



# RECULL DE PREMSA

20/02/2015



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

28



# 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.
20/02/15	EL PERIODISME DEL PROCÉS / EL PUNT AVUI (GIRONA)	6	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/02/15	OBJECTIU: ESDEVENIR EL "PARTIT DE TWITTER". Els aparells afinen la maquinària 2.0 de cara a les municipals / ARA (COMARQUES GIRONINES)	8	2
20/02/15	RIURE PER NO PLORAR. L'Avi, Jap, Torrent, Tharrats, Fer i Garner, els humoristes gràfics d'El Punt Avui, parlen de l'humor / EL PUNT AVUI (CULTURA)	10	2
20/02/15	UN HOMENATGE AL FOTOPERIODISME / DIARI DE TARRAGONA	12	1
20/02/15	JEAN - BRIAC PERRETTE, PRESIDENTE DE DISCOVERY NETWORKS INTERNATIONAL: «ESPAÑA ES UN MERCADO CLAVE» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	13	1
20/02/15	MEDIAPRO CREA UN CANAL DE LA LIGA EN AMÉRICA / EXPANSION	14	1
20/02/15	RTVE RECONOCE UNAS PÉRDIDAS DE 132,9 MILLONES EN 2014 / EL ECONOMISTA	15	1
20/02/15	UNA MIRADA SOTA EL VEL. Mònica Bernabé ha estat durant vuit anys l'única corresponsal espanyola permanent a l'Afganistan / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	16	1
20/02/15	FILL DE L'ACLAPARAMENT JUAN TEBA DE MONTES (1943-2015) PERIODISTA I ESCRIPTOR / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	17	1
20/02/15	BOB SIMON (1941-2015) MAESTRO DE CORRESPONSALES / ABC (EDICION CATALUÑA)	18	1
20/02/15	RECONOCIMIENTO AL EDITOR DE ANAGRAMA EL PERIODISMO CULTURAL RECONOCE A JORGE HERRALDE CON EL PREMIO «RESSENYA» / ABC (EDICION CATALUÑA)	19	1
20/02/15	LOS LÍMITES DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN por Carles M. Canals / EXPANSION (CATALUÑA)	20	1
20/02/15	LA CCMA UNIFICA LES DELEGACIONS DELS SEUS SERVEIS INFORMATIUS / DIARI DE GIRONA	21	1
20/02/15	MITJANS COM A ESTRUCTURA D'ESTAT / EL PUNT AVUI	22	1
20/02/15	EL DIARI D'UN FRACÀS JA ES POT LLEGIR A LA XARXA / ARA (COMARQUES GIRONINES)	23	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/02/15	PERIODISTES DEL 'DAILY TELEGRAPH' DENUNCIEN CENSURA / ARA	24	1
20/02/15	EN CLAVE EMPRESARIAL LA HERENCIA DE UNA RTVE INEFICIENTE / EL ECONOMISTA	25	1
20/02/15	LA CCMA UNIFICA LES DELEGACIONS TERRITORIALS / EL PUNT AVUI	26	1
20/02/15	PROTESTA ATV3 PEL FITXATGE D'UN DIRECTIU / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	27	1



# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





## LA CRÒNICA

Gemma Busquets



## El periodisme del procés

Escrivía Gaziel en el seu llibre de memòries *Tots els camins duen a Roma* que els periodistes ens trobem que hem d'interpretar fets del present que els historiadors, com a passat, sabran valorar amb els anys. I en certa manera els periodistes que van protagonitzar la primera taula rodona de la Setmana dels Rahola van fer aquest exercici de reflexió de l'ofici i les seves servituds, davant d'un centenar d'estudiants reunits a la sala de graus de la Facultat de Lletres de la UdG, a propòsit del moment històric més transcendent que viu Catalunya en els últims 40 anys: el procés.

Sota el títol *Processant el procés. El paper dels mitjans de comunicació en el debat sobiranista*, els ponents a la taula van fer periodisme del procés, una espècie de *qui és qui* de les teles, ràdios i diaris, en un vessant més didàctic i no d'enfrontament dialèctic. No hi va haver periodisme de trinxera a les Àligues sinó un *fair play* entre competidors però col·legues. El director d'El Punt Avui Comarques Gironines i director adjunt d'El Punt Avui, Jordi Grau, va obrir la primera ronda d'impressions tot recordant les etiquetes que ideològicament acompanyen els mitjans. Grau va destacar la "normalitat" amb què aquest diari aborda el debat sobiranista amb un titular amb vocació provocadora: "Som independentistes" i que va matisar, més tard, per l'aposta des de sempre que ha fet El Punt Avui pel dret a decidir. En aquest sentit va recordar la iniciativa duta a terme fa tres anys amb la secció *Catalunya vol viure en llibertat*. De la normalitat del procés, a la responsabilitat que segons el cap de continguts de la Cadena SER a Catalunya, Jaume Serra, tenen els periodistes envers lectors, oients i



**Els participants en la taula rodona.** D'esquerra a dreta, Jaume Serra, de la SER; Jesús Badenes, del 'Diari de Girona'; Jordi Grau, d'El Punt Avui; Oriol Mas, de TV Girona, i Albert Requena, de Catalunya Ràdio ■ JOAN SABATER

espectadors. Serra va posar èmfasi en el tractament que ha fet l'emissora d'explicar Catalunya més enllà de l'Ebre i es va mostrar descontent quan es posa al mateix sac els mitjans amb la seva matriu espa-

