caso, el presidente del CSA, Olivier Schrameck, ha explicado a *Le Figaro* que "se ha respetado la dignidad de las personas y el orden público". La difusión de tales conversaciones grabadas se realizó cuando ya ambos yihadistas habían sido abatidos. En ellas, Kouachi y Coulibaly se identificaban como combatientes de Al Qaeda y del Estado Islámico, respectivamente, pero, además, BFM supri-

mió todo lo que consideró pura propaganda terrorista.

De momento no hay sanción alguna por esas faltas que el CSA considera graves. "Una vez que se ha amonestado a los medios sobre estos hechos tendrían que cometer la misma infracción, de la misma naturaleza, para imponérselas", explica Clara Martin, encargada de prensa del organismo. Las sanciones pueden suponer la imposición de la pantalla en negro e incluso la retirada de la concesión de emisión. Lo habitual, sin embargo, es que el CSA imponga multas. La cadena radiofónica France Info ha anunciado que recurrirá la decisión contra ella. "No habíamos recibido consigna alguna" sobre la necesidad de ocultar el inicio del tiroteo en Dammartin, ha dicho Erik Kervellec, director de la redacción.



Document Leila Guerriero desxifra l'ofici d'explicar històries i ens revela que no hi ha res més imprecís i apassionant que observar la realitat

El periodisme narratiu no és un Martini

LAURA FERRERO

Es difícil presentar-la. Dir que va néixer a Junín, Argentina, i que després va marxar a estudiar a Buenos Aires no és suficient. Tampoc n'hi ha prou d'afegir que sempre va voler ser periodista. Acabar dient que amb els anys li ha anat donant voltes a la qüestió de què significa escriure i per què ho fem, s'acosta una mica més a aquesta dona tan singular. Però Leila Guerriero (1967) no atén les categories d'escriptora, periodista o cronista.

Això es reflecteix a *Zona de obras*, un llibre en el qual es recopilen algunes de les brillants cròniques en què Guerriero ha intentat desxifrar, entre d'altres coses, la naturalesa del periodisme narratiu. Es podria explicar com el resultat d'un conjunt d'elements com són una mirada, una manera d'explicar i una forma d'abordar les històries? No s'enganyin: amb això no n'hi ha prou. Com totes les coses importants de la vida, el periodisme narratiu no és una ciència exacta. No, no és un Martini. Així mateix, al llarg d'aquestes peces tan ben escollides, Guerriero salta àgilment d'un tema a un altre, sense donar consells –no hi ha regles que valguin en aquest ofici–, repassant el procés i les raons de l'escriptura. Els seus escrits aborden temes tan dispersos com l'estat de la crònica a Llatinoamèrica, la importància de saber escriure un bon perfil o "El bovarismo, dos mujeres y un pueblo de La Pampa", és a dir; com el "no-voler" ser l'Emma Bovary la va empènyer a buscar un pla que la va convertir en la periodista que és avui dia.

El secret de Leila Guerriero és que parlant-nos d'altres, de realitats allunyades, ens està parlant de nosaltres. L'aliè és de vegades el més pur reflex del propi. Perquè segons ella, un escriu per ordenar el món, o per desordenar-lo. Quan s'ha desbrossat la brossa, quan un s'ha tornat prou invisible, és quan podem començar a escriure, a buscar a les palpentes el que ens falta.

En totes les seves cròniques sempre s'intueix de fons aquesta mateixa pregunta mai resolta, la de per què escrivim. En un assaig anomenat *¿Dónde estaba yo cuando es-*



Leila Guerriero

KIM MANRESA

El secret de Leila Guerriero és que parlant-nos d'altres, de realitats alienes, ens parla de nosaltres

cribí esto? Guerriero explica que cap al tard el cuiner Michel Bras portava els integrants del seu equip a la terrassa del seu restaurant a la campanya i feia que s'hi estessin fins que el sol s'amagava en l'horitzó. Llavors, assenyalant el cel, els deia: "Ahora vuelvan a la cocina y pongan eso en los platos". Quan escriu, Leila Guerriero fa el mateix. Les cròniques recopilades són el resultat de fer aterrar el capvespre en un text.

Leila Guerriero
Zona de obras

CÍRCULO DE TIZA, 244 PÀGINES, 19 EUROS



elradar

Mor als 58 anys el columnista del 'New York Times' David Carr

A.C.R.
BARCELONA

El columnista del *New York Times* David Carr va morir dijous a la nit, als 58 anys, a la seu del diari. "Carr s'ha desplomat a la redacció, on ha sigut trobat poc abans de les nou del vespre. Ha sigut traslladat a l'Hospital St. Luke's-Roosevelt, on se l'ha declarat mort", explicava ahir el diari, que no precisava les causes de la defunció. Nascut a Minneapolis el 8 de setembre del 1956, Carr era conegut especialment per la seva columna *The media equation*, un espai que apareixia cada dilluns a les pàgines de negocis del diari i en què escrivia sobre "els mitjans de comunicació i la seva intersecció amb els negocis, la cultura i el govern", en paraules de la mateixa publicació. En el seu últim article, Carr sortia en defensa de Brian Williams, el presentador de la NBC que ha sigut suspès de sou i feina durant sis mesos per haver mentit sobre la seva cobertura de la Guerra de l'Iraq.

"Era un dels periodistes més dotats que han treballat mai al *New York Times*. Combinava un talent formidable com a reporter amb un judici agut per convertir-se en un guia indispensable del món mediàtic modern. Però els seus amics al diari i més enllà el recordaran com un ésser humà únic, ple de vida i d'energia, divertit, lleial i encantador. Un talent insubstituïble que serà enyorat per tothom que treballa al *New York Times* i per tothom que el llegeix", va dir en un comunicat el president i editor del rotatiu, Arthur Ochs Sulzberger jr.

Per la seva banda, el director del diari, Dean Baquet, el va definir com "el millor periodista sobre mitjans de comunicació de la seva generació, un home excepcional i divertit que s'havia convertit en un dels líders de la redacció". "Era el nostre gran campió i la seva inacabable passió pel periodisme i per la veritat serà enyorada per la seva família del diari, pels lectors de tot el món i per la gent que estima el periodisme", va afegir Baquet, segons recull el mateix diari.



David Carr en un acte celebrat dijous, hores abans de morir. MARK SAGLIOCCO / GETTY

Carr, que havia patit un limfoma, es va incorporar a la redacció del *New York Times* el 2002 com a reporter d'economia, després d'haver col·laborat amb publicacions com *The Atlantic Monthly* i *New York Magazine* i d'haver dirigit el *Washington City Paper*, una publicació especialitzada en oci i cultura de la capital dels Estats Units. Com explica el *New York Times*, l'any 2011 es va convertir en "la personificació" del diari gràcies al documental *Page one: Inside the New York Times*, que segueix el seu dia a dia laboral per retratar el funcionament de la redacció.

Durant els anys 80 Carr va lluitar contra una addicció a la cocaïna, una experiència que queda recollida al seu llibre *The night of the gun*, publicat el 2008. L'obra és una investigació periodística sobre el seu propi passat en què l'autor, conscient que els seus records sobre aquell període no són prou fiables, recorre als testimonis de persones amb qui havia tingut relació per poder reconstruir la seva pròpia història. —



PREMIO NACIONAL DE RADIO

Medalla de Oro para Iñaki Gabilondo

VERÓNICA FIGUEROA, Madrid

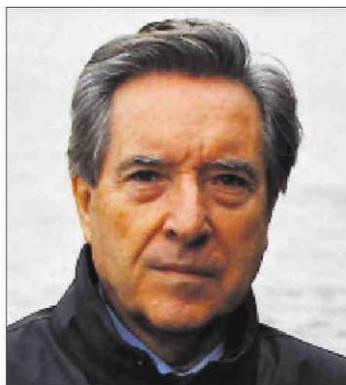
Iñaki Gabilondo (San Sebastián, 1942) no quiere premios. Dice que el más importante lo ha tenido desde el principio. “La radio me ha permitido vivir donde quería desde niño, así que estoy muy agradecido. Ya no me tiene que dar nada más”. Pero se los siguen dando. El más reciente de la treintena que ya tiene en su haber es la Medalla de Oro del Premio Nacional de Radio, que recibió ayer.

Este galardón, que hace honor a la trayectoria profesional del periodista, acompañará, entre otros, a sus dos Micrófonos de Oro, sus seis Premios Ondas

y sus tres Antenas de Oro. “Está muy bien que te reconozcan tus colegas, es definitivamente un homenaje de cierre”.

Dice eso porque, tras más de 50 años de carrera, el periodista de 72 años cree que está listo para descansar. Pero no puede pues sigue al frente del programa de entrevistas *Iñaki* en Canal + y mantiene el videoblog *La voz de Iñaki* para la cadena SER y EL PAÍS, en el que expone su opinión sobre los temas de actualidad de lunes a jueves.

En cuanto a los demás galardones, Gabilondo asegura que se trata de una lista honorable: “Varios podría haber recibido fá-



Iñaki Gabilondo.

cilmente la Medalla de Oro que me han dado a mí”, opina, haciendo referencia especialmente a Carlos Herrera, cuyo programa *Herrera en la Onda* fue reconocido con el Premio Luis del Olmo a la participación de los oyentes por la sección ‘Los fósforos’.

A pesar de haber dejado su icónico programa *Hoy por hoy* en 2005, Gabilondo sigue guardan-

do un lugar especial para ese medio de comunicación, que dice ha sabido adaptarse mejor que ningún otro al impacto de las nuevas tecnologías. “La Red es un fluir incesante de información, y así ha sido siempre la radio. Además, el mecanismo de participación del público también siempre lo hemos tenido. La radio maneja ese idioma sin problemas”.

Durante la sexta ceremonia de los premios, celebrada el Día Mundial de la Radio, también se ha homenajeado al legendario periodista deportivo Matías Prats Cañete, fallecido en 2004 y recordado por sus retransmisiones futbolísticas y taurinas, con el gran premio Bobby Deglané. *Radioestadio*, de Onda Cero, se ha llevado el galardón Juan Manuel Gonzalo, que reconoce la información deportiva, y el premio Joaquín Soler Serrano de Radio y Televisión fue otorgado a la periodista Ana Rosa Quintana.



La tasa catalana a las operadoras audiovisuales podría ser inconstitucional

R.B.

BARCELONA- El Ministerio de Hacienda ha notificado a la Generalitat que la ley aprobada en el Parlament de Catalunya por la que se aplica una tasa a las compañías operadoras por las conexiones de internet para el fomento del sector audiovisual podría ser inconstitucional.

Además, según explicó ayer la conselleria de Cultura, el Gobierno les ha comunicado que se plantea presentar recurso de inconstitucionalidad si no acepta abrir un proceso negociador para la modificación de la Ley del Parlamento de Catalunya 15/2014, de 4 de diciembre. Este recurso comportaría la suspensión inmediata de los preceptos de la ley impugnados, si así lo pide el ejecutivo español.

Tras este anuncio, la conselleria lamentó la postura del Gobierno, que, en su opinión, una vez más «es contraria a los

INTENCIONES

Con esta tasa, el Govern pretendía recaudar unos 20 millones de euros

intereses de la cultura catalana y a las competencias del Parlament de Catalunya».

Desde la conselleria de Cultura recordaron que el impuesto se aprobó en el Parlament sin ningún voto en contra, y que sólo se abstuvieron los grupos del PP y de Ciutadans. La ley, en cualquier caso, establece un tributo aplicable a las compañías operadoras de Internet de 0,25 euros mensuales por cada conexión a Internet contratada en el territorio de Catalunya, ya sea a través de la telefonía fija o de dispositivo móvil.

Con esta tasa, el gobierno catalán tiene previsto recaudar unos 20,5 millones de euros que se destinarían a la creación de fondos para fomentar la producción y la mejora de la competitividad del sector audiovisual catalán, y la creación de contenidos culturales digitales.



Wuaki TV fichará a 25 profesionales

T. Díaz. Barcelona

El videoclub online Wuaki.tv tiene previsto incorporar a 25 nuevos empleados a su plantilla este año. Creado en 2009 por Jacinto Roca, el portal pertenece a la multinacional japonesa Rakuten que lo adquirió en 2012 y que le sirvió como puerta de entrada a Europa.

Wuaki busca distintos perfiles con experiencia para acompañar a su crecimiento internacional. Los nuevos fichajes serán para las áreas de negocio de marketing, finanzas, contenidos y comerciales, según afirma la compañía.

Actualmente, el portal online tiene un equipo de 120 profesionales y 1,4 millones de usuarios en España.

El portal online se encuentra en plena **internacionalización** tras entrar en Italia, Francia y Alemania

Con sede en Barcelona, la tecnológica está en plena expansión geográfica y a finales del pasado ejercicio anunció su llegada a Italia, tras haber aterrizado en Reino Unido, Francia y Alemania. Entre los planes de futuro, la empresa apunta a entrar en Austria e Irlanda.

En cada nuevo mercado, Wuaki.tv abre una pequeña delegación de comerciales.

■ <http://jobs.wuaki.tv>



L'Estat, contra la taxa catalana a les operadores

Redacció

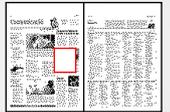
BARCELONA

La Generalitat va fer públic ahir que ha rebut una notificació del Ministeri d'Hisenda i Administracions Públiques en què planteja la possible inconstitucionalitat de la llei de la taxa a les operadores d'internet per fomentar el sector audiovisual.

En la mateixa comunicació, el ministeri adverteix que es planteja presentar un recurs d'inconstitucionalitat si la Generalitat no accepta obrir cap procés negociador per a la modificació d'aquesta llei. La presentació del recurs d'inconstitucionalitat per part del govern estatal comportaria la suspensió immediata dels preceptes de la llei impugnats.

En un comunicat, la Generalitat va lamentar aquesta decisió, "contrària als interessos de la cultura catalana i a les competències del Parlament de Catalunya", i va recordar que aquest impost es va aprovar en el Parlament de Catalunya el dia 26 de novembre de 2014 sense cap vot en contra. També va manifestar que està convençuda de la legalitat de la taxa.

Per la seva banda, l'associació PROA (Productors Audiovisuals Federats) va manifestar en un comunicat la seva "indignació i el seu malestar pel desmantellament d'una de les conquestes més importants que el sector audiovisual ha aconseguit en els darrers anys". ■



CONVENI PER FOMENTAR L'ANGLÈS

El Punt Avui TV i British Council

Joan Vall, director general de Xarxa de Serveis i de Comunicacions 2014, i Richard Rooze, director de l'Institut Britànic a Barcelona, han signat un conveni de col·laboració per a les emissions del programa infan-

til *Storytime* en presència de Nicholas Eyre, cap de llengua del British Council a l'Estat espanyol, i de Miquel Berga, professor de la UPF i impulsor de la programació en anglès d'El Punt Avui TV. ■ REDACCIÓ



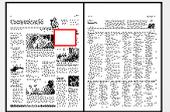
Secuoya, 80 empleados para la nueva TV de Murcia

J.M.Madrid

La productora audiovisual ha puesto en marcha una campaña para dar empleo a 80 profesionales si finalmente obtiene el contrato para explotar 7RM, la televisión autonómica de Murcia, tras obtener la máxima puntuación en el concurso. De acuerdo con las condiciones de la oferta presentada por Secuoya para gestionar la televisión pública murciana, la productora debería empezar a emitir el próximo marzo. Sin embargo, los recursos de Mediapro y otros competidores en el concurso provocarán, previsiblemente, retrasos en el proceso.