No hi va haver periodisme de trinxera a les Àligues, sinó un *fair play* entre competidors i col·legues

nyola. Jordi Grau, d'El Punt Avui, va apuntar que la SER és una "excepció" i ho va contraposar amb l'actitud de TVE i RNE o de capçaleres com ara *La Razón* i l'*ABC*. Jaume Serra va recordar que tot i la lògica

empresarial de ràdios i teles, "hi ha marges per exercir el periodisme" i va insistir que mai s'ha sentit limitat com a professional. I l'objectivitat? Aquest mantra que s'ensenya a les facultats, és possible quan es parla d'independència? Ho va posar sobre la taula el moderador, el cap d'informatius de TV Girona, Oriol Mas. El redactor de política del *Diari de Girona*, Jesús Badenes, va concloure que l'objectivitat no existeix com a tal, des del mateix moment de la selecció de notícies, i en tot cas es pot ser "intersubjectiu i plural". I va apuntar la idea que el debat sobiranista ha deixat en segon terme altres qüestions. Jordi Grau va replicar que "el procés és política, però també economia i les

necessitats de la gent". Des de Catalunya Ràdio, el seu delegat a Girona, Albert Requena, va negar les crítiques dels que els acusen de donar només veu als partidaris del procés. Per això del poder que encara exerceix la veu, els dos periodistes de ràdio, Albert Requena i Jaume Serra, van coincidir que es fa difícil destriar les emocions quan es cobreixen segons quins actes.

Del repte del periodisme que veia Gaziel en la urgència en l'anàlisi a la base del periodisme que és preguntar, tal com va recordar Oriol Mas, quan cap dels estudiants en va sentir la necessitat en el torn obert de paraules. I aquest és el mal: si no hi ha preguntes no hi ha periodistes. ■



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





## Tuitaires Tot pel partit

# Objectiu: esdevenir el 'partit de Twitter'

## Els aparells afinen la maquinària 2.0 de cara a les municipals

DAVID PARREÑO MONT  
GIRONA

Queden lluny els anys en què les campanyes electorals es basaven només en espots televisius i enganxades de cartells. Cada cop més, els partits decideixen organitzar-se per aprofitar les xarxes per arribar als seus votants. De grups de WhatsApp a xarxes de ciberactivistes, són diferents les maneres amb què els partits, amb més o menys encert, han sumat les eines digitals com una manera més de propaganda per a les eleccions municipals d'aquest any.

### Batalla electoral 2.0

Tots els partits recelen d'explicar la seva estratègia en xarxes socials, però en revelen algunes particularitats. A CiU reforcen la dinamització interna i fan tallers de xarxes socials per als membres del partit, segons explica la responsable gironina de les xarxes socials, Sònia Cebrian, i a ERC compten amb un miler d'activistes -anomenats *erc-tivistes*- que fan bullir l'olla a les

xarxes socials en favor del partit, segons dades de la secretària nacional 2.0, Meius Ferrés. El PSC, per la seva banda, pretén utilitzar les xarxes com una eina de proximitat per als seus candidats, segons remarca Marc Lamuà, secretari d'organització del partit a les comarques gironines. Els diferents partits a escala municipal també acostumen a tenir les seves pròpies campanyes, com CiU de Lloret de Mar, que utilitza l'etiqueta #voluntatde-renovació, i el PSC de Blanes, que fa servir #Municipals2015 per informar de la precampanya.

"L'estratègia més efectiva és intentar buscar el discurs que connecti amb la teva gent, així de difícil i complicat", afirma el consultor estratègic de comunicació *online* Francesc Grau. Els que aprofiten més les xarxes socials per connectar amb els simpatitzants són partits que tenen poca representativitat i pocs recursos econòmics. En aquest sentit, Biele de Montserrat, responsable de comunicació de la CUP Girona, assegura que la seva formació no s'ha hagut d'adaptar a aquests nous formats:



"Hem anat creixent paral·lelament a la consolidació del món 2.0".

Esquerra Republicana, com han fet altres partits i empreses en alguns moments, compta amb un consell 2.0, format per 25 experts en comunicació digital del partit, que revisen constantment els comptes del partit, assessoren els dirigents i estan avisats de les seves declaracions en mitjans. Per Trina Milan, antropòloga i consultora d'internet, "si els continguts sempre són els

**Militància**  
La seva implicació és bàsica per ajudar a fer de taca d'oli

que diu el partit, i els que mouen els continguts són els mateixos gestors del partit, em mereixen la mateixa confiança que el programa electoral controlat pel partit".

**Realment són tan determinants?**  
"Val més un candidat que interacciona, conversa i es relaciona amb els veïns de manera regular, que el millor equip de campanya digital", rebla Aleix Cuberes. Aquest polítològic consultor de comunicació pública

## Partits, militants i trols, units al ple de l'Ajuntament de Girona

D.P.M.  
GIRONA

**En directe**  
Poques poblacions han apostat per fer els plens en viu

Al ple de l'Ajuntament de Girona, retransmès per internet, els comptes de partits i militants s'ixen al voltant de l'etiqueta #plegirona per comentar-lo en directe i interpellar els regidors. "És com un termòmetre", comenta l'escriptor, empresari i lobista Josep Campmajó. "És interessant que hi hagi un debat paral·lel que fomenti la participació i, des de casa, en alguns moments em puc absentar", assegura Campmajó.

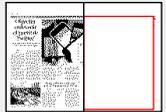
Hi ha, però, una part fosca. Perfiles falsos, com Marranota Catala-

na o Trabucaire de l'Onyar enterboleixen l'ambient i treuen de polleguera membres d'alguns partits. Albert Piqué, militant d'ICV i ex-assessor del grup municipal de Girona, rebutja aquestes pràctiques: "T'estàs tirant pedres a la teulada, és absurd si el que es busca és promoure la participació ciutadana". Campmajó calcula que al voltant del ple de Girona s'han creat una vintena de comptes falsos.

La retransmissió dels plens dels ajuntaments en *streaming* es va promocionar en alguns municipis com a exercici de transparència. Però encara no està generalitzada, només algunes poblacions hi han



Imatge d'una votació en un dels plens de l'Ajuntament de Girona d'aquesta legislatura, que s'han començat a emetre en directe per *streaming*. ACN



# “Hi ha comptes falsos a tots els partits”

## Els experts dubten de l'efectivitat de les piulades partidistes i dels perfils falsos

D.P.M.  
GIRONA

Es fa dir Lucía Rico (@luciarico12), es defineix com una “española de pura cepa, single i peperera” i només difon tuits d'Andrés Cano, regidor del PP de la Bisbal d'Empordà, i d'altres membres del partit. En realitat, la dona de la foto del perfil es diu Hana Rošická i és la responsable en màrqueting d'una elèctrica txeca. Aquest és un dels 23 bots –perfils gestionats amb un programa informàtic– que utilitzaria el PP gironí, segons denuncia un informe de la plataforma en contra l'spam polític Twitter Bots.

En aquest entramat, segons l'informe, hi figuren tant comptes falsos com perfils d'agrupacions locals com Sant Feliu de Guíxols, Llagostera, Palafrugell o Llançà. En total serien responsables de desenes de milers de missatges a les xarxes socials per “inundar amb la seva propaganda un públic objectiu seleccionat” i desgastar els adversaris polítics, principalment l'independentisme i Podem.

### Perfils falsos com a estratègia

El col·lectiu Twitter Bots apunta Cano com a administrador d'aquesta xarxa, ja que és el més reutilitzat pels comptes detectats. El regidor de la Bisbal, que es presenta com a responsable de les xarxes socials del Partit Popular Català,

nega a l'ARA la informació publicada per Twitter Bots: “Quan et fan aquestes coses és perquè els estàs molestant i això vol dir que ho estem fent bé”. Cano reconeix que es va crear un “fort” equip de comunicació encarregat d'obrir comptes corporatius dels municipis on tenen militants. “Es creen aquestes pàgines, s'hi aporta tot i el dia de demà es donaran als regidors”. Diverses seccions locals també reconeixen que el seu compte és gestionat de manera centralitzada.

“Ens vam posar realment a difondre els missatges del PP deixant clar que no ens deixem acovardir per l'amenaça independentista”, explica Andrés Cano. Precisament, el periodista Saül Gordillo denuncia al seu llibre *Sobirania.cat* “l'aparició d'usuaris suposadament espontanis a les xarxes socials que intervenen sobre l'actualitat política catalana” i ho relaciona amb l'estratègia del govern espanyol per frustrar el procés català.

### Ningú ho reconeix, tothom en té

Els experts consultats desacrediten aquesta pràctica. “És un recurs totalment contrari a les xarxes socials”, segons el consultor Francesc Grau. L'antropòloga Trina Milan afirma: “És feina de molt poca qualitat. A internet es nota tot i qui fa això és perquè directament desconeix el mitjà o l'hi ha encarregat a una empresa que tampoc el coneix”, mentre que el politòleg i consultor Xavier Peytibi creu que no funciona i que té poca repercussió.

Cap partit reconeix utilitzar perfils falsos, però s'acusen els uns als altres de recórrer a aquesta pràctica. Josep Campmajó, responsable de la campanya digital d'Agustí Benedito a la presidència del Barça, assegura que tots els partits recorren a trols i per il·lustrar-ho explica que al seu equip de campanya hi ha una unitat per detectar perfils falsos. Andrés Cano, preguntat per aquesta qüestió, és clar: “De comptes falsos n'hi ha, però a tots els partits”.

assegura que “una bona reputació digital ajuda a guanyar eleccions, però es poden guanyar eleccions sense les xarxes socials”. En canvi, segons el també politòleg i consultor Xavier Peytibi, “sense la xarxa és complicadíssim avui guanyar una elecció”. Peytibi afirma que “tenir més o menys seguidors no és important, sinó que fan aquests seguidors per difondre continguts, per fer campanya per tu, i per ajudar-te a aconseguir presència, online i al carrer”.