■ nuevatvmurcia@gruposecuoya.es.

La productora audiovisual está pendiente de la adjudicación definitiva para **gestionar la televisión**



RÀDIO

El concurs d'idees de la SER, a examen avui

El concurs d'espais radiofònics Ide@Ràdio, impulsat per SER Catalunya per descobrir nous talents professionals, arriba a la fase final. Avui, 14 de febrer, l'endemà del Dia Mundial de la Ràdio, 108 autors defensaran els 38 treballs finalistes davant d'un jurat format per professionals de la ràdio a l'Estudi To-

resky de Ràdio Barcelona, en un acte obert al públic. El jurat busca visió innovadora, alta creativitat i futurs professionals. Tres d'aquests programes finalistes seran produïts i emesos en una de les emissions de Prisa Radio a Catalunya. Els guanyadors s'anunciaran dilluns. ■ REDACCIÓ



Jorge Herralde guanya el primer Premi Ressenya dels periodistes

BARCELONA | ACN / EFE / DDG

■ L'editor d'Anagrama, Jordi Herralde, rebrà el pròxim dijous el primer Premi Ressenya que atorga l'Associació de Periodistes Culturals de Catalunya.

Amb aquest guardó simbòlic, l'Associació de Periodistes Culturals de Catalunya vol agrair a Herralde que sempre els hagi facilitat la feina informativa i subratlla la trajectòria del guardonat en la defensa dels valors de la cultura.

El premi es concreta en unes ulleres sense vidre perquè els periodistes celebren «que no hagi patit ni miopia literària ni estretor de mires editorial».



TDT

Ajudes de 51 milions per adaptar antenes

Les comunitats de propietaris d'edificis de Catalunya han sol·licitat 22.200 subvencions per a l'adaptació de les antenes col·lectives arran de la reordenació de la TDT, segons va informar la delegació del govern espanyol a Catalunya. L'import de les ajudes a Catalunya puja a 51 milions d'euros i es podran continuar demanant fins al 30 de juny. El procés d'alliberament del dividend digital acabarà el 31 de març i a partir d'aleshores pràcticament tota la població ja podrà rebre el senyal televisiu amb normalitat. Per la seva banda, els veïns d'habitatges unifamiliars o edificis de pocs pisos que tenen amplificadors de banda ampla els han de resintonitzar través del comandament. ■ REDACCIÓ



L'acudit a l'era del tuit



PEDRO VALLÍN
Madrid

L'humor i les seves qualitats volubles han despertat una inusitada atenció de la crítica cultural durant els últims anys. En sincronia amb els profunds canvis culturals, socials, econòmics i polítics que ha desencadenat i desencadenarà la revolució digital –segurament, la transformació tecnològica més important de la història de la humanitat des de la invenció de la impremta (amb permís de la màquina de vapor)–, l'humor està experimentant amb el nou segle transformacions importants i noves formulacions en les quals no deixa de ser important subratllar la supervivència de rituals de comèdia arcaics que han demostrat que continuen funcionant com el primer dia per convocar les rialles.

Perquè mentre descobrim el posthumor de Venga Monjas i de Miguel Noguera amb la seva gramàtica incomprensible per a les generacions analògiques, també és cert que les cartelleres de cinema –en aquest cas, l'espanyola, però també i sobretot, la francesa– són una prova irrefutable que el vell humor de classe –riure's de l'idiota, del pobre, del diferent, del provincià, de l'illetrat...– té una popularitat sorprenent, malgrat els esforços de la correcció política per fer-lo desaparèixer. *Ocho apellidos vascos*, escrita per Borja Cobeaga i Diego San José –hi ha rumors que el llibret original era molt menys confortable que el rodat per Emi-

Humor de classe, classes d'humor

Vells acudits i comèdies costumistes conviuen amb el posthumor i les graciètes nascudes pels estrictes límits de Twitter

lio Martínez Lázaro, i que el pare tonyinaire (Karra Elejalde, guanyador del Goya) era en principi un etarra acabat de sortir de la presó–, ha tornat a l'actualitat facècies que a l'Espanya de les autonomies havien quedat bandejades pel respecte a la identitat locals, antigament folklore. D'humoristes que feien accent català per explicar acudits de garrepes, o d'aragonès o gallec per explicar els de gent rústica, passem als noranta a una gairebé completa absència de l'arquetip regional, recuperat avui per Cobeaga i San José. I no és excepcional. En els últims anys, les comèdies franceses més exitoses –aqui i allà– *Benvenuto al Nord* (2008), de Dany Boon; *Intocable* (2011), de Nakache i Toledano, o la recentíssima *Dios mío, ¿pero que te hemos hecho?* (2014), de Philippe de Chauveron, exploten sense

miraments un humor de classe –en clau purament marxista–descendent directe de Louis de Funès o, en el cas espanyol, de Paco Martínez Soria.

Però, al marge de la crítica cultural, durant els noranta sí que va sobreviure la caricatura de l'andalús. “De vegades ens oblidem que Los Morancos no van deixar mai de tenir un grandíssim èxit popular”, subratlla Edu Galán, periodista, crític de cinema, fundador de la incorrecta revista *Mongolia* i autor de *Morir de pie. Stand-up comedy (y Norteamérica)* (Editorial Rema i Vive), un dels escassos assajos sobre la cultura nord-americana del monòleg publicats a Espanya. Mentre els germans Jorge i César Cadaval triomfaven a La Primera, els analistes culturals tenien l'atenció fixada en *El orgullo del tercer mundo*, la marcanada

amb la qual, a La 2, Carlos Faemino i Javier Cansado proposaven un novíssim humor absurd que ancorava les seves bases còmiques en aquella parella boja formada per Tip i Coll.

És un eloqüent símptoma de la

ARQUETIPS IMMORTALS
Les comèdies d'èxit del cinema encara beuen de De Funès o Paco Martínez Soria

ELS NOVÍSSIMS
El públic de Venga Monjas, Ricky Gervais o Noguera es limita a joves il·lustrats

fragmentació de públics de la comèdia, una cosa que, com assenyala Galán, ja s'havia produït abans als Estats Units, on els monologuistes triomfaven davant de públics conreats abans d'aconseguir el somni de convertir-se en populars (o acabalats) i aconseguir la seva pròpia sèrie televisiva –en el gènere de la comèdia de situació o *sitcom*– en el marc de l'humor per a tots els públics. *Seinfeld* o *Larry David* en són dos casos ben coneguts.

De la mateixa manera, les fórmules rupturistes que veiem en l'humor recent i que van portar el crític Jordi Costa a parlar de posthumor –la immisericordiosa crueltat de Ricky Gervais a la BBC (domesticada després per a la versió dels Estats Units de *The office*), les paradoxes insondables de Miguel Noguera (en forma de monòleg o en llibres il·lustrats patrocinats per Venga Monjas i Carlos Vermut en el curtmetratge *Don Pepe Popi* (2013)–, no deixen de ser formats de comèdia per a classes joves i creadores, i de difícil accés per al gran públic, que continua divertint-se amb el retorn de José Mota i la seva eficaç reinterpretació de l'humor d'imitació i arquetips que tants èxits van donar fa trenta anys al duo Martes y Trece.

El crític i periodista Noel Ceballos, malgrat això, afirma que, si bé els arquetips han sobreviscut a la correcció política i les noves sensibilitats socials, no es pot considerar que hagin resultat indemnes: “Hi ha hagut un

'Charlie Hebdo' i Twitter reobren el debat sobre els límits de l'humor

P. VALLÍN Madrid

El nou format de l'humor de Twitter no només està afectat per la limitació de caràcters, ja que el que es perd en text es guanya en incorrecció. Cada vegada que mor una celebritat, són molts els tuitaires –a Espanya, sí, però no només– que desempeguen tota mena d'acudits

cruels i generen una autèntica polseguera de reaccions irades dels guardians de la correcció i el decòrum. El debat s'ha reactivat amb l' atac terrorista salvatge contra la revista satírica francesa *Charlie Hebdo* per part de gihadistes ofesos.

Per començar, Edu Galán matissa que aquest humor negre que es parapeta rere l'anonimat que

permeten les xarxes socials és un vell conegut: “Aquests acudits sempre han existit, són escombraries revelades, per fer servir la terminologia del filòsof Gustavo Bueno, el que passa és que abans es feien al bar o a la vetlla, en privat”. Noel Ceballos, per la seva part, incideix en la condició conjuntural de la naturalesa d'aquest humor: “Té a veu-



Gestos de suport després de l'atemptat contra Charlie Hebdo



**TWITTER:
HUMOR EN POQUES
PARAULES**

@kortvex

"El nuevo nesquick les ayuda a crecer sanos y fuertes" ¡¿Y QUÉ HACÍA EL ANTIGUO, MALDITA SEA?! ¡¿QUÉ ME HABÉIS HECHO?!

@Sasisoto

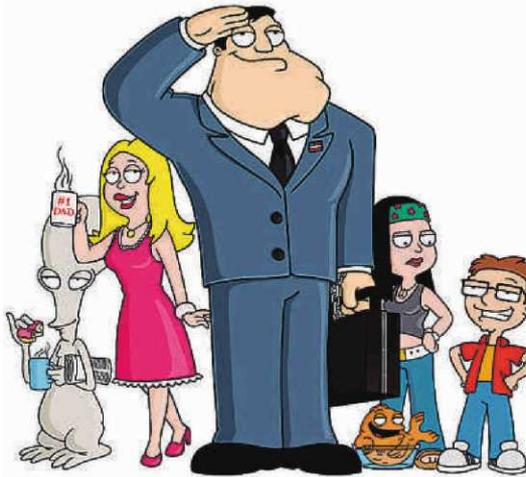
–Yo sólo digo que "eterno retorno" es nombre de club de carretera, Nietzsche.
–QUEMEDEHE.

@Arezno

Naces, creces, te independizas, descubres que la ropa no se lava, tiende y coloca en el armario sola, tratas de reproducirte y mueres.

@rodrigocor7es

Yo no he partido un beso y una flor en mi vida.



Moltes rialles, diferents escoles. Des de dalt a l'esquerra i seguint el sentit de les agulles del rellotge, la sèrie d'animació *Padre de familia*, els *Venga Monjas* (Esteban Navarro i Xavier Daura), el còmic francès Louis de Funès i els protagonistes de la taquilla *Ocho apellidos vascos*, Dani Rovira i Clara Lago.



canvi de sensibilitat, ens hem sensibilitzat davant l'humor contra el feble. Ara només el tolerem si hi ha alguna cosa al darrere, un procés integrador". I quan no és així, sorgeixen mecanismes socials de coerció. Als Estats Units, recorda Ceballos, "molts còmics, sobretot de raça negra, feien acudits per a públics masculins sobre violacions, i hi va haver un moviment molt fort de pressió social des de moviments femenins perquè aquest tema desaparegués del repertori de la stand-up".

El periodista i analista polític Jorge Dioni López coincideix amb Galán i Ceballos. Segons ell, hi ha humor per a diferents classes socials i també noves sensibilitats per a l'humor classista de masses: "La intel·ligència de l'autor passa per conèixer el seu públic, a qui es dirigeix. Els Monty Python i Ricky Gervais saben que s'adrecen a un tipus de gent determinada, com passa amb els guionistes d'*Hora de aventuras*", la revolucionària sèrie infantil creada per Pendleton Ward per a Cartoon Network. Humor per

NOUS FORMATS

Twitter i el seu límit de text ha afavorit un nou humor breu i subversiu

CORRECCIÓ POLÍTICA

Tot i que perviuen els arquetips, l'humor contra el feble té un caràcter integrador

a noves elits, com, al capdavant, era el que practicaven glòries de les nostres lletres com "Ramón Gómez de la Serna o Miguel Mihura", recorda Edu Galán. Però també hi ha un humor nou que no neix del simple compartiment cultural de les audiències o de les noves sensibilitats socials, sinó dels nous formats, com el restrictiu límit dels 140 caràcters de Twitter. Aquesta brevetat ha generat tota una reconversió del vell acudit en manifestacions més breus i eficients. La viralitat amb què les gràci-

es mésafortunades són reproduïdes –i els endèmics debats sobre l'autoria i el robatori d'acudits– acaparen els *timelines* de Twitter, entre ocurrents comedians, delerosos plagiadors i celebrats corollaris. Un humor sovint polític i subversiu, com els temps, que inquieta el poder. Ja ho deia el venerable Jorge de Burgos (creació majúscula d'Umberto Eco), enemic acèrrim de la comèdia: "El riure mata la por, i sense por no hi pot haver fe. Perquè sense por del diable, no hi ha necessitat de Déu".

re amb una mentalitat actual que postula que el que passa a les xarxes socials no és la vida real, com si fos una dimensió paral·lela on pots deixar anar els teus instints més baixos", i per tant creu que hi ha una substància efimera en aquestes manifestacions d'humor: "Amb el temps, anirem prenent consciència que la personalitat digital és la mateixa que la pública i social, però encara tenim aquesta il·lusió que són coses diferents". I, mentrestant, els treu importància: "En tot cas, és igual, perquè tenen una glòria fugaç, Twitter se l'emporta el vent".

Però, de qualsevol manera, és procedent preguntar-se de debò quins són els límits de l'humor, que són els de la llibertat d'expressió. Ceballos insisteix que parlem d'una eina política: "La missió del bufó és desemmascarar el poder a través d'un acudit. És un mecanisme de defensa, i per tant subversiu, combatiu. Potser per això l'humor de dretes no sol funcionar: té poques coses per denunciar". Amb quins límits? Edu Galán, que se les heu cada mes amb aquesta qüestió decidint fins on arriba l'humor de *Mongolia*, afirma: "El límit de l'humor és el co-

di penal, però hi ha un altre límit que cadacú ha de resoldre, per exemple, amb acudits que poden enfurismar els gihadistes. Has de decidir fins a quin punt t'interessa posar en risc el fill de l'ambaixador a Egipte, posem per cas". Jorge Dioni López també apel·la al sentit comú: "No

INSTRUMENT POLÍTIC

Steven Pinker afirma que l'humor sempre és una arma contra la tirania

crec que hi hagi res sobre el que no es pugui fer humor: ni la mort, la discapacitat o l'holocaust. La qüestió és fer-ho amb intel·ligència". Noel Ceballos afegeix que el tabú ha vist molt reduïdes les seves fronteres: "Quant a la representació, s'ha avançat molt en els últims 20 anys. En comèdia veiem coses que eren impensables fa dues dècades". La censura ha deixat de ser un enemic eficient ja que el simple intent de silenciar un acudit o una caricatura els converteix en virals immediatament. I aquesta ineficiència de la censura és un clar progrés. El

científic canadenc Steven Pinker il·lustrava el debat explicant que l'humor és, abans que res, pura política: "L'humor serveix sovint com a accelerador del progrés social. Els savis del segle XVIII, com ara Voltaire, Swift i Johnson, van ridiculitzar les guerres, les opressions i les pràctiques cruels del seu temps". Nosaltres també "utilitzem el llenguatge mordaç per socavar no només els dictadors, sinó els petits opressors del dia a dia: el cap tirànic, el sermonejador carca, el fanfarró del bar o el veí que s'encarrega de fer complir normes asfixiants".