**Smartphones amb la pantalla d'origen dels comptes de Twitter de cinc formacions polítiques de les comarques gironines: ICV, PP, Podem, CDC i la CUP.**

RUTH MARIGOT

apostat de veritat i la situació varia depenent del cas. A Girona, que té Carles Puigdemont d'alcalde, un fervent i reconegut usuari de les xarxes socials, sobretot Twitter, va començar en aquesta legislatura. El primer any hi havia estones amb un centenar de persones connectades simultàniament. Però els plens sovint són maratònics –han arribat a durar unes set hores– i l'interès sembla que ha baixat fins a una trentena de seguidors simultanis. A Palafrugell l'Ajuntament afirma que cent vint persones acumulades de mitjana segueixen el ple, mentre que a Figueres la retransmissió s'encarrega a Empordà TV, que xifra els seguidors entre setanta i cent. Blanes ha estrenat el servei en fase de proves aquest mes de gener, després de perdre la televisió local que els retransmetia.



### Rànquing

Aquesta és la llista dels partits més seguits al Twitter a les comarques gironines. Destaca la irrupció de Podem, que no té representació.

4,400  
@cupgirona

2,200  
@PODEMGirona

1,700  
@Cs\_Girona

1,200  
@esquerragirona

900  
@PPC\_Girona

800  
@ciugirona

700  
@UnioGirona

600  
@ICVcomquesgi

600  
@ICVEUIA\_Gi

600  
@PSCComGironines

600  
@CDC\_FGirona

100  
@SocialistesGi



10  
CULTURA  
20.02.2015

HUMOR GRÀFIC XAVIER ROCA / JAUME VIDAL

# Riure per no plorar

L'Avi, Jap, Torrent, Tharrats, Fer i Garner, els humoristes gràfics d'El Punt Avui, parlen de l'humor

No és fàcil explicar el món cada dia amb un dibuix caricaturesc. Sota l'aparent innocència d'un traç ràpid i espontani, de diàlegs curts i d'enganyosa aparença simple, es troben crítiques demolidores a fets injustos, situacions d'adversitat, paradoxes de la vida quotidiana, gestos inoportuns de polítics, gestions professionals impròpies i tot un reguitzell de bocins de vida que inclouen si neva o si fa sol. No és fàcil ser humorista gràfic, diem, perquè sovint l'humor cou més que l'alcohol en una ferida. Sobretot perquè mostra una veritat que els interessats voldrien obviar. I no cal recordar les tràgiques conseqüències que té enfrontar-se a la intolerància. El suplement Cultura ha volgut reunir els humoristes gràfics d'El Punt

Avui i parlar d'aquest vessant periodístic. Vam seure al voltant d'una taula amb L'Avi, Joan Tharrats, Anthony Garner, Jap, Fer i Xavi Torrent, tots ells dibuixants de la casa juntament amb Jordi Soler, que no va poder assistir a la trobada.

**XAVI TORRENT**  
Ara, la correcció política fa que tothom et digui què has de fer, es vol intervenir en la teva feina. Hi ha poca capacitat de crítica i d'acceptar opinions alienes

dicat." Al seu torn, Joan Tharrats hi afegeix concepte: "També tinc una mica de filòsof. No ho sóc però extrec conclusions de l'observació de la vida quotidiana, faig aforismes..." Rebla Anthony Garner: "La meua intenció com a humorista gràfic és fer riure i també fer reflexionar." Aquí fa diana Garner, l'humor no sempre és riure. L'humor pot ser seriositat reflexiva amb el recurs de la distorsió de la realitat. Per a Jap, l'humor dels ninotaires té

unes arrels que es perden en el temps: "Els humoristes som com els antics bufons, vivim del poder, que és qui ens paga, però en canvi ens posem al costat de les causes perdudes."

“

**GARNER**  
L'humor expressa molt bé com és una societat. En una societat més lliure es poden acceptar idees diferents, i això es reflecteix

viure de prop l'atemptat mortal de l'extrema dreta a la revista satírica *El Papus*. De poc li va anar, ja que en el moment d'esclatar la bomba es dirigia cap a la redacció. "L'humor resulta més ofensiu que les paraules serioses. A *El Papus* van posar la bomba per una portada on sortien uns falangistes." Fer recorda aquell moment en què el conserge de la finca, José Peñalver, va perdre la vida: "Estaven arribant amenaces des de feia temps, i els responsables de la revista van donar ordres a la telefonista que no digués res a la redacció. Podíem intuir certes coses, però no sabíem res del que podia succeir fins que va passar el desastre."

Com ara ha passat amb l'atemptat *Charlie Hebdo*, el cas *El Papus* va provocar indignació popular i una ràpida reacció del sector que va treure immediatament un llibre al carrer per donar suport als familiars de la víctima. Molt de rebombori, però, com recorden els dibuixants, mai no es va aclarir el cas.

**Els límits de l'humor**

La conversa amb els ninotaires porta a un

**Per què es tem els humoristes?**

Els humoristes gràfics no n'han de tenir prou de fer la gracieta, han d'anar més lluny. Així ho veu L'Avi: "Un acudit ha de ser com un cop de puny." Per això aquestes pacífiques agressions fetes amb llapis i tinta tenen una resposta escrita en sang de debò. L'Avi va ser un dels humoristes que van



dels problemes amb què s'enfronten cada dia. On es troben els límits de la crítica? Quina és la frontera que marca la ironia de l'ofensa? Tots ells estan d'acord que s'imposen uns límits. El que sempre s'ha anomenat autocensura. I que perceben com pitjor que la censura imposada, perquè és una lluita contra les pròpies conviccions. El ninotaire Fer creu que en la situació actual "hi ha temes que no es poden tocar. No et pots ficar amb l'integrisme islàmic, ni criticar la situació de la dona en aquests països". Tharrats, al seu torn, opina que "es pot fer humor de tot, però no amb tothom. Es pot parlar de tot; que sigui ètic o no, ja és una altra cosa.