«JON AND ALEX», LA «FOTO DE L'ANY». La imatge la va captar el fotògraf danès Mads Nissen i mostra una parella d'homosexuals en la intimitat, a Sant Petersburg. Segons l'autor, és un missatge contra l'homofòbia a Rússia.
MADS NISSEN/SCANPIX/PANOS



Les fotos de l'any

Com l'any passat, el jurat del concurs de fotoperiodisme «World Press Photo» s'ha decantat per una obra que aposta per la subtileza, si bé la violència i el drama han tornat a dominar en les imatges presentades

TEXT **A.P.B.**

La violència i el drama han dominat un any més en les fotografies premiades en el *World Press Photo*, el prestigiós concurs anual de fotoperiodisme, que enguany va rebre prop de 98.000 imatges de 5.692 professionals de tot el món. En aquesta ocasió, però, l'anomenada «Foto de l'any», el màxim guardó que es concedeix en aquest

certamen -fallat dijous a Amsterdam-, ha estat per a una imatge molt delicada, captada pel fotògraf danès Mads Nissen, i que mostra dos homosexuals en la intimitat a Sant Petersburg, Rússia. Al darrere de la imatge, però, hi ha el drama de l'homofòbia que es viu a Rússia, i els greus problemes que hi pateixen els homosexuals. ▶

DRAMA I BELLESA en algunes imatges premiades. **1** Una manifestant durant uns enfrontaments a Istanbul (Turquia). BULENT KILIC/AFP. **2** Un centre per a malalts d'ebola a Sierra Leone. PETER MULLER/PRIME. **3** Messi després de la derrota d'Argentina al Mundial. TAI LANG-CHENG/DU ECONOMIC DAILY. **4** L'interior d'una casa bombardejada a Ucraïna. SERGEI ILNITSKY/EPA. **5** Una barca plena d'immigrants rescatats prop de Líbia. MASSIMO SESTINI. **6** Un sacerdot ortodox beneït els manifestants en una barricada a Kiev (Ucraïna). JEROME SESHIN/MAGNUM PHOTOS. **7** Un mico mentre l'ensinistren per a un circ, a la Xina. YONGZI CHU. **8** Els uniformes de 3 de les 300 nenes segrestades per Boko Haram a Nigèria. GLENN GORDON. **9** Imatge de la sèrie *Mindsuckers*, l'estrany món dels paràsits controladors de la ment. ANAND VARMA/NATIONAL GEOGRAPHIC. **10** Estudiants al pati d'una escola, a Califòrnia. TOMAS VAN HOUTRY/VEVI FOR HAR. **11** Un jugador fent una recepció «impossible» en un partit de futbol americà. AL BELLO/GETTY IMAGES



Una persona es trasladada hasta una ambulancia tras resultar herida en el atentado perpetrado ayer en Copenhague; abajo, imagen del presunto sospechoso. / L. RONBOG (GETTY)

Un terrorista ataca en Copenhague un acto de homenaje a 'Charlie Hebdo'

Muere un asistente al debate y tres agentes resultan heridos graves

CARLOS YÁRNOZ / AGENCIAS
París / Copenhague

Europa sufrió ayer un nuevo ataque terrorista contra la libertad de expresión, uno de los valores fundamentales del continente. Una persona falleció y al menos otras tres resultaron heridas graves en Copenhague cuando un individuo disparó contra las decenas de asistentes a un debate sobre la libertad de expresión y la blasfemia, que incluía un homenaje a la revista satírica francesa *Charlie Hebdo*. El dibujante sueco Lars Vilks, autor de caricaturas de Mahoma, y el embajador de Francia en Dinamarca, François Zimeray, que participaban en el acto, resultaron ilesos.

En un incidente posterior, esta madrugada, tres personas —dos de ellas agentes de policía— resultaron heridas en un tiroteo junto a una sinagoga en el centro de la capital danesa. El civil recibió un disparo en la cabeza. El atacante, vestido con pantalón y una chaqueta de colores, huyó a pie del lugar, señaló la Policía, que afirmó que era prematuro vincular ambos sucesos.

El debate se celebraba a media tarde en un centro cultural de la capital danesa, cuando el terrorista disparó varias ráfagas a través de las ventanas y la puerta del local. El embajador Zimeray contó así lo ocurrido a un alto cargo del Ministerio francés de Exteriores, que trasladó la versión a este periódico: "Yo estaba allí para hacer una síntesis, un resumen, del debate. Todo transcurría con normalidad y, de pronto, han empezado a disparar. Creo que con fusiles. La gente empezó a tirarse al

suelo. Yo me metí debajo de la mesa. Calculo que dispararon medio centenar de tiros. Algunas de las personas quedaron heridas muy graves. Enseguida me fui a una habitación interior y envié un tuit para decir que estaba bien".

El fallecido es un hombre de unos 40 años, según la policía, que no difundió su identidad. Al evento, según contó el embajador, asistían sobre todo miembros de organizaciones no gubernamentales y periodistas. Según el alto cargo que habló con él, Zimeray se encontraba "muy impresionado".

Uno de los heridos graves es policía y los otros dos, agentes de los servicios de seguridad que protegían el exterior el centro cultural donde ocurría el acto, en el centro cultural de Krudtønden, ubicado al norte de la ca-



pital. El evento había sido convocado bajo el título "El arte, la blasfemia y la libertad de expresión" por el Comité Lars Vilks, la organización de apoyo al diseñador. El

dibujante, según explica la web del Comité Lars Vilks, había elegido la fecha del evento porque fue un 14 de febrero cuando se emitió la fetua contra el escritor británico Salman Rushdie a raíz de la publicación de su novela *Los versos satánicos*.

El autor del ataque, según datos de la policía danesa, huyó a bordo de un coche de color oscuro, un Volkswagen Polo que fue localizado horas después, vacío, cerca del lugar del atentado y una estación. El Ministerio del Interior desplegó un enorme dispositivo policial en busca de los terroristas y difundió una imagen del sospechoso, aunque poco clara. Creen que puede tratarse de un hombre de entre 25 y 30 años, de compleción atlética, alrededor de 1,80 y rasgos árabes. Las versiones ini-

ciales apuntaban a que habían sido dos los terroristas que habían disparado.

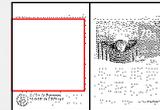
El dibujante Vilks, de 68 años, presumiblemente el principal objetivo de los terroristas, es conocido mundialmente desde que en 2007 caricaturizó a Mahoma como un perro. Desde entonces había recibido multitud de amenazas de muerte y contaba con protección policial. La organizadora del evento de ayer, la periodista Helle Merete Brix, apuntó que los terroristas pretendían atacar a Vilks, que fue protegido por sus guardaespalda.

En 2010, las policías danesa y sueca detuvieron a cinco sospechosos de planear un atentado contra el periódico danés *Jyllands-*

Horas después, otro tiroteo junto a una sinagoga de la ciudad dejaba tres heridos

Posten, que en 2005 publicó una docena de caricaturas de Mahoma que incendiaron al extremismo islámico en todo el mundo. El ataque de Copenhague se produce cinco semanas después de los atentados yihadistas en París, donde tres terroristas asesinaron a 17 personas entre los días 7 y 9 de enero. El primero de los atentados se produjo en la sede de *Charlie Hebdo*, donde los hermanos Said y Chérif Kouachi mataron a 12 personas, ocho de ellas miembros de la redacción del semanario, atacado y amenazado desde años atrás por publicar caricaturas del profeta Mahoma.

La primera ministra danesa, Helle Thorning-Schmidt, calificó de "acto terrorista" y "acto cínico de violencia" lo ocurrido ayer en Copenhague. El presidente francés, François Hollande, expresó "toda la solidaridad" de Francia con Dinamarca y envió a Copenhague a su ministro del Interior, Bernard Cazeneuve.



NOU ASSALT CINC SETMANES DESPRÉS DE LA MASSACRE DE 'CHARLIE HEBDO'

Copenhaguen pateix un atemptat per les caricatures de Mahoma

● Tirotejat un acte on assistien un dibuixant suec i l'ambaixador de França

● Un civil mor i tres policies resulten ferits en l'atac, l'autor del qual va poder fugir

EL PERIÒDICO COPENHAGUEN

Aquesta vegada, Copenhaguen. Amb prou feines cinc setmanes després de la massacre a la redacció de la revista *Charlie Hebdo* a París, un altre atac terrorista vinculat a les vinyetes de Mahoma va sacsejar ahir a la tarda la capital danesa. Una persona va morir i tres més van resultar ferides per un home que va obrir foc a discreció contra un centre cultural en què se celebrava un seminari titulat *Art, blasfèmia i llibertat d'expressió*, amb la presència del polèmic caricaturista suec Lars Vilks i l'ambaixador francès a Dinamarca, François Zimeray. Tots dos van resultar il·lesos de l'atac.

«Dinamarca s'ha vist afectada per un acte de violència cínica. Tot fa pensar que el tiroteig ha sigut un atemptat polític i per tant un acte terrorista», va declarar la primera ministra danesa, Helle Thorning-Schmidt. «No volem una Dinamarca així. Ens omple d'ira i menyspreu», va afegir. El país estava ahir a la nit en màxima alerta, i el centre de Copenhaguen, ocupat per un fort dispositiu de seguretat.

UN SOL TIRADOR // En l'atac contra el cafè i centre cultural Krudttønden, situat al nord-est de la capital danesa, va resultar mort un dels assistents, d'uns 40 anys, no identificat al tanca ment d'aquesta edició. Tres agents, un d'aquests policia i els altres dos, membres dels serveis d'intel·ligència (PET), van patir ferides lleus. La policia creia ahir a la nit que el tiroteig va ser obra d'un sol tirador, i va difondre una imatge borrosa del sospitós, gravada per una càmera de seguretat de la zona. Aparentava entre 25 i 30 anys, es tapava amb un mocador la part in-



REUTERS / MARTIN SYLVEST

▶▶ Investigadors forenses inspeccionen el cafè i centre cultural de Copenhaguen on hi va haver l'atac.

l'objectiu

LARS VILKS

Un provocador nat

● L'artista suec Lars Vilks, de 68 anys i presumpte objectiu de l'atac a Copenhaguen, estava amenaçat per grups islamistes des de fa anys per haver dibuixat Mahoma com un gos. El mínim que es pot dir de Vilks és que és un provocador nat. L'esmentada vinyeta el va col·locar l'any 2007 al centre d'una controvèrsia internacional, però en aquell moment Vilks ja no era, ni de bon tros, aliè a les polèmiques o al



conflicte amb les autoritats. El fet més notori es remunta a l'any 1980, quan va col·locar dues enormes construccions de fusta en una reserva natural. Els seus enverinats dards tampoc es limiten a l'islam. En una ocasió va dibuixar Jesucrist com un pedòfil. La seva formació acadèmica se centra en la teoria de l'art i, com a artista, es declara autodidacte. Va començar a pintar l'any 1970.

ferior de la cara i duia una arma automàtica.

«Ens han disparat des de l'exterior. Tenien la mateixa intenció que a *Charlie Hebdo*, però no han aconseguit entrar», explicava l'ambaixador francès a AFP encara des del lloc dels fets, amb prou feines una hora després de l'atac. «Intuïtivament, diria que hi ha hagut com a mínim 50 trets. Els policies ens diuen que han sigut 200. Les bales travessaven les portes i tots ens hem tirat a terra», explicava Zimeray. A l'acte hi havia unes quantes desenes de persones.

AMENAÇAT // Testimonis recollits per mitjans danesos parlaven d'un suposat acompanyant que es va esperar a fora i va fugir amb el tirador, però les autoritats no havien confirmat ahir a la nit aquesta informació. El cotxe utilitzat per cometre l'atac va ser trobat a uns tres quilòmetres del centre cultural.

A falta de confirmació oficial, és molt probable que fos la presència de Lars Vilks el que va convertir l'acte, organitzat pel comitè de suport al caricaturista, en l'objectiu de l'atac. Vilks, de 68 anys, ha rebut amenaces de mort de diversos grups fonamentalistes islàmics des que l'agost del 2007 va publicar un retrat de Mahoma amb el cos d'un gos al diari suec *Nerikes Allhand*. Des d'aleshores viu sota protecció policial.

Es van succeir les condemnes. El Govern espanyol va reafirmar «la seva resolució en la defensa de la llibertat d'expressió, que cap acte de violència podrà intimidar». Des de la recentment atacada ciutat de París, el president francès, François Hollande, va expressar «tota la solidaritat de França» a la primera ministra danesa, i el ministre de l'Interior, Bernard Cazeneuve, es disposava a viatjar a Copenhaguen. «La llibertat d'expressió sempre ha de ser protegida», va dir a Twitter el primer ministre britànic, David Cameron.

«Les bales -unes 200- travessaven les portes i tots ens hem tirat a terra»

«Això ens ho temíem després de l'atac contra *Charlie Hebdo*. És ben clar que grups ultraradicals estan en guerra contra la llibertat d'expressió, la llibertat de crítica irreverent a les religions i la simple llibertat de debatre sobre això», va dir a AFP el secretari general de Reporters sense Fronteres (RSF), Christophe Deloire.

CONFLICTE INTERNACIONAL // El Ministeri de Defensa danès es va posar a disposició de la policia per ajudar a la captura del sospitós, la «principal prioritat», en paraules de la primera ministra. Les autoritats sueques es van mobilitzar en previsió que pogués passar la frontera.

Dinamarca ja havia patit diversos intents d'atac els últims anys arran de la seva intervenció a les guerres de l'Iraq i l'Afganistan, i la publicació l'any 2005 d'una famosa sèrie de caricatures de Mahoma per part del diari conservador *Jyllands-Posten*, que va provocar un conflicte internacional amb diversos països musulmans. La seu del *Jyllands-Posten* i el caricaturista Kurt Westergaard, autor d'un dibuix de Mahoma amb un turbant bomba, havien sigut el blanc preferit, encara que els serveis d'intel·ligència danesos havien avortat tots els intents. Fins ahir. ■

**MIGUEL H. OTERO**

Presidente editor de 'El Nacional'

«El chavismo ha asfixiado al periodismo libre»

EDUARDO ÁLVAREZ

Los quioscos de Venezuela sufren un progresivo desabastecimiento por la cruzada del Gobierno contra la prensa libre, que amenaza con extinguir los principales periódicos del país. Tras el cierre de varias cabeceras, *Tal Cual*, uno de los más combativos, se ve obligado a pasar a ser un semanario desde el 28 de febrero. Y *El Nacional*, una de las referencias informativas de Latinoamérica, lleva meses sobreviviendo gracias a la ayuda de una quincena de rotativos del continente que le prestan papel para que pueda imprimirse. Porque los diarios de Venezuela críticos con el chavismo no pueden acceder a las divisas para comprar papel periódico. Un burdo ataque al derecho a la información, sistemáticamente pisoteado por el régimen bolivariano, como denuncia Miguel Enrique Otero, presidente editor de *El Nacional*.

Pregunta.— Reporteros Sin Fronteras denuncia que Venezuela fue el país del mundo donde más retrocedió la libertad de prensa en 2014.

Respuesta.— El régimen chavista tiene como objetivo la hegemonía comunicacional, que no es sino el *modelo cubano* a largo plazo. Es un proceso autoritario de control de todas las áreas ciudadanas. El periodismo independiente está seriamente asfixiado. El control sobre la radio y la televisión ya es casi absoluto, y los periódicos reciben toda clase de sanciones administrativas, ahogo publicitario, procedimientos abiertos contra periodistas, muchos de ellos obligados a exiliarse... La represión es enorme. En el último año ha habi-

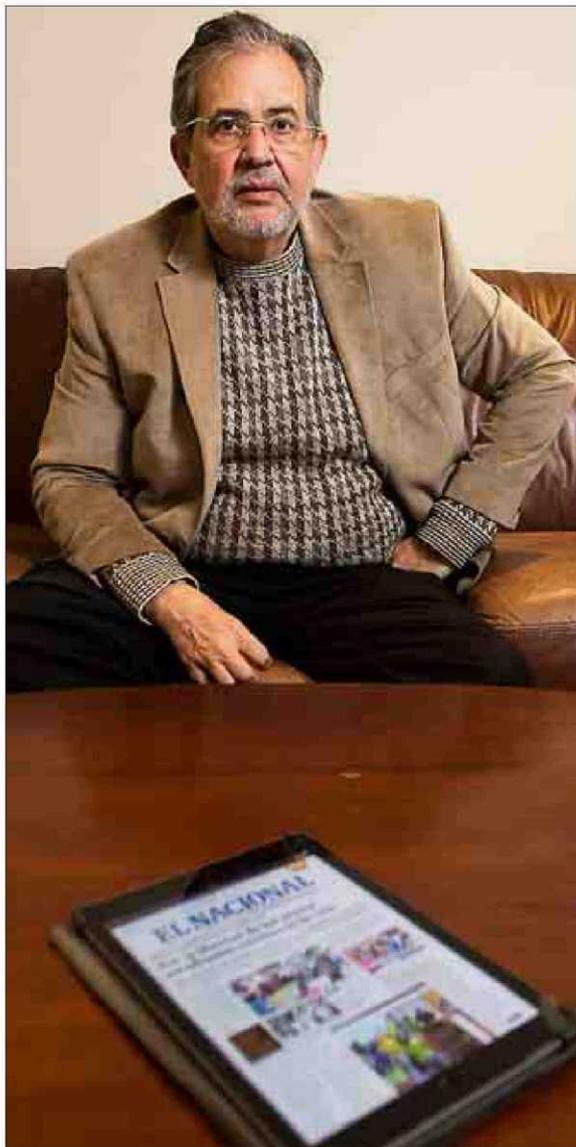
do mucha violencia, no sólo contra los profesionales de los medios, también contra el periodismo ciudadano, porque los vídeos y las fotografías que la gente cuelga en las redes sociales y que muestran la sistemática violación de derechos humanos le crean al régimen un grave problema mundial. Centenares de personas han sufrido violencia física, les han roto cámaras y teléfonos..., a otros muchos se les ha encarcelado...

R.— Esta semana se ha cumplido el primer aniversario de las masivas protestas estudiantiles que provocaron decenas de muertos, y han vuelto a salir a la calle a protestar detractores y seguidores del Gobierno. ¿Cabe esperar un nuevo estallido social?

R.— Manifestantes a favor del régimen hay cada día menos y, además, la mayoría son individuos pagados por él. Es el *modelo cubano*: empleados públicos a los que llevan de un lado a otro... Hay varias decenas de estudiantes encarcelados desde hace un año, muchos casos de tortura, una represión terrible. Algunos sectores de las fuerzas armadas empiezan a mostrar su descontento, igual que muchos otros sectores del chavismo. Hoy en día la popularidad del régimen se reduce a algunos partidarios históricos y empleados públicos. Pero el chavismo está muy aislado.

R.— ¿Cree posible una pronta imposición del régimen?

R.— Maduro no tiene el liderazgo de Chávez. Y la crisis económica ha golpeado muy fuerte, además la inseguridad es insostenible, los servicios públicos no funcionan... el deterioro de la relación del ciudadano



ÁNGEL NAVARRETE

con el Estado es brutal. Estamos ante una catástrofe. El régimen ha destruido el sistema productivo. Venezuela es un país netamente importador. Cuando el precio del barril de petróleo subía 10 dólares cada año, el régimen empleaba los recursos, que eran muchos, en proselitismo, sin contrapartida productiva alguna.

Pero los ingresos del petróleo se han reducido a la mitad y con una situación de fuerte endeudamiento, el país no tiene quien le preste... Y eso ha provocado la mayor inflación del mundo y un desabastecimiento brutal de productos básicos. El control de precios férreo hace que los artículos se deban poner a la venta por de-

bajo del de fabricación e incentiva el contrabando.

R.— La desunión de la oposición es un gran problema político.

R.— Sí. En países que vivieron situaciones similares como Chile, España o la misma Venezuela a finales de los años 50 se crearon la Concertación, la Junta Patriótica venezolana, la Platajunta en España... En Venezuela nos falta una Platajunta. La mayoría de los ciudadanos está en contra del régi-

«Falta una Platajunta de la oposición como la española durante la Transición»

«Hoy Venezuela es Cuba, no dejen que España se convierta en Venezuela»

men pero no ve una luz, una guía, como sería una Platajunta...

R.— Hablando de oposición, el dirigente Leopoldo López sigue encarcelado pese a las demandas internacionales. ¿Cómo ve su situación?

R.— El problema es que el Gobierno controla los tribunales. Se abre un juicio y éste nunca avanza para que el preso pueda pasar años así sin sentencia. El caso de López puede eternizarse. Y si llega a ser juzgado será irrelevante que le declaren culpable o inocente, porque habrá pasado incluso años en la cárcel.

R.— ¿Cómo se ve desde Venezuela el auge de Podemos en España?

R.— Monedero fue asesor del Gobierno chavista. Aunque hoy Podemos se trata de distanciar por motivos políticos, los chavistas, en vista del desmoronamiento del régimen, les piden una compensación por la ayuda prestada. Cuando empezó el chavismo y se alertaba de que querían implantar el modelo cubano en Venezuela, se decía «nosotros no somos Cuba»... Pues hoy ya somos Cuba. En España pueden creer que no son Venezuela. Pero pueden llegar a ser Venezuela. Así que el mensaje para los españoles es: «No se dejen».



Intolerable escalada represiva chavista

PESE A la intimidación militar, miles de jóvenes venezolanos salieron el jueves a la calle para exigir la libertad de los estudiantes presos y para honrar a quienes murieron en 2014. El Gobierno de Nicolás Maduro volvió a repeler las protestas con otra vuelta de tuerca represiva, lo que demuestra hasta qué punto Venezuela se está convirtiendo en un Estado totalitario además de fallido. El Gobierno de Caracas no sólo no ha hecho nada para solucionar los problemas del país, sino que los ha agravado con una política errática en lo económico y con continuados atropellos a los derechos más elementales de los ciudadanos.

En esta espiral dictatorial cabe interpretar la agresión sufrida ayer por el preso político Leopoldo López en el penal militar donde espera juicio a manos de un grupo de hombres armados encabezado por el director de la prisión; también la denuncia propagandística de otro intento de magnicidio supuestamente dirigido por EEUU; y por supuesto el estrangulamiento progresivo de la libertad de información y prensa denunciada por la ONG Reporteros Sin Fronteras y de la que ofrece hoy en nuestras páginas un crudo testimonio el presidente editor de *El Nacional*, Miguel Henrique Otero.

El relato del director de uno de los periódicos más críticos con el chavismo resulta esclarecedor a la hora de comprender la escalada represiva emprendida por el aparato estatal. También para vacunar a España contra las veleidades bolivarianas de Podemos. De hecho, el propio Henrique Otero advierte de que «en

España pueden creer que no son Venezuela. Pero pueden llegar a ser Venezuela», a día de hoy un país al borde del colapso. Maduro ha respondido al desplome del precio del crudo multiplicando las expropiaciones y asfixiando más la iniciativa privada, lo que ha agravado la carestía. Del mismo modo, su única política frente al descontento generalizado y al malestar en las filas chavistas es intentar impedir las críticas interviniendo medios y restringiendo la compra de papel para que los periódicos no salgan a la calle. *El Nacional* ha podido imprimirse gracias a la solidaridad de 14 periódicos de otros países que le han prestado bobinas, pero evidentemente éste es un auxilio insuficiente. En esta tesitura es incomprensible que la oposición siga desunida en lugar de constituir una especie de *Platajunta* como sucedió en España durante la Transición.



TELEVISIÓN

Netflix sueña con Cuba

LEONARDO PADURA

Netflix ha anunciado su llegada a Cuba. Luego del retumbante anuncio del inicio del proceso de restablecimiento de relaciones entre la isla y Estados Unidos, la noticia de que los cubanos con acceso a Internet de banda ancha y tarjetas de crédito internacionales podrán contratar los servicios de la principal red de televisión en línea del mundo, podría ser la novedad más significativa dentro del nuevo panorama político abierto por los dos gobiernos.

No es un secreto que en Cuba la difusión de la información es asunto de Estado. Los medios de comunicación son dirigidos por diferentes instancias oficiales, que responden a la línea política del gobierno. Y la televisión, por su gran impacto y capacidad de penetración, siempre ha tenido una especial atención en cuanto a los contenidos que se difunden desde sus canales y programas.

En la actualidad Cuba cuenta con cinco canales televisivos de alcance nacional, con perfiles definidos. La programación se ha ido abriendo, diversificando, universalizando y los cubanos tienen acceso a una notable cantidad de ofertas generadas en el país o fuera de la isla, y no solo en el caso de las programaciones



Dos espectadoras ven la televisión durante una de las comparecencias de Raúl Castro.

La difusión de la información es un asunto de Estado

El ICRT se ha sentido legitimado para piratear las series de EE UU

deportivas, dramáticas, cinematográficas, sino incluso informativas, como es el caso del canal internacional Telesur, del que Cuba es accionista.

Con mucha frecuencia los cubanos disfrutan en sus pantallas domésticas de productos creados en el propio Estados Unidos y, en ocasiones, con una inmediatez asombrosa, sobre todo en obras cinematográficas, series dramáticas y documentales de diversos perfiles. No es raro, por ejemplo, que mientras en los cines de España se están exhibiendo películas nominadas a los premios Oscar, los cubanos ya las hayamos visto en la televisión pública, sin pagar un centavo por el visionaje. En este sentido la calidad de la oferta televisiva cubana puede estar entre las más altas del mundo, pues sus programadores tienen un enorme banco del cual seleccionar las obras de mayor calidad estética y conceptual.

El talón de Aquiles para el televidente cubano es, en cambio, su relación con la escasa y en muchas ocasiones poco atractiva

producción doméstica, en especial la de más alto consumo: los programas dramáticos. Muchas veces la compleja situación económica que por años ha arrastrado el país limita las posibilidades creativas y técnicas de esa producción, que por lo general muestra sus debilidades desde su mismo origen, los guiones, que rara vez logran ser atractivos y capaces de cumplir con las expectativas del gran público. Así, en el caso específico de las telenovelas, el género dramático contemporáneo por excelencia, el televidente cubano siempre se decanta por las importadas —especialmente las brasileñas— y en mucha menor medida por las de realización nacional.

Sin embargo, es un programa humorístico de factura doméstica el que hoy alcanza los más altos niveles de consumo en el país. *Vivir del cuento*, que sale al aire los lunes en horario estelar (20.30), consigue no solo esa abultada audiencia, sino que cada semana se convierte en uno de los temas de conversación de los mochos de la isla.

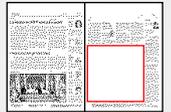
Vivir del cuento podría ser uno más de esos espacios de estampas costumbristas que han existido desde los orígenes de la televisión. Pero las peripecias de sus personajes, encabezados por el anciano Pánfilo Epifanio y su amigo Chequera, se han ido convirtiendo en el reflejo más incisivo de las condiciones de la vida en el país, una crónica muy desmentada de las más descabelladas estrategias de supervivencia que deben practicar muchos cubanos en su realidad cotidiana.

No obstante, pese a la incrementada variedad de la programación televisiva y su casi siempre cuidada calidad estética, una gran cantidad de cubanos muestra su insatisfacción por los productos que reciben y buscan alternativas extraoficiales, como la conexión a antenas que reproducen canales hispanos de Miami y el muy popular "paquete", un compendio de productos muy diversos —incluidos humorísticos, informativos, deportivos— que no se programan en Cuba y que circula a través de discos duros externos, a un costo de tres o cua-

tro pesos convertibles semanales (unos 3 euros).

Netflix, con su llegada a Cuba y su archivo de dos mil millones de horas de series y películas, sin duda puede cambiar todo el panorama del actual consumo televisivo en la isla, y convertirse en el principal rival de los programadores oficiales y extraoficiales... Pero, por ahora, unos y otros duermen tranquilos. Porque aunque los cubanos puedan suscribirse a las ofertas de Netflix si sus parientes en el exterior asumen el pago del servicio... ¿dónde y cómo podremos ver la tercera temporada de *House of Cards*, si bajar por un correo electrónico doméstico un archivo de 4 megabytes es casi una misión imposible y ver un corto de dos minutos en YouTube uno de los siete trabajos de Hércules? Con un acceso al Internet como el que todavía es común en Cuba, acceder a Netflix es como viajar al mundo de *Blade Runner*.

Leonardo Padura es escritor cubano y autor del libro *El hombre que amaba a los perros*.



Les casualitats de l'atemptat de 'Charlie Hebdo'

Atrapats a la premsa

Els Kouachi podien haver parat un altre auto, però es van topar amb el de l'home que reparteix les notícies

JUAN
Villoro



Vaig conèixer **Fernando de las Peñas** a l'escola dels nostres fills. Ell portava un exemplar d'*El País* i això va permetre que parléssim de les notícies del dia. Molts anys després, m'ha escrit per compartir una altra història de la premsa, vinculada amb el terrible assassinat dels caricaturistes de la revista *Charlie Hebdo*.

Format com a enginyer electrònic, **Fernando** va treballar durant anys per a una companyia transnacional que el va portar a París. Fa poc es va retirar de l'empresa per dedicar-se a la lectura, estudiar història de l'art al Louvre i recórrer els carrers parisiens. A propòsit d'això últim, recorda que **Balzac** parlava de la «gastrologia de l'ull» per referir-se als plers urbans que entren per la vista, i que el contudent **Victor Hugo** sentenciava: «Errar és humà, vagabundejar és parisenc».

LES PASSEJADES solen portar **Fernando** a un punt definit. Des del seu primer viatge a París, fa gairebé 40 anys, es va aficionar a comprar el diari en un quiosc situat al davant del Deux Magots, el cafè on **Sartre** fumava i escrivia. Aquest ritu el va portar a fer amistat amb Monsieur **Patrick**, encarregat del quiosc, que havia venut notícies des de la postguerra sense saber que formaria part d'una de les més dramàtiques.