“

**THARRATS**  
Tenim l'avantatge, i també l'inconvenient, de plasmar en un sol dibuix allò que altres expliquen en molts caràcters

Reportatge



l'àmbit de l'humor gràfic on es marquen fronteres. "Quan escrivs guions per a televisió també passa: si fas un esquetx sobre taxistes, el gremi del taxi que queixa. La broma quan et toca de prop és més difícil d'acceptar."

Tots se senten tocats pel tema de l'atemptat a *Charlie Hebdo*, però per a Xavi Torrent, "si els assassins no haguessin estat islamistes, s'hauria fet tant rebombori?". I recorda l'ús antiislamista que se n'ha fet d'aquest atemptat: "I no hem d'oblidar el gran nombre de massacres que es produeixen a tot el món cada any i que ràpidament s'obliden."

#### Fer riure avui

Per a Garner, "l'humor reflecteix molt bé com és una societat. En una societat més lliure es poden acceptar idees diferents, i això es reflecteix. Ara estem vivint un moment molt conservador."

L'Avi fa referència a un episodi que va passar no fa gaires mesos i que va portar a un grup de col·laboradors d'*El Jueves* a crear la seva pròpia revista d'humor a la xarxa, *Orgullo y satisfacción*. "A *El Jueves*, la famosa portada [es va poder veure a les xarxes socials, però no va sortir mai im-

presa] que es va retirar i que va provocar la dimissió d'un grup de dibuixants no va ser retirada per ordres de la Casa Reial sinó de l'editor, la qual cosa és molt més greu." També pensa que en l'època de la Transició hi havia un marge més ampli per a la irreverència en l'humor: "Ara hi ha la censura del que es considera políticament correcte, de seguida et poden acusar de racista o de masclista, abans això no passava."

Del mateix parer és Xavi Torrent: "A l'època de la revista *Barra-bás*, d'humor sobre esports i que vaig conèixer de jove, s'acceptaven més coses. Ara, la correcció política fa que tothom et digui què has de fer, es vol intervenir en la teva feina. Hi ha poca capacitat de crítica i d'acceptar opinions alienes."

Per a Tharrats, "hem canviat la cultura de la crítica per la cultura de la queixa. Em sembla que la ironia s'està perdent, ara es porta més el sarcasme i la paròdia. I la parò-

dia entredreix el personatge. Parodiant, l'humanitza, encara que sigui un dictador." I enllaça amb aquesta idea L'Avi: "Per això ara els polítics volen sortir a *Polònia*. Si no hi surts no ets ningú."

#### Humor català

La universalitat o la localització de l'humor és un tema que mai no es defuig en un debat entre humoristes. Per a Jap, "l'humor és un llenguatge universal, les mateixes coses fan gràcia a tot arreu". Tharrats creu que "hi ha uns esquemes que sempre funcionen, i després s'hi afegeixen coses pròpies, que s'adapten a cada realitat cultural. I hi ha tòpics que no sempre són certs; es diu que l'humor britànic és fi i subtil, però Monty Python o *Els joves* no ho són, per tant no podriem parlar d'un humor català de manera estricta".

Amb què sí que estan tots d'acord és el mestratge de Perich en l'humor català.

Per a L'Avi, "tenia la virtut de ser intemporal. No feia la caricatura d'un ministre concret, sinó que era un símbol, i per això els seus dibuixos encara funcionen plenament". Per a Tharrats, "Perich, amb els seus acudits, anava directe a atacar el poder i la estupidesa humana".

#### Futur humor gràfic

Amb la crisi de la premsa, els humoristes gràfics es plantegen el seu futur. "La gent ja no té temps per agafar un diari, però nosaltres tenim l'avantatge que no fa falta temps per llegir-nos", diu Jap. Fer creu que fan una funció i que hi ha una demanda del seu treball: "Quan al metro veus algú que llegeix el diari i riu, penses que l'objectiu està complert."

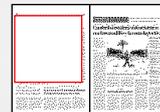
A més dels diaris, l'altre espai natural dels humoristes gràfics són les revistes d'humor. Però també viuen la seva crisi. Segons Tharrats, "la gent jove ja no compra *El Jueves*, la compra gent de més de quaranta anys. Els estudiants ni tan sols agafen els diaris que es reparteixen de franc a les universitats". Garner destaca una de les darreres iniciatives en paper: "Una idea interessant és la de la revista *Mongolia*. Però es troba a faltar que n'hi hagi més. Hi ha idees i talent, però fan falta diners." \*



**JAP**  
Un acudit és bo no quan fa gràcia, sinó quan fa empenyar algú



**FER:**  
Ara la gent ja no explica acudits com abans, que els explicava al bar o a la feina, ara els reenvia per WhatsApp



**REPORTATGE** | Els fotoperiodistes han cedit els seus arxius fotogràfics al Centre de la Imatge de Mas Iglesias de Reus

# Un homenatge al fotoperiodisme

Cent fotografies plasmen la mirada dels reporters Miquel Anglarill, Agustí Carbonell, Guillermina Puig i Salvador Sansuan en una exposició que testimonia la vida social i política dels anys 70 als 90

ESTER PAGÈS

Cap descripció serà prou bona per explicar què es pot veure en una fotografia. I més si les imatges les han captat quatre fotoperiodistes que han esdevinguts els caps de fotografia en els mitjans de comunicació que han treballat i que han sabut captar a través del seu objectiu i amb molta sensibilitat retalls de la història més recent del nostre país.