Segons explica **Fernando**, el dia de l'atemptat a *Charlie Hebdo*, dos dels seus principals caricaturistes van re-

iterar el seu costum de comprar el diari davant del Deux Magots: «Poc després de les onze del matí, **Patrick** va deixar el seu lloc a un dels seus ajudants i se'n va anar cap a casa ignorant els esdeveniments del districte IX de París. El trànsit et permet pensar moltes coses, però mai que a alguns dels teus clients els estan assassinant a la seva oficina. Però era així». **Fernando** continua narrant la peripècia de **Patrick**: «Poc abans d'arribar a casa seva, al nord de la ciutat, un parell de tipus li barren el pas i de manera enèrgica, però molt controlada —un amb una AK-47, l'altre amb un llançagranades—, li diuen: 'Baixa, necessitem l'auto'».

Davant aquesta escena, que sembla sortida d'alguna paranoica fantasia cinematogràfica, el quiosquer demana que li deixin baixar el gos, «truca a la policia i immediatament el porten a una seu d'intel·ligència del Govern, on ofereix una de les primeres pistes sòlides sobre la fugida dels assassins del *Charlie Hebdo*. Mentrestant, els germans **Kouachi** segueixen en el seu auto i es refugien en una impremta on finalment s'enfronten als agents de l'Estat i moren», acaba **Fernando**.

Els qui pretenien silenciar els pe-



MARIA TITOS

Els qui pretenien silenciar els periodistes van ingressar en una trama de la qual no podrien sortir i que va acabar en una impremta

riodistes van ingressar en una trama de la qual no podrien sortir, una trama que depenia de la forma en què s'escriuen, s'imprimeixen i es distribueixen les notícies.

EN LA CADENA de coincidències que va portar del crim a la captura s'adverteix la deliberació d'allò que, a falta d'una paraula millor, anomenem *destí*. Un disseny simbòlic s'insinua en aquests fets. Els germans **Kouachi** podien haver detingut algun altre auto, però es van topar

amb el de l'home que reparteix les notícies. Enemics de la premsa, no se n'escaparien. Van buscar refugi en una impremta mentre el pregoner n'informava la policia.

El més cèlebre comensal del Deux Magots, **Jean-Paul Sartre**, va defensar la llibertat d'expressió a risc de ser arrestat. Durant el moviment estudiantil del 68, el general **Charles de Gaulle** va llançar una croada contra els diaris que el criticaven més, *Libération* i *La cause du peuple*. En resposta, l'autor de *L'èsser i el no-res* va sortir al carrer a repartir-los i va ser detingut. Quan **De Gaulle** ho va saber, va parlar a la gendarmeria per dir: «A França no es fica **Voltaire** a la presó». El grandiloqüent patriotisme d'aquesta frase demostra que la llibertat d'expressió s'exerceix en condicions relatives.

TEMPS ABANS, el president i el ciutadà crític ja havien tingut una desavinença. **De Gaulle** el va anomenar «mestre» i **Sartre** va respondre: «Jo només sóc mestre per als cambrers que saben que escriu».

Avui dia, els successors d'aquests cambrers discuteixen les notícies amb el seu veí, Monsieur **Patrick**. Hi va haver dotze víctimes a París. Sis d'elles eren periodistes que van morir sense més armes que els seus llapis. Com si algú l'escrivís, la realitat va ordinar un relat exemplar per atrapar els botxins. «¿El que a premsa mata, a premsa mor?», es pregunta **Fernando**, caçador d'aquesta història.

Monsieur **Patrick** no ha recuperat el seu auto, però ven més diaris que mai. ■
Esriptor.

**CULTURA**

José Creuheras, nuevo presidente del Grupo Planeta, con José Lara García como consejero delegado

El Grupo Planeta se reactiva tras el fallecimiento de José Manuel Lara Bosch el pasado 31 de enero. Los accionistas del mayor conglomerado editorial y audiovisual español decidieron por unanimidad que José Creuheras, vicepresidente de la entidad desde 2003, sea el nuevo presidente del Grupo Planeta, con Carlos Fernández Sanchiz como vicepresidente ejecutivo (hasta ahora era el consejero delegado de la institución) y José Lara García, el primogénito de los cuatro hijos de Lara Bosch, como nuevo consejero delegado. Creuheras nació en Barcelona en 1957 e inició su vínculo con planeta en 1984.





La forma danesa de hacer televisión americana

DR, miembro fundador de la Unión Europea de Radiodifusión es la corporación de radiodifusión pública de Dinamarca de la que forma parte DR1, cadena de televisión con programación generalista y la de más audiencia en un país de poco más de cinco millones y medio de habitantes. Es DR1 la que ha exportado «Forbrydelsen», «Borgen», «Bron/Broen» y «1864». DR, que dejó de ser un monopolio en 1988, se financia con un impuesto de unos cuatrocientos dólares. Tributan entidades comerciales y ciudadanos a partir de los 18 años, excluyéndose estudiantes (los pensionistas pagan la mitad). A cambio, no emite publicidad. Domina la vida cultural danesa, tiene la mitad de presupuesto que TVE y, sin embargo, ideas claras.

En 1994, Lars von Trier hizo la miniserie «The Kingdom» para DR. Según un reportaje de Lauren Collins en «The New Yorker», la producción se usó como una escuela que mezclaba

jóvenes talentos y asentados veteranos. El otro momento determinante que revolucionó la televisión danesa fue un viaje a Estados Unidos de los principales productores y ejecutivos de la cadena. Con visitas a los sets de «La ley de Los Ángeles», «Policías de Nueva York» o «24», volvieron con conceptos como sala de guionistas o *showrunner*.

Y acabaron encontrando «la forma danesa de hacer televisión americana».

Mimando a los guionistas. Una serie de diez episodios como «Borgen» puede costar unos ocho millones de dólares, pero no hay prisa para los escritores.

Entre los mayores secretos de «Borgen» está su sencillez, lo accesible que resulta. Es una ficción popular (y desde luego, no hablan tan rápido como en «El ala oeste», aunque lo hagan en danés). Lo explica muy bien Jeppe Gjervig Gram, uno de sus tres guionistas: «Si tienes una idea de serie nicho, mejor te vas a otro sitio. No puedes hacer «Breaking Bad» en DR».

Pública
DR, la cadena de «Borgen», es pública, pero se financia con un impuesto específico



La primera ministra danesa con su marido y sus hijos

ABC



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

Paper salmó

Amb els diaris passa el mateix que amb el cafè. Només ens agrada si té el sucre just, la temperatura adequada i la tassa idònia. Assaborim el costum. El dissabte 7, els lectors van advertir que la seva *Vanguardia* havia canviat. El suplement *Viure* estava imprès en paper blanc i no en l'històric paper salmó i a alguns els va semblar descafeïnat. Pere García, lector de Martorell, diu que "el diari ha perdut personalitat". Inmaculada Ledo, de Barcelona, creu que "hem eliminat un element distintiu". I Roser Roca, també de Barcelona, expressa el seu disgust perquè "el primer que faig al matí és separar el *Viure* de la resta del diari i ara em costa més". La llista de lectors és més llarga i, per damunt del lament o de la queixa, hi ha una pregunta constant: quin és el motiu del canvi?

La combinació de dos tipus de paper dificulta la producció i obligava a una doble impressió: una primera tirada amb el suplement i una altra per a la resta del diari. Com a conseqüència, el suplement *Viure* s'havia de tancar abans, amb la consegüent pèrdua d'actualitat. Sota una òptica exclusivament periodística, Ramon Suñé, redactor en cap del suplement, assegura que amb el canvi la informació local hi surt guanyant. Sense anar més lluny, explica que "dimecres vam poder donar una bona crònica del lliurament dels premis Ciutat de Barcelona, un acte que va començar a última hora de la tarda" i que "tancant abans de les nou del vespre, com fins ara, la informació hauria estat molt menys elaborada". D'altra banda, els tècnics de producció expliquen que sobre el paper salmó la qualitat d'impressió de les fotografies no és la mateixa, ja que és difícil compensar la desviació cromàtica que produeix el propi color del paper. I si les imatges són importants en la informació local, no és menor l'interès en una bona reproducció a les pàgines de *Gent* o de tecnologia i

mitjans que, sota l'epígraf *Pantalles*, aquest diari vol potenciar.

És ben cert que el paper salmó ha estat una senya d'identitat del diari durant molts anys. Des del 3 d'octubre del 1989 el quadern central ha tingut aquesta particularitat. I més de 25 anys conformen una personalitat innegable, guanyada, curio-

Alguns lectors consideren una pèrdua d'identitat la supressió del paper salmó i pregunten pels motius del canvi

sament, a contracorrent. Perquè fins aleshores el paper salmó s'havia associat de manera exclusiva a la premsa econòmica. El 1893 el *Financial Times* de Londres va decidir utilitzar-lo per diferenciar-se del seu competidor, el *Financial News*, i la decisió va ser tan reeixida que, des d'aleshores, els diaris econòmics han adoptat aquest paper per distingir-se de la premsa generalista.

Arribats a aquest punt és important obrir un parèntesi per aclarir que no tots els exemplars de *La Vanguardia* han dut el suplement imprès sobre paper salmó. Qui compri o hagi comprat el diari a les zones més allunyades de Barcelona sabrà que aquest periòdic només ha tingut un únic paper blanc. La rotativa que *La Vanguardia* utilitza per als exemplars del centre i sud d'Espanya no aconsellava l'ús dels dos papers.

El Defensor comprèn la queixa, el disgust i el contratemps que suposa a partir d'ara separar els dos cossos del diari que li han transmès els lectors. Però valora el benefici informatiu que suposa cobrir l'actualitat fins a última hora del dia. Al capdavant, també la informació és com el cafè, que cal prendre'l de seguida. I per això, el temps entre el tancament de redacció i l'arribada del diari al lector cal que sigui el més curt possible.●

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



elradar



Alexis Tsipras, primer ministre de Grècia. REUTERS

La llei per tornar la televisió pública als grecs, d'aquí "un mes"

JOAN CALLARISSA
BARCELONA

El ministre d'Estat grec, Nikos Pappas, ha anunciat al diari *Efimerida ton Syntakton* que "d'aquí un mes" el govern introduirà al Parlament una nova llei de la radiotelevisió pública grega (ERT), que l'anterior govern del conservador Andonis Samaràs va tancar de manera unilateral el 2013. El ministre ha recalcat que la nova televisió pública "es reiniciarà des de zero", perquè volen acabar amb "les patologies, el favoritisme i el malbaratament del passat" i ha assegurat que no hi haurà les diferències salarials de l'antic ens.

"Volem tornar a començar basant-nos en la igualtat de tracte dels treballadors, sense crear aristocràcies. El nostre objectiu és crear un ens modern, competitiu, democràtic i plural", ha destacat. A més, afegeix que

"tots els treballadors acomiadats" podran formar part de la nova radiotelevisió "si així ho desitgen".

El govern del conservador Andonis Samaràs va decretar el tancament unilateral de la televisió pública grega el juny del 2013 amb l'argument que era inviable econòmicament, de manera que els seus més de 2.600 treballadors es van quedar sense feina. Molts van ocupar les instal·lacions i van continuar amb les emissions fins que al novembre van ser desallotjats per la policia. Aquesta situació va fer que la reobertura de la televisió es convertís en un dels compromisos programàtics més destacats de Syriza, que ha posat fil a l'agulla així que ha arribat al poder.

L'executiu de Tsipras té previst, a més, crear un pla anual per reconstruir la nova televisió. Aquest pla inclourà, prometen, una sèrie d'estàndards de qualitat. —



Ràdio Barcelona concluye su concurso de nuevos talentos para las ondas

ADRIANO LUCIANI, Barcelona

Xavier tiene 25 años, es de Sabadell y está graduado en comunicación audiovisual, además de haber cursado un máster en escritura de guion para programas de entretenimiento y humor. Junto con otros tres compañeros guarda el sueño de realizar un propio programa radiofónico en el que presos de varias cárceles puedan hablar sobre distintos temas. Desde el sexo hasta cómo se desarrollan las relaciones de pareja detrás de los barrotes, o de qué forma se vive la homosexualidad en las prisiones. El proyecto es solo uno de los 38 finalistas que ayer participaron en el histórico Estudio Torresky de Ràdio Barcelona de la Cadena Ser en la ronda final del concurso Ide@Ràdio. Unos cincuenta jóvenes, con una edad media de 24 años, defendieron sus propuestas frente a un jurado formado por seis profesionales de la cadena con el objetivo de conquistar una de las tres plazas que están en juego y que les llevará a producir y emitir sus proyectos por las ondas de alguna de las emisoras de PRISA Radio. Mañana lunes, durante el programa *Espècies protegides*, la cadena comunicará los nombres de los afortunados.

Lanzado en noviembre con motivo del 90 aniversario de la emisora, Ide@Ràdio surgió con el propósito de buscar y recompensar nuevos talentos en el ámbito radiofónico y contribuir a que los jóvenes puedan promocionarse, crecer y alimentar la radio. "Nuestra intención no fue solo reivindicar el pasado, sino mirar al futuro. En un momento en el que los licenciados tienen muchas dificultades para encontrar trabajo, tratamos de proporcionar la primera oportunidad real en el mundo de la radio", explica Jaume Serra, director de contenidos de Ser Cataluña.

Redes sociales

El resultado es una multiplicidad de propuestas en las que resulta posible localizar un común denominador en las redes sociales. "Nos referimos a una generación de gente tecnológicamente muy avanzada, en la mayoría de las propuestas destaca el papel importante acordado al ámbito digital, pensado como un complemento indispensable de la radio", revela Serra. Bajo el lema *Comienza la radio del futuro*, el concurso, dirigido exclusivamente a estudiantes de comunicación de las universidades catalanas y centros reglados donde se imparte formación en radio, ha adoptado como requisito primario la presencia, en cada uno de los equipos, al menos de una persona que todavía esté estudiando o que lo haya hecho hasta el curso 2012-2013.



CANVI DE FREQUÈNCIES TELEVISIVES

Més de 22.000 peticions d'ajudes per reantennitzar

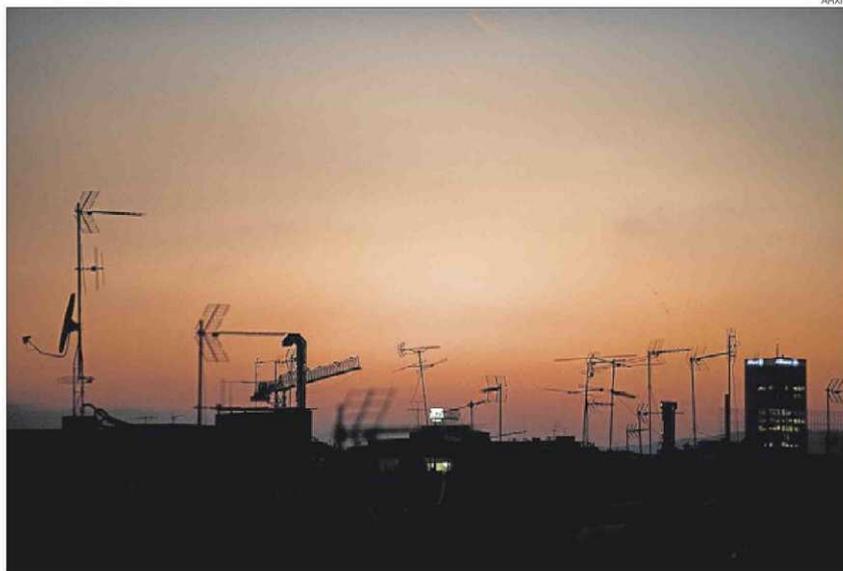
► El ritme d'adaptació de les antenes comunitàries preocupa l'AUC

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

Més de 22.000 comunitats de propietaris de Catalunya han sol·licitat les subvencions per adaptar les antenes col·lectives dels seus edificis, unes ajudes que ofereix el Ministeri d'Indústria. Aquesta reantennització és necessària per poder seguir veient tots els canals de televisió de la TDT a partir del 31 de març, data límit per al denominat dividend digital: liberalitzar freqüències de tele que utilitzaran les operadores de telefonia mòbil per explotar tecnologies com el 4G.

Segons ha informat la Delegació del Govern a Catalunya, l'import total estimat de les ajudes per a comunitats de veïns ascendeix a 51 milions d'euros, del total de 280 sol·licituds aprovades. La Delegació ha recordat que les comunitats amb antenes col·lectives que posseïxin amplificadors monocanal o centrals programables han d'adaptar els seus sistemes d'antenes col·lectives. I això abans del 31 de març.

Encara que en el cas particular de Catalunya existeix una sensibilitat més important respecte a la resintonització televisiva –a causa de la reubicació dels canals de Televisió de Catalunya que es va fer el 31 de gener passat–, en el conjunt d'Espanya hi ha preocupació pel ritme de les adaptacions. D'aquesta manera, l'Associació d'Usuaris de la Comunicació (AUC) considera que encara queda «un volum important» d'edificis per adaptar les instal·lacions, i adverteix en un comunicat que disposa d'indicadors que apunten a una caiguda de pressupostos sol·licitats i



► Imatge d'antenes col·lectives de comunitats de veïns de Barcelona.

EL FUTUR TECNOLÒGIC

El segon dividend digital, a la vista

► Nos'hatancata Espanya el comunicat canvi de freqüències de la TDT i ja s'està planificant a Europa el segon dividend digital, que busca deixar lliures més freqüències de tele perquè cobreixin la cada vegada més gran necessitat d'espectre radioelèctric per part de la telefonia mòbil.

► En una sessió de les Jornades Tecnològiques del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ja es va assenyalar que aquesta nova resintonització –que sembla inevitable– serà encara més complicada de planificar que l'actual, i també es va plantejar que no s'havia de fer efectiva abans d'una dècada.

acceptats per les comunitats de propietaris.

L'associació recorda la importància de posar-se en contacte com més aviat millor amb instal·ladors de telecomunicacions homologats, inscrits al Registre del Ministeri d'Indústria, i procedir a l'adaptació de les instal·lacions, que serà subvencionada per l'Executiu.

L'AUC considera també que el volum d'edificis mancats d'antennitzar pot estar posant en relleu que una part dels ciutadans «encara no són

conscients de la necessitat d'adaptar els seus edificis i de la urgència de fer-ho», i per això demana a la Secretaria d'Estat de Telecomunicacions «un esforç de comunicació en aquest tram final per a l'alliberament del dividend digital, de manera que aquest es produeixi amb el menor perjudici possible per als ciutadans, i s'eviti així que al març es puguin tornar a produir els problemes que hi va haver al desembre».

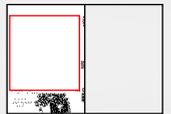
Des de la Federació Catalana d'Empresaris Instal·ladors de Telecomunicacions (Feceminte) han confirmat a EL PERIÒDICO que s'està elaborant un informe sobre el ritme de reantennització, però que encara no està disponible.

Malgrat no tenir dades, la impressió és que els usuaris de Catalunya estan sent «sensibles» a aquesta adaptació de les antenes comunitàries, tal com apunta Amadeu Gasó, director d'Explotació i Enginyeria de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Gassó considera que la reubicació de tots els canals

TV-3 va rebre entre 300 i 400 trucades el 31 de gener, dia que va resintonitzar els canals

de Televisió de Catalunya (TVC) del 31 de gener passat, i la consegüent pressió informativa de la Generalitat i de la mateixa CCMA, va ajudar a incrementar aquest interès ciutadà. I per aquest motiu, apunta, la resintonització de TVC de fa dues setmanes es va saldar gairebé sense incidències. «Hi va haver trucades a la Corporació sobre el tema, i la punta d'aquestes va arribar el mateix dia del canvi, el 31, i van ser unes 300 o 400 –explica Gassó–. Des d'aleshores, les trucades sobre aquest tema pràcticament han desaparegut, cosa que ens dona una idea que la reantennització l'han fet la majoria».

D'aquesta manera, més del 95% de la població catalana ja pot sintonitzar tots els canals de TVC, tot i que hi ha un romanent que no ho podrà fer fins al juny o juliol. «Són petits nuclis molt dispersos i s'ha d'ajustar repetidor per repetidor, i això requereix més temps», reconeix el director de la CCMA. ▬



LAVANGUARDIA

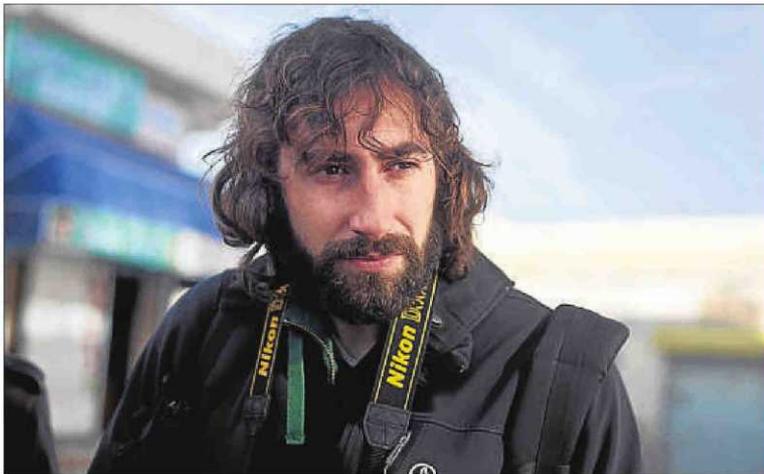
LA CONTRA

Manu Brabo, fotoperiodista; premi Pulitzer 2013 pel seu treball a Síria; va estar pres a Líbia

VICTOR M. AMELA IMA SANCHIS LLUÍS AMIGUET

Tinc 34 anys de vida i cada cop em costa més d'arriscar-la, perquè sóc conscient que els meus errors tenen preu. Sóc de Gijón. La meua política són les meves fotos. Fills? Ja em costa prou de cuidar-me a mi. Exposo a la Blueproject Foundation de Barcelona amb el col·lectiu MeMo

“Per començar en això només fan falta una càmera i dos pebrots”



GABRIEL PECOT / AP

Vaig estudiar Fotografia a l'escola d'Arts i Oficis d'Oviedo, però les primeres fotos que vaig cobrar les vaig fer després d'un partit de l'Sporting en què hi va haver bufetades...

Ja era fotoperiodista de conflicte.

Tenia 18 anys. Després me'n vaig anar a Holanda a recollir bulbs de tulipa i després a Madrid, on em vaig pagar Periodisme a la Carlos III fent fotos de motociclisme.

¿Tenia bones notes a la universitat?

Era tan avorrit i inútil que vaig deixar d'estudiar. Un dia de feina sobre el terreny ensenya més que quatre de facultat. El 2011, va esclatar la guerra Líbia i li vaig demanar mil euros a la meua mare per agafar un avió a Tunísia i allà vaig començar a fer fotos dels refugiats a la frontera.

Ja era vostè reporter de guerra.

Era un freelance sense experiència i sense un euro, quan l'enviat especial de *La Vanguardia*, Félix Flores, em va donar un cop de mà. Sense ell no hauria pogut entrar mai a Líbia.

Quin ambient va trobar en arribar?

Molt entrenou, gent als carrers, i trets a l'aire dia i nit entre sectors rebels.

Tenia por?

Massa poca. Quan record aquelles bogeries encara m'angoixo. El 5 d'abril anava seguint una banda rebel pel desert amb quatre companys més: James Foley, Anton Hammerl i Clare Gillis...

Clare? Una reportera de guerra?

I doctora en Història Medieval per Harvard! Una eminència. Llesta i valenta.

James Foley també em sona...

Després de Líbia, Jim va anar a Síria i l'Exèrcit Islàmic el va degollar i ho va filmar en un vídeo...

Ara ho recordo: Foley era valent.

...Seguíem una banda de rebels quan, de sobte, es van retirar i ens van deixar penjats. Llavors, les forces lleials a Gaddafi ens van capturar. Anton va morir metrallat.

Quants dies va estar vostè captiu?

Quaranta-cinc. Se'm van fer molt llargs. El més dur va ser l'aïllament inicial.

De què els acusava el règim libí?

L'acusació oficial que ens van fer era d'haver informat sobre el conflicte sense acreditacions de premsa. Però érem conscients que en realitat ens havíem convertit en una carta negociadora davant Occident per a un règim que agonitzava.

Els nostres ulls

Per un sou –i menys el de periodista– no et jugues la vida a Síria o Líbia. Per ego? És més rendible una tertúlia. Per adrenalina? Brabo explica que no sap què fer sense la seva càmera, però que cada dia li fa menys gràcia arriscar-se amb ella. Per què perdre la vida per unes fotos? Cadascú tindrà els seus motius per ser al front, però quan els reporters no hi són, la guerra deixa d'existir i els nens de morir per a nosaltres, i només queda el que ens diguin els que manen. Els reporters són els nostres ulls i per això els degollen com a Foley o els metrallen com a Hammerl o els segresten: per deixar-nos cecs i poder continuar matant sense testimonis.

Quina por!

Sobretot era absurd i desconcertant. Van començar a fer-me un seguit de judicis ridículs en els quals el fiscal es canviava de toga i després ell mateix feia també de jutge.

Si més no es disfressava.

Un dia va acabar preguntant-me de quin color era la bandera líbia omnipresent al país.

Quin va ser el pitjor moment?

Tots, perquè tenia tot el dia per no deixar de pensar què farien amb mi. I van em traslladar: Brega, Sute, i a Trípoli. Fins que, de sobte, els últims dotze dies em van portar bon menjar i una gran safata de fruites.

Bé!

Vaig pensar que volien que tingués bon aspecte, per alliberar-me. I vaig encertar. Em van portar a un xalet on ja estaven Clare i Nigel Chandler, que duia tres mesos pres.

Els van donar alguna explicació?

Ens van multar! Tot va acabar amb una multa. I després ens van portar a l'hotel Rixos.

Li quedaven ganes de guerres?

Me'n vaig anar a Hondures un mes; i l'agost va acabar la guerra Líbia –bé, en realitat, encara segueix– i em van enviar a Síria.

Ja estava a l'Associated Press (AP)?

Amb l'equip de cinc fotoperiodistes, que vam cobrir Síria i vam guanyar el Pulitzer del 2013. Ja veu que les primaveres àrabs han creat una escola de fotoperiodisme.

Per què han ensenyat tant?

Són guerres de fàcil accés. Per començar només fan falta una càmera i dos pebrots.

...La majoria sol tenim la càmera.

Després et vas adonant que necessites moltes més coses, com conèixer el terreny, conèixer la gent, conèixer el teu ofici...

D'entre les fotos premiades amb el Pulitzer, quina és la que prefereixes?

Em continua fent mal el dolor del pare que porta al seu fill mort en braços: és una escena de la guerra siriana que em persegueix.

Defineixi el seu estil de feina.

Només sóc un paio amb una càmera. M'interessa la gent. Faig viatges llargs... i acostumo a tornar-hi per aprofundir: necessito que confiïn en mi les persones que fotografio.

No fotografia només les batalles?

He tingut un bon cap en AP, Mandocher Deghati, que em va dir: "Manu, ja saps fotografiar el front; ara hauries d'anar a fotografiar tot el que hi ha darrere".

Un bon consell.

M'ha valgut mig Pulitzer i les meves fotos han guanyat en densitat, qualitat i força.

També vam publicar a *La Vanguardia* la seva foto del nen mort a Ucraïna.

Ja no només fotografio els soldats i els trets, sinó les seves conseqüències. I els civils.

L'afecta la crisi de la premsa?

La crisi no és del periodisme, perquè els bons continguts tenen més demanda que mai, sinó dels mitjans de comunicació que fa un segle que fan el mateix.

LLUÍS AMIGUET



«Mi programa está ligado a mi estado de ánimo»

Carlos Herrera ha recibido el Premio Nacional Luis del Olmo, que concede la Academia de la Radio

C. García

MADRID- El pasado martes, cuando conoció que pasaba de ser contador de historias a ser noticia por la concesión del Premio Nacional de la Radio Luis del Olmo –que concede la Academia Española de la Radio–, Carlos Herrera arrastraba uno de esos catarros que más pueden fastidiar a los profesionales de la radiodifusión: el que los deja maltrechos y sin voz. Tanto es así que tuvo que ceder el testigo de «Herrera en la Onda» a una compañera. Ese contratempo no mermó su alegría por este reconocimiento. «¿Qué quiere que le diga? Otros dirán otras cosas, pero es mucho mejor que te den un premio a que eso no ocurra. Es normal que esté contento», afirmó a LA RAZÓN.

Ése no era el único motivo para sentirse feliz, ya que lo que más le gusta del galardón, aparte de su nombre, era el apellido: Luis del Olmo. Herrera siempre ha sentido debilidad por el veterano periodista, locutor y también amigo. «Es el maestro de todos nosotros –explica–. La persona de la que más he aprendido. Es una satisfacción y un honor inmenso». Los halagos han sido correspondidos por Del Olmo, que el pasado viernes declaró a Radio Nacional que «Herrera es mi alumno más aventajado». Y recordó cómo empezó a tomar más que en serio a ese joven con el que



Herrera, en Onda Cero desde 2001

compartía trabajo. «Recuerdo que me socorrió en la segunda emisión de mi programa en la COPE cuando me dio un tremendo dolor de estómago y me sustituyó. A partir de entonces fue mi segundo y ahora es mi primero», afirmó con naturalidad.

Con «Herrera en la Onda», el

LAS ONDAS EN LAS VENAS

Aunque no le es ajeno el mundo de la televisión, la radio es el epicentro de su trayectoria profesional. Debutó en 1977, en Radio Sevilla, para pasar después a Radio Mataró. Ha dejado su sello en todas las emisoras. En la temporada 2001/2002 comenzó su andadura en Onda Cero como el programa «Herrera y punto», que a partir de 2002 pasó a llamarse «Herrera en la Onda». En septiembre de 2004 pasó a la mañana, en la franja horaria que hasta esa fecha ocupaba su admirado Luis del Olmo.

periodista toma el testigo de una radio que oía de pequeño por cortesía de Alejandro García y Luis del Olmo, una radio en la que el oyente no está perdido en la nebulosa de las radiofrecuencias, porque «prácticamente está en el plató, todo el equipo nos enorgullece-mos de continuar la tradición de

la radio participativa, en la que se escucha el ruido de la calle, de la ciudadanía, de los hechos más relevantes y también de algunos que, desgraciadamente, sea por espacio o por falta de voluntad, apenas trascienden. Nosotros no sólo hacemos un programa para los oyentes, también lo hacemos con ellos».