Entre les 104 fotografies exposades a la mostra, *Anys de Transició. Una mirada de quatre fotoperiodistes*, del Museu de Reus podem trobar des de l'alcalde de Barcelona, Pasqual Maragall conversant amb la vídua de John Lennon, Yoko Ono, l'any 1989 passant pel retorn de l'exili del president de la Generalitat, Josep Tarradellas el 1977 fins a una imatge tan recurrent com tres monges esperant l'arribada del Papa Joan Pau II però que una d'elles distreta ensenya, sense voler-ho, la cuixa.

Cadascun dels fotoperiodistes -Miquel Anglarill, Agustí Carbonell, Guillermina Puig i Salvador Sansuan- han seleccionat lliurement les fotografies que s'emmarquen entre mitjans de la dècada dels setanta fins a la meitat dels anys noranta, per un motiu o per un altre.

Uns han considerat important la importància del personatge, és el cas del treball de la Guillermina Puig que la majoria de les fotografies provenen d'entrevistes a figures conegudes com a Juanjo Puigcorbè amb Josep Maria Flotats, la desapareguda actriu, Anna Lizaran o l'actriu francesa, Jeanne Moreau, entre d'altres.

O d'altres reporters que han escollit l'impacte de la notícia



D'esquerra a dreta, Guillermina Puig, Miquel Anglarill, Salvador Sansuan i Agustí Carbonell. FOTO: ALBA MARINÉ



Aquesta és una de les fotografies d'Agustí Carbonell, una imatge de l'any 1992 on apareixen 'Els sis magnífics' en barca. FOTO: ALBA MARINÉ

tòrics que es representen en manifestacions multitudinàries, fets com la Barcelona Olímpica o personatges que ocupaven l'atenció mediàtica d'aleshores.

En qualsevol cas, l'exposició que es podrà visitar fins al 21 de març, vol ser un homenatge a la tasca professional d'aquests periodistes gràfics i vol reivindicar la importància de preservar el seu fons, ja que es tracta d'un arxiu fotogràfic del darrer quart de segle més important de Catalunya.

## Cessió al Centre de la Imatge

És per aquest motiu que els fotoperiodistes han cedit bona part de les imatges que han fet durant els seus anys de vida laboral -a hores d'ara tots quatre ja estan jubilats- al Centre de la Imatge de Mas Iglesias de Reus (CIMIR).

Amb aquesta donació, el CIMIR enriquirà de manera important el seu apartat de fotoperiodisme i reforçarà el seu posicionament com a centre de referència en la preservació, documentació i difusió de la fotografia.

Segons va explicar la directora del Museu de Reus, Anna Figueras, aquesta exposició «vol fer visible el treball del Centre de la Imatge, una feina que no es veu com la preservació del material. D'aquesta manera, volem donar a conèixer la tasca que desenvolupa i apropar la fotografia al públic exposant-la al Museu que es troba al nucli de Reus».

De fet, la importància de cedir aquest fons s'explica en un vídeo en format entrevista als mateixos reporters que es pot visualitzar a través d'un codi QR instal·lat al costat de la presentació de cada fotoperiodista que permet conèixer també el criteri de la selecció de les fotografies.

com una manifestació a Via Laietana l'any 1988 o un ple d'investidura del president de la Generalitat Jordi Pujol, el 30 de maig de 1984 d'Anglarill, un acte electoral del PSOE amb Felipe González o una barca plena amb els 'Sis magnífics', tal com va titular Agustí Carbonell, la fotografia que va captar on apareixen junts Joan Antoni Samaranch, president del COI; Jordi Pujol, president de la Generalitat; Narcís Serra, vicepresident del Govern espanyol; Carles Ferré Salat, president del COE, i Josep Miquel Abad, president del COOB'92, tots ells el més pur estil camarot dels germans Marx.

Són per tant, moments intensos, d'altres peculiars i molts his-



## JEAN-BRIAC PERRETTE

Presidente de Discovery Networks International. El ejecutivo, en Madrid con motivo de los premios Born To Be Discovery Awards, desgrana la estrategia de este gigante de los medios y explica por qué aumentaron su inversión en el mercado televisivo español tras el estallido de la crisis en 2008

# «ESPAÑA ES UN MERCADO CLAVE»

FÁTIMA ELIDRISSI MADRID

En los últimos 30 años, Discovery ha hecho de explorar el mundo y satisfacer la curiosidad de los espectadores su *leitmotiv*, convirtiéndose por el camino en la primera compañía a nivel mundial de televisión de pago, llegando a más de 3.000 millones de abonados, en más de 220 países y territorios, a través de 329 canales con programas disponibles en 45 idiomas. En España, el grupo mediático está presente desde 1995 y actualmente lleva una estrategia híbrida con cuatro canales de pago y su buque insignia: el canal en abierto Discovery MAX. Pero, ¿qué interés podía tener esta macrocompañía en el mercado televisivo nacional? JB Perrette, presidente de Discovery Networks International, en Madrid con motivo de la entrega de los I Premios Born To Be Discovery, lo explica.