Tertulia de amigos

Con todo, no hay que pasar por alto que la personalidad de Herrera impregna el programa con colaboradores tan bien ensamblados, que parece que se está oyendo una tertulia de amigos. Se podría decir que el periodista hace una radio de autor, «algo que, si es lo que usted cree, me llena de felicidad y de turbación. Admito que es una radio con personalidad y, sí, está ligada a mi estado de ánimo, que casi siempre, afortunadamente para todos, es bueno».

Sobre el futuro del medio, Carlos Herrera no puede ser más optimista. «Tenemos más de once millones de oyentes que nos siguen respaldando, por lo que somos un medio que está en plena forma. De todas las facetas de la comunicación, creo que la radio es la más vocacional, igual que los que la siguen», explica.

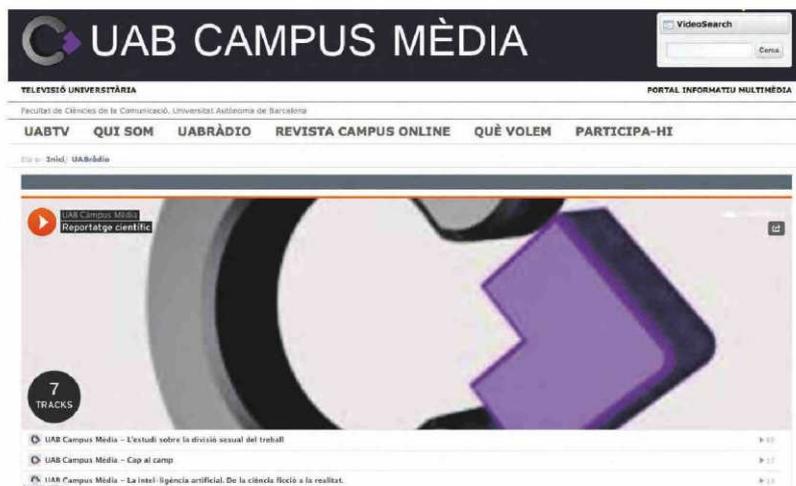
Además de «Herrera en la Onda», la Academia Española de la Radio premió con el galardón Juan Manuel Gozalo a «Radioestadio», de Onda Cero; al consejero delegado de la COPE, Alfonso Pérez del Puerto, con el Manuel Aznar Acedo, que distingue la dirección o gestión de una empresa radiofónica; a Andrés Caparrós le otorgó el premio Joaquín Prat –que distingue la maestría de la animación radiofónica– y, a Ana Rosa Quintana, el premio Joaquín Soler Serrano de Televisión. El premio internacional ha sido para Radio Vaticano.



CERDANYOLA

'UAB Ràdio' comença a emetre

L'emissora es podrà escoltar arreu del Campus de la Universitat a través del 100.3 de l'FM



El web de la UAB Campus Mèdia inclourà alguns podcasts de la nova emissora. Foto: Cedida

Agències
Cerdanyola del Vallès

Les emissions de la *UAB Ràdio* van començar divendres coincidint amb el Dia Mundial de la Ràdio, i van comptar amb el periodista Antoni Bassas com a padrí simbòlic de la nova emissora. *UAB Ràdio* es pot escoltar a través de la freqüència 100.3 de l'FM, la qual abasta tot el campus. L'emissora forma part del UAB Campus Mèdia, un projecte transmèdia de la Facultat de Ciències de la Comunicació dirigit pel professor del Departament de Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual, Antoni Vidal. El portal allotja una televisió per

Internet, UABTV.

UAB Campus Mèdia estarà format per una quinzena d'estudiants de la facultat i estarà oberta a col·laboracions estables i puntuals mitjançant podcasts i altres formats. A partir d'avui, començaran les emissions de butlletins informatius matinals (cada hora en punt, de 10 a 13h), així com l'emissió d'una fórmula musical gestionada pels estudiants.

A banda d'Antoni Bassas, la primera emissió d'*UAB Ràdio* va comptar amb la participació del rector de la UAB, Ferran Sancho; del degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació, Josep Maria Català, i altres convidats relacionats amb el món de la ràdio i de la comunicació.



PREMIER CLASS

BEGOÑA
PÉREZ**Días de vino y rosas**

Con la inyección económica de las teles, los clubes de la Premier serán los más ricos

El número de jugadores españoles en la Premier League superó por primera vez la treintena en verano de 2013. El repunte de la diáspora procedente de España coincidió con la entrada en vigor del actual acuerdo de derechos televisivos del fútbol inglés (3.018 millones de libras por tres temporadas). Un pacto que casi duplicó el anterior (1.773 millones) y es un 70% inferior al anunciado la

semana pasada con Sky y BT, que entrará en vigor en la campaña 2016-2017.

Es inevitable pensar que los cerca de 7.000 millones de euros que han dejado boquiabierto al resto del fútbol europeo provocarán una sangría aún mayor en la fuga de talento español. Más teniendo en cuenta que el modelo televisivo inglés, el más equitativo de Europa, permitirá que un colista ingrese 130 millones de euros por temporada, apenas por el dinero de los derechos domésticos, y el campeón se embolse unos 200 millones, al margen de incentivos por retransmisión de partidos.

Esta nueva inyección económica meterá automáticamente a los 20 equipos de la Premier en la lista de los 30 clubes más ricos del mundo. Ya es una realidad que un modesto como el Burnley, por ejemplo, presume de mayor músculo financiero que un histórico como el Ajax.

La cifra televisiva se ha disparado gracias a la feroz competencia entre Sky y BT desde que el gigante de telecomunicaciones británico entró en juego en 2013 con fútbol gratis en el contrato de internet (ambos suman alrededor de 15 millones de abonados), unido

a una arraigada cultura británica de pago por contenido de calidad, bien sea televisión, cine o música (la piratería es una anécdota). Sin olvidar, claro está, la habilidad de la Premier League para venderse como producto.

El fútbol inglés vive días de vino y rosas, pero no hay que obviar el reverso de la moneda. El nuevo acuerdo hace temer por una guarida de agentes e intermediarios que buscarán sacar tajada del nuevo dividendo. No queda lejos, advertía la BBC, el día que se firme un traspaso de 100 millones de libras (135 millones de euros) y un jugador supere el medio millón de libras semanales de ficha (Rooney es el mejor pagado en la actualidad, con 300.000 libras).

Pero más preocupante es el creciente precio de las entradas, por encima de la inflación, que afecta directamente al bolsillo del aficionado. El Arsenal vende el ticket más caro, por 130 euros, una cantidad proporcional a la frustración de una afición que se lamenta de la falta

de trofeos en sus vitrinas en los últimos años. También preocupa una posible subida de la factura para los abonados de TV, habida cuenta del derroche de Sky y BT para mantener los derechos. Los colectivos de aficionados no han tardado en exigir una reducción del pre-



Un balón de la Premier, enfocado por una cámara. REUTERS

cio de las entradas, justificable con el nuevo acuerdo televisivo. De lo contrario, la Premier corre el riesgo de convertirse en un escaparate de lujo al alcance de una élite.



elradar



França va viure 56 hores de tensió informativa amb els atemptats. REUTERS

Amonesten mitjans francesos per com van cobrir els atemptats

J.C.
BARCELONA

El Consell Superior de l'Audiovisual (CSA) francès ha detectat quatre infraccions greus en la cobertura a temps real que molts mitjans van fer de la matança que va tenir lloc a la redacció de *Charlie Hebdo*, segons publica el diari *El País*. Després de 56 hores d'agitació policial, social i política al país gal -retransmeses gairebé en directe-, l'organisme creu que alguns mitjans van vulnerar el respecte a la dignitat humana i van posar en perill, a més, la seguretat dels ciutadans.

Les quatre infraccions assenyalades pel CSA són la difusió de les imatges del policia Ahmed Merabet rematat a terra pels agressors quan fugien de la seu de la revista, la difusió del tiroteig a la impremta on s'havien refugiat els jihadistes Saïd i Chérif Kouachi,

la divulgació que hi havia persones amagades a la mateixa impremta mentre els terroristes hi estaven confinats i la divulgació que al supermercat Hyper Cacher hi havia persones amagades quan els terroristes encara no havien sigut abatuts per la policia.

Entre altres mitjans, els amonestats pel CSA són France 24, BFM TV, Euronews, France 2, iTélé, LCI, TF1, Europe 1, France Info, France Inter, RFI, RMC i RTL. Cada mitjà, segons quines d'aquestes quatre faltes ha comès, ha rebut amonestacions de diferent nivell de gravetat.

Tot i que l'amonestació no inclou cap sanció per a cap mitjà, la cadena radiofònica France Info ha anunciat que la recorre: "No havíem rebut cap consigna" sobre la necessitat d'ocultar l'inici del tiroteig a Dammartin, ha dit el director del mitjà. El CSA va ser creat el 1989 per vetllar per la pluralitat i els codis de conducta. ■

**> MATERIA GRIS****Javier
López Tazón**

Resistencia digital

No sé lo que contestarían ustedes si les plantearan cuál ha sido el mayor cambio, la mayor innovación en nuestra sociedad en los últimos veinte años. Si me lo preguntaran a mí, lo tengo claro: no es internet o los móviles y mucho menos las teles planas; ha sido la digitalización. Se ha digitalizado la escritura, la música, el ocio, el comercio, las fotografías, las películas, los periódicos... Y llevamos adaptándonos a trancas y barrancas a la nueva situación, pero sin solución de continuidad porque no es un movimiento que haya terminado, sino una evolución permanente y con ciertos sobresaltos.

En ese proceso de adaptación hemos sufrido en todas las áreas, desde la escritura hasta la fotografía, un periodo de negación y de frenado. «No, esto es una moda pasajera. Lo de verdad es lo de toda la vida: el carrito de 36 exposiciones y no esas tarjetas de memoria». Luego la industria ha intentado ralentizar. Ni la música, el cine o el sector editorial se ha puesto a remar a favor de la corriente. Probablemente, los únicos que lo hicimos fuimos los periódicos, que, para colmo, fuimos también los primeros en declarar que el papel había muerto cuando, además, no era cierto.

Si comparamos el efecto de remar a favor de la prensa y en contra, por ejemplo, de la industria musical, no sé quién sale perdiendo. Ninguno de los dos, hablando desde la perspectiva de los resultados económicos, sale bien parado. Pero el sector editorial no ha sufrido un hundimiento en ventas del 80% por ciento del negocio, algo que sí le ha sucedido a la música.

Aunque este año pasado, la curva se ha invertido y ha dejado un sabor de boca mucho mejor: el mercado de la música grabada a aumentado un 21%. Y ¿saben quién es el responsable de ese crecimiento? El *streaming*, la posibilidad de escuchar música sin descargarla previamente, en algunos casos gratis a cambio de publicidad y en otros casos mediante un pago mensual asequible.

El mercado de la música grabada ha subido un 21%. ¿Responsable?: el 'streaming'

Y, si ha funcionado con la música, ¿por qué no con series y películas? Pues miren, es lo que ofrece Netflix y, sin embargo, no consigue entrar en el mercado español. Y no será por rumores. Iba a llegar en 2013, luego el año pasado... ¡Pero si esta semana ya ha llegado a Cuba!

javier.lopez@elmundo.es

Javier López Tazón es redactor jefe de *Ariadna*, el suplemento de tecnología de EL MUNDO.



pareumàquines

ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

‘El País’ encén l’alarma i ara diu que el PSOE s’hi juga l’existència



La crisi del PSOE (i el transvasament de vots d’esquerra cap a Podem) centra bona part de les portades d’aquest diumenge. *La Vanguardia*, per exemple, segueix (re)construint Sánchez, de qui posa una foto en portada amb posat enfadat –ensenyant les dents, literalment– i el titular: “Reacciona amb fermesa a l’ofensiva interna per abatrel”. A dins, un titular amb exclamacions (“No em conformo!”) per insistir en el seu retrat com un *hard boiled* de la política. Però l’editor gràfic del dia era el de l’*Abc*, que il·lustrava una

notícia sobre la pressió de Nicolás Maduro a les empreses espanyoles amb una foto seva, bat en mà, en un partit de beisbol: *la letra, con sangre entra*, que diuen. Tanmateix, la peça més sorprenent era la d’*El País*. Si durant la setmana ha mantingut la tesi (amb una discutida enquesta urgent) que la crisi madrilenya havia servit per reforçar el PSOE i Pedro Sánchez, aquest diumenge situava en portada un inapel·lable “El PSOE, en la seva hora més crítica: sense rumb i dividits, els socialistes es juguen aquest any la seva existència”. Com era d’insòlita la peça (tenint en compte la filiació rubalcabista del diari) que fins i tot admetia el fracàs de l’ex secretari general a l’hora de cohesionar el partit i la seva manca de lideratge... Mentrestant, *La Razón* acollia el damnificat Tomás Gómez en una entrevista de tres pàgines (un desplegament generós que permetia fins a 54 preguntes, la majoria de les quals trampolins des d’on criticar l’actual estructura de comandament del partit). Tractaments, per tant, divergents: alguns amb ànim constructiu (ni que sigui per frenar Podem) i d’altres destructiu. Però el lligam entre PSOE i crisi quedava reforçat un diumenge més, la qual cosa no és precisament falaguera de cara a les expectatives del partit.



CRÍTICA PREMSA



ANTONI
MARIA
PIQUÉ

@AMPIQUE

L'autoritat i la supervivència del periodisme

Jill Abramson va passar per Madrid i Pamplona. L'ex-directora del *New York Times* –la primera dona a ser-ho– no va dir res de l'altre món: el problema és de qualitat dels continguts i no de model de negoci; el periodisme inclou l'expressió de les emocions; els dos riscos de debò per al periodisme són el menysteniment de les humanitats i el rebrot censor i la pulsio mentidera dels governs democràtics. També va recordar David Carr, periodista genial que va morir a la redacció del *Times* dijous passat. Tot molt normal.

El valor d'aquestes afirmacions –tòpiques, si voleu– és que les deia ella, és a dir, que les avala tota una vida construïda a còpia de fer periodisme i fer-lo fer. És aquest el valor que la va dur a la direcció del millor diari del món. D'això se'n diu autoritat. Ara la posarà al servei d'un nou projecte: una web on es publicarà un gran reportatge mensual, que pagarà 90.000 euros per peça. Deuníó.

Seguim amb el tema però canviem d'escenari. Anem a *Le Monde*, tòtem històric del periodisme de casa nostra. Pierre Bergé, un dels accionistes de referència del diari parisenc, ha acusat la redacció de “delators” i “populistes” per publicar la llista Falciani i #swissleaks. No és el primer cop que Bergé s'enfada –és un caràcter explosiu– i no serà l'últim.