«España es un mercado clave para nosotros. Cuando mucha gente se estaba yendo y sacando su dinero, especialmente después del estallido de la crisis en 2008, miramos la situación y pensamos este es un gran país y un gran mercado. Nadie debería irse, sino invertir más capital» afirma el responsable de la estrategia de esta compañía de vocación internacional. Al tiempo que reconoce la visión de Fernando Jerez, director general de Discovery en España, que convenció a sus superiores, primero, de que el mercado se recuperaría, y segundo, de la oportunidad que suponía in-

«NUESTRO OBJETIVO ES ENCONTRAR PERSONAJES, INVERTIR EN ELLOS Y LLEVARLOS AL RESTO DEL MUNDO»



JB Perrette, presidente de Discovery Networks International, durante la entrevista. FOTOS: SERGIO ENRÍQUEZ-NISTAL

vertir en ese momento.

«Lanzamos Discovery MAX en abierto e invertimos más en nuestro contenido local. Y si ahora apreciara la oportunidad de hacer más la aprovecharíamos», añade en referencia al constante crecimiento de esta marca global que en los últimos años se ha hecho con el control de Eurosport Inter-

national, ha adquirido el grupo de comunicación SBS Nordics en Escandinavia, Switchover Media en Italia o Fatafeat en Oriente Medio.

Porque como no se cansa de repetir, la clave del éxito de Discovery es su mezcla de ambiciones, contenidos e historias globales con una gestión centrada en lo local: desde los empresarios que dirigen cada

negocio en el mundo hasta la forma de programar y pensar en sus audiencias. Y señala como ejemplo el programa de Frank Cuesta *Wild Frank*. «Lo vamos a llevar a Latinoamérica, al resto de Europa y posiblemente a Estados Unidos. Nuestro objetivo es encontrar historias y personajes sin importar de dónde son, invertir en ellos y hacer-

lo no sólo para el mercado nacional, sino para llevarlos al resto del mundo. De lo local a lo global y de España al mundo», cuenta Perrette.

De cara al futuro, tanto en España como en el mundo, el límite es el cielo. O más concretamente en el mercado nacional y en palabras de Jerez: «La única forma de sobrevivir es seguir creciendo. En abierto queremos mejorar la parte local del canal y mostrar los talentos de nuestro país, así como aumentar el tamaño de Discovery Channel en la televisión de pago y desarrollar más Eurosport», explica. Aunque por el momento toca esperar. «Ahora mismo la situación en España es muy incierta y todas las compañías de televisión están esperando las decisiones del Gobierno. 2015 es además un año especial con las elecciones», añade el responsable del grupo en nuestro país.

Volviendo a la perspectiva macro, Perrette insiste: «Nuestra ambición es aumentar nuestras audiencias en todos los mercados en los que operamos». De hecho a mediados de 2014, y por primera vez en su historia, los ingresos internacionales de Discovery sobrepasaron los ingresos de la matriz estadounidense. De ahí que señale el control de Eurosport como una pieza clave para crecer «no sólo en el espacio de no ficción, que es el núcleo de nuestra historia, sino en otros géneros», explica. «Eurosport es una plataforma que sobrevivió y lo hizo muy bien durante 25 años a nivel paneuropeo, pero no había hecho esa transición a lo local. Nosotros tenemos la infraestructura para ser locales por lo que era la sinergia perfecta».



El Barça-Real Madrid del próximo 22 de marzo se jugará a las 21 horas, la más favorable para captar público americano.

# Mediapro crea un canal de la Liga en América

**TELEVISIÓN** El proyecto quiere fidelizar 'fans' y buscar patrocinadores.

**Marc Menchén.** Barcelona

La Liga de Fútbol Profesional (LFP) asume que para reducir la gran diferencia de ingresos por televisión que existe con la Premier League deben mejorar muchas cosas. La primera, la escasa implantación de la televisión de pago en España, pero también la escasa presencia de sus clubs en el exterior. De ahí que la patronal prepare el lanzamiento de un canal propio para América Latina y EEUU de la mano de Mediapro.

La idea es diseñar una parrilla televisiva similar a la de GoIT, el canal de fútbol de la productora catalana, pero sin la emisión de partidos de la Liga BBVA en directo. Ello se debe a que estos derechos ya están en manos de otros operadores, como beIN Sports (EEUU y Canadá), Sky (México y Centroamérica) o ESPN (Brasil). "Está concebido como una herramienta para buscar patrocinadores en todo el continente", explican desde Mediapro.

El inicio de las emisiones se espera para los próximos meses, ya que primero deben negociar su distribución con las plataformas de pago. Por ahora se desconoce cuánto dinero podría aportar este proyec-

to a la LFP, cuyos ingresos por televisión en el extranjero apenas suponen 200 millones de euros. Esta cifra contrasta con los casi 1.200 millones que podría embolsarse durante las próximas temporadas la Premier, sobre todo por su fuerte arraigo en Asia.