Li ha sortit al pas Alain Beuvmery, president de la Societat dels Periodistes de *Le Monde* (i nét del fundador), que ja ha dit que no passa res, que hi estan acostumats: “[Bergé] sap que ha signat l'acord en què s'estableix que els continguts del diari no depenen dels accionistes”. Val a dir que *Le Monde* és un diari únic. Des de la seva fundació, el desembre del 1944, la Societat dels Periodistes disposa de dos poders bàsics: independència editorial absoluta i proposar el nom del director. Són aquests 70 anys de trajectòria sostinguda els que donen autoritat als que ara dirigeixen el diari per resistir a un accionista empresariat. —



L'APUNT

Ser o no ser al lloc de la notícia

Marc Salgas

Ser al lloc on es produeix la notícia és una de les premisses bàsiques del periodisme. Informar *in situ*, sempre que es pot, dóna valor afegit a la notícia, et permet accedir a informacions que de cap altra manera es poden aconseguir. Això es compleix sempre? Aquesta setmana, en el programa *En terra hostil*, vam comprovar que no. Jalís de la Serna es va desplaçar a Corea

del Nord per explicar què passa al país més aïllat del món, però va topar amb la censura constant del seu guia turístic, el català Alejandro Cao de Benós. Amb prou feines van gravar res del que el règim no vol que es vegi, de manera que el viatge va ser gairebé en va. Vam saber més coses pels testimonis finals dels coreans del nord que s'han escapat al sud.





RÀDIO

UAB Ràdio emet arreu del campus universitari

Les emissions de UAB Ràdio van començar divendres, coincidint amb el Dia Mundial de la Ràdio, i van tenir el periodista Antoni Bassas com a padrí simbòlic de la nova emissora. UAB Ràdio es pot escoltar a través de la freqüència 100.3 de l'FM, que abastarà tot el campus de la universitat.

L'emissora forma part d'UAB Campus Mèdia, un projecte transmèdia de la Facultat de Ciències de la Comunicació dirigit pel professor del departament de publicitat, relacions públiques i comunicació audiovisual, Antoni Vidal. El portal allotja una televisió per Internet, UABTV, i a partir d'aquest divendres, UAB Ràdio. A partir d'avui, s'inicien les emissions de butlletins informatius matinals (cada hora en punt, de 10 a 13 h). ■ ACN



Las teles perderían 185 millones si hay publicidad en TVE

Según un informe elaborado por CaixaBank y publicado por *el-Confidencia.es*, Mediaset y Atresmedia podrían dejar de ingresar 185 millones de euros si vuelve la publicidad a TVE. En concreto, la televisión de Planeta, que tiene más de 42 por ciento de la cuota de mercado, perdería 90 millones de euros mientras que la cadena de Fuencarral dejaría de ingresar 95 millones. El PP ha dejado en el aire una posible vuelta a la publicidad o un aumento de los patrocinios en la Corporación ante el descenso de la aportación pública fruto el plan de austeridad aprobado por el Ejecutivo en 2012. RTVE perdió 113 millones de euros en 2013 y en 201 va camino de perder más de 100 millones.



Twitter: un anuncio cada 20 'tuits'

Twitter quiere empezar a llenar más el *timeline* de anuncios. Dick Costolo, CEO de Twitter, ofreció una *keynote* en San Francisco con inversores en tecnología en la que señaló que su red social tiene mucho potencial y se le puede sacar dinero. Su estrategia, según informa *The New York Times* en un artículo recogido por *ABC.es*, es aumentar la cantidad de anuncios insertados en el *timeline* de un usuario. Lo ideal para Costolo es insertar un anuncio, o como lo denominan ellos, "tuit promocionado", cada 20 *tuits* generados por usuario. Según los cálculos, eso representa que un 5 por ciento del contenido de cada *timeline* corresponderá a publicidad.



Dos millones por salir en los Oscars

La cadena estadounidense de televisión ABC ha vendido todos los espacios publicitarios para la retransmisión de la 87ª edición de los Premios de la Academia de Hollywood y lo ha hecho a un precio récord de 2 millones de dólares por un spot de 30 segundos. Este precio supone un incremento del 10 por ciento con respecto al coste alcanzado el año pasado, cuando un anuncio de 30 segundos para los Oscars alcanzó un importe medio de 1,8 millones de dólares. Entre los anunciantes que lucirán sus galas publicitarias en la gala de los Oscars figuran American Express, Coca-Cola, McDonald's...



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col.legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/02/15	15 recomanacions per tractar la prostitució als mitjans de comunicació / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	70	2

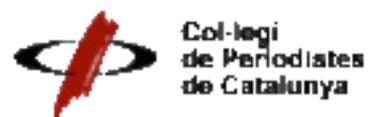
Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
14/02/15	Pedro J. Ramírez y El Español quieren que les quieran por San Valentín / PRNoticias	73	1
15/02/15	Asesinado en Colombia el periodista Luis Peralta Cuellar / Periodistas en Español	74	1
16/02/15	Movimiento de cuentas entre las agencias: terremoto de cambios en el sector de la Comunicación / PRNoticias	75	2



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



15 recomanacions per tractar la prostitució als mitjans de comunicació

Lunes, 16 de febrero de 2015

Foto: Josep Gutiérrez En 2009, un reportatge a El País sobre el sexe al carrer al barri del Raval de Barcelona va aixecar una gran polèmica. Aquest diari volia explicar la difícil convivència dels veïns amb el sexe al carrer a canvi de diners, però el debat va anar més enllà. Havia de publicar fotografies amb un contingut sexual tan explícit un diari seriós i de referència? Què aportava el material gràfic? La prostitució és il·legal? Es pot practicar al carrer? Què sha de fer amb les dones que l'exerceixen? La Policia les pot denunciar? Quin és el problema: que existisca el sexe de pagament, que siga visible o que ocupe portades? On és la veu de les dones protagonistes de les notícies? Aquest és un dels exemples al qual es va fer referència el passat divendres, al Col·legi de Periodistes de Catalunya, a la presentació de la guia sobre el tractament de la prostitució i el tràfic d'éssers humans amb finalitat d'explotació sexual als mitjans de comunicació. Un cas tan present en l'imaginari col·lectiu va permetre il·lustrar la reflexió que ha portat a elaborar aquesta guia, i entendre per què són necessàries les recomanacions, que han impulsat l'Ajuntament de Barcelona i l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC):

- 1- Abordar el fenomen de la prostitució en tota la seva complexitat social.
- 2- Diferenciar entre la prostitució exercida voluntàriament i el tràfic d'éssers humans amb finalitat d'explotació sexual o la prostitució forçada.
- 3- Fer visibles les persones que es lucren i/o delinqueixen a través de la prostitució i els usuaris que la fan possible, traient del focus mediàtic les dones que l'exerceixen.
- 4- Respectar la dignitat i la llibertat de les dones que exerceixen la prostitució i rebutjar els discursos que hi atempten.
- 5- Evitar la reproducció de mites i/o estereotips sobre la prostitució.
- 6- No banalitzar, ni fer sensacionalisme o apologia entorn de la prostitució.
- 7- No relacionar la prostitució amb la delinqüència, la inseguretat i l'incivisme, evitant ubicar per defecte les notícies a la secció de successos.
- 8- Utilitzar fonts d'informació especialitzades, donant veu i autoritat a les dones que exerceixen la prostitució.
- 9- Respectar la decisió de les dones que exerceixen la prostitució sobre la difusió de la seva identitat i imatge. Evitar que puguin ser identificades en absència del seu consentiment.
- 10- Fer un ús no sexista del llenguatge, tractant de manera equitativa els diferents subjectes implicats.
- 11- Efectuar la rectificació de qualsevol informació errònia publicada.
- 12- Promoure el paper dels gabinets de comunicació com a font d'informació específica per a la contextualització de les notícies.
- 13- Oferir formació en matèria de gènere, prostitució i tràfic d'éssers humans amb finalitat d'explotació sexual als i a les professionals de la comunicació i a estudiants de l'àmbit universitari.
- 14- Impulsar la recerca i la difusió sobre el fenomen de la prostitució i el tràfic d'éssers humans amb finalitat d'explotació sexual.
- 15- Difondre aquestes recomanacions i fer el seguiment del seu impacte. Per arribar a formular aquestes recomanacions, es va fer una anàlisi sobre la situació actual del tractament d'aquest fenomen als mitjans, que va mostrar que es tendeix a invisibilitzar el context social, polític i econòmic i les desigualtats de gènere que fan possible la prostitució. També que es posa l'accent en les dones i no en les

Audiencia: 3.143

Ranking: 4

VPE: 8

Página: 2

Tipología: blogs

màfies que es lucren. Sovint es vulnera drets de les dones, com ara el dret a la imatge, assenyala lanàlisi, que també ha detectat que les protagonistes apareixen com a subjectes passius, i que se les vincula de forma automàtica amb la delinqüència. La guia inclou el marc legal de la prostitució i un glossari. Ha comptat amb la col·laboració del Col·legi de Periodistes de Catalunya, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, de l'Institut Català de les Dones, de la Policia de Catalunya i de l'Observatori de les Dones als Mitjans de Comunicació. També han participat periodistes dels principals mitjans de comunicació de Catalunya.



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Audiencia: 121.510**Ranking:** 6**VPE:** 2.333**Página:** 1**Tipología:** online

Pedro J. Ramírez y El Español quieren que les quieran por San Valentín

Sábado, 14 de febrero de 2015

Según se dice hoy es el día más romántico del año. Pero el amor no tiene que estar focalizado necesariamente en tu pareja. O al menos eso es lo que piensa Pedro J. Ramírez, que ha aprovechado el día de San Valentín para pedir a los posibles inversores amor, pero amor a El Español, su nuevo proyecto. Quien creyese que San Valentín es sólo un día para celebrar el amor con tu pareja estaba muy equivocado, y si seguimos los consejos de Pedro J. Ramírez podemos amar muchas cosas, entre ellas, podemos amar el periodismo, y más concretamente su periódico. Defiende lo que más quieres en #SanValentin . Regala acciones de El Español. <http://t.co/cq5il56KC2> pic.twitter.com/ew92NUyihh El Español (@elespanolcom) febrero 13, 2015 Así, con este tuit y aprovechando que hoy todos tenemos el corazón más delicado, Pedro J. ha aprovechado San Valentín para lograr más inversores y socios para El Español . El mensaje difundido a través del perfil oficial de este nuevo periódico ha sido claro: Regala acciones del nuevo periódico. Seguiremos informando

Asesinado en Colombia el periodista Luis Peralta Cuellar

Domingo, 15 de febrero de 2015

El periodista Luis Peralta Cuellar ha sido asesinado a tiros este sábado en la ciudad colombiana de Florencia, zona estratégica para el cultivo de coca y producción de cocaína, informan las agencias internacionales de fuentes de la Policía. Peralta Cuellar fue asesinado a las 5:30 de la tarde de este 14 de febrero en el andén de su casa, en El Doncello, Caquetá, el mismo lugar donde operaba la emisora Linda Stereo, filial de Caracol. En ese momento Peralta se encontraba con su esposa, quien resultó herida y fue trasladada a un hospital de Florencia, donde se encuentra estable, publica la vanguardia.com. Días atrás, Peralta le había contado a su compañero y locutor de la emisora que los habían amenazado, aunque no le dio mayores detalles, ni denunció las amenazas ante las autoridades, señala la La Fundación para Libertad de Prensa (Flip). Según la Flip, recientemente en la emisora habían tratado temas de extracción de petróleo y corrupción administrativa, concretamente sobrecostos en la adquisición de vehículos compactadores. También eran insistentes con los escándalos de corrupción en las empresas públicas. El viernes 13 de febrero, Luis Peralta hizo oficial su candidatura para la campaña a la Alcaldía. Era la primera vez que Peralta aspiraba a un cargo de elección popular y nunca había ocupado cargos públicos. La FLIP indicó que en su larga trayectoria como periodista fundó distintos medios y fue un referente de periodismo en todo el departamento.

Movimiento de cuentas entre las agencias: terremoto de cambios en el sector de la Comunicación

Lunes, 16 de febrero de 2015

El año 2015 ha venido cargado de nuevas cuentas para muchas agencias de Comunicación. Otras no han podido conservarlas, por lo que han tenido que hacer reestructuraciones en sus plantillas para poder asumir la pérdida. Hacemos un repaso por algunas de las compañías que han decidido cambiar de consultora de Relaciones Públicas en lo que va de año. Artelier Comunicación: Madrid Womans Week y Oris Rally Clásico. La agencia, responsable del `rebranding de la identidad visual corporativa del MWW, se encargará además de la relación con medios de esta cita, que gira en torno al talento de la mujer, está organizada por la Fundación Womans Week y se celebra del 2 al 6 de marzo como anticipo al Día Internacional de las Mujeres (8 de marzo). Asimismo, Por tercer año consecutivo, Artelier Comunicación se convierte en la agencia del Oris Rally Clásico, carrera deportiva que celebra su undécima edición del 12 al 14 de marzo en Mallorca. Globally: Palladium Hotel Group. La consultora ha sido seleccionada como agencia de Comunicación y Relaciones Públicas del grupo hotelero Palladium. Las marcas que integran el grupo son Ushuaia Unexpected Hotels, Palladium Hotels & Resorts, Fiesta Hotels & Resorts, Ayre Hoteles y Only You Hotel & Lounge y otras marcas bajo licencia como Hard Rock Hotels. Grayling España: Exact. La consultora amplía su cartera de clientes con Exact, para la que se encargará de ofrecer servicios de asesoría en Comunicación Corporativa y gestión de las relaciones con los medios. Yolanda Camargo y Blanca Salgado conformarán el equipo de profesionales asignado por la consultora para desarrollar y ejecutar la estrategia de la compañía de software. Hotwire PR: OpenText. OpenText ha elegido a Hotwire como agencia de Comunicación y Relaciones Públicas para gestionar su Comunicación en España. Por ello la consultora se encargará, a partir de ahora, de desarrollar la estrategia de Comunicación de la compañía, así como de sus relaciones con medios. Interprofit: Escola Superior DHostaleria de Barcelona (ESHOB). La compañía ha seleccionado a la consultora Interprofit para gestionar su estrategia de Comunicación y Relaciones Públicas y su gabinete de prensa durante todo 2015. La ESHOB es un centro de formación por el que han pasado cocineros de la talla de José Andrés, Sergi Arola, Carles Abellán o Quim Marqués, entre otros. Lewis PR: Cambridge 800 y D-Link Iberia. También por partida doble. Lewis PR ha incorporado a su portfolio de clientes a Cambridge 800, compañía especializada en programas y productos para la pérdida de peso, y a D-Link Iberia, proveedor en Soluciones Globales IP en las tecnologías de Switching, Wireless, Routing, Almacenamiento, Videovigilancia IP, Movilidad 3G/4G, Seguridad y Soluciones para el Hogar Digital Inteligente. Marco de Comunicación: ABA English. La consultora Marco de Comunicación se encargará, a partir de ahora, de gestionar el gabinete de prensa y las relaciones con bloggers de esta academia online de inglés. ABA English está especializada en la enseñanza del inglés con una metodología de aprendizaje basada en los principios del método natural. El objetivo de la consultora

Audiencia: 121.510

Ranking: 6

VPE: 2.333

Página: 2

Tipología: online

será el de posicionar ABA English como una academia online de referencia, además de incrementar su notoriedad entre el target al que va dirigido. También se propone dar a conocer su metodología de aprendizaje e incrementar el número de alumnos.