## Sociedad conjunta

Este canal de televisión forma parte de los proyectos que la LFP y Mediapro canalizarán a través de Spanish Soccer International Marketing, una agrupación de interés económico (AIE). El objetivo es "centralizar bajo el paraguas de la LFP la venta conjunta de activos publicitarios y de marketing de LFP y Mediapro". De esta manera, se crearía un "escenario favorable para la internacionalización del negocio y captación de nuevos ingresos", según la memoria de la patronal del último año.

El acuerdo abarca las próximas tres temporadas, pero desde el grupo que lidera Jaume Roures recuerdan que co-

**Mediapro se ha aliado con la LFP para buscar patrocinios e internacionalizar la Liga BBVA**

laboran desde hace dos años con la Liga BBVA en la búsqueda de patrocinios y publicidad. "La LFP tiene algunos activos vinculados a su marca y Mediapro aporta los de algunos clubs", indican desde la compañía, titular de los derechos de casi el 90% de equipos. "Se buscan patrocinadores como Liga", matizan.

La iniciativa en América va en paralelo a la estrategia en China, Sudeste Asiático, Oriente Medio y Norte de África, regiones en las que la LFP quiere elevar su negocio. "Son de las mayores bases de aficionados y seguidores de nuestra liga a nivel global", aseguran desde la patronal presidida por Javier Tebas.

En China, por ejemplo, la temporada anterior se cerraron tres acuerdos de publicidad: Sunrain, empresa de energía solar; Pinlive, de alimentación, y Fantasy, de videojuegos. También se firmó un importante acuerdo con Charm Communications, que podría abrir a la LFP las puertas a más de 300 posibles patrocinadores. Por ahora, todos por debajo del nivel de ingresos que representan Huawei y Sockatyes, dos de los patrocinadores globales de la Liga de Fútbol Profesional.



## Los números de la Corporación

En millones de euros

CONCEPTO	2014 (PRESUPUESTO)	2014 (CIERRE)***	2015 (PRESUPUESTO)	VARIACIÓN PRESUPUESTO 2014/2015 (%)	VARIACIÓN PRESUPUESTO 2014/CIERRE 2014 (%)	VARIACIÓN CIERRE 2014/ PRESUPUESTO 2015 (%)
Importe neto de la cifra de negocios	51,57	41,83	44,37	-13,96	-18,89	6,07
Consumo programas TVE y RNE	286,08	330,68	292,26	2,16	15,59	-11,62
Otros ingresos de explotación	896,07	799,025	906,26	1,14	-10,83	13,42
↳ Accesorios	11,26	-	9,237	-17,97	-	-
↳ Subvención Admon. del Estado	293,469	292,7	293,468	0,00	-0,26	0,26
↳ De otros (teles, tasa radioeléctrica)	591,34	500,8	603,557	2,07	-15,31	20,52
<b>Gastos de personal</b>	<b>349,94</b>	<b>362,5</b>	<b>371,75</b>	<b>6,23</b>	<b>3,59</b>	<b>2,55</b>
Otros gastos de explotación	242,442	237,225	238,52	-1,62	-2,15	0,55
Amortización	51	16,9	52,2	2,35	-66,86	208,88
Resultado del ejercicio	0	-134,5	0	-	-	-

(\*) Gasto previsto al cierre del año. Unos 12,5 millones por encima de lo presupuestado en 2014. (\*\*) Presupuesto. (\*\*\*) Prevision de cierre del ejercicio 2014.

Fuente: RTVE y Presupuestos Generales del Estado.

elEconomista

# RTVE reconoce unas pérdidas de 132,9 millones en 2014

## El presidente de la Corporación esperaba la inyección de 26 millones extra para reducir el déficit, pero no ha llegado

Á. Semprún MADRID.

RTVE ha cerrado 2014 con unas pérdidas de 132,96 millones de euros, tal y como reconoció el propio presidente de la Corporación, José Antonio Sánchez, en respuesta a una pregunta parlamentaria escrita por el PSOE. El déficit registrado, que supera los números rojos de 113 millones de 2013, está en línea con las últimas previsiones de la radiotelevisión estatal que en septiembre apuntaban a unas pérdidas de 134,5 millones de euros.

Pese a que desde junio la Corporación ya preveía cerrar el ejercicio con un déficit superior a los 130 millones de euros por la caída de los ingresos y el alza de los gastos (los presupuestos de 2014 no incluían los 30 millones de los Juegos Olímpicos de Sochi), Sánchez esperaba ajustar a la baja los números rojos.

Así, el primer espada estaba pendientes de recibir 26 millones de euros extra de las liquidaciones

complementarias de las aportaciones de las televisiones y las compañías de telecomunicaciones con las que suavizar las pérdidas. Fuentes de toda solvencia han explicado a este diario que los 26 millones de euros todavía no han llegado y "hay

**Se retrasa a marzo la aprobación de las cuentas a la espera de los 157,7 millones de las 'telecos'**

una escasa probabilidad de que lleguen en las próximas semanas" por lo que no se pueden contabilizar como ingresos de 2014, tal y como pretendía la dirección de RTVE. "No se puede contar con ese dinero porque no se sabe cuando va a llegar o si llegará en diferido. Esperan contar con los fondos de la li-

quidaciones complementarias en 2015", apuntan las mismas fuentes.

La Corporación, que ha reconocido unos gastos en programación de 321,7 millones de euros frente a los 223,4 millones de 2013, retrasó al consejo de marzo la aprobación de la cuentas de 2014 para ganar tiempo de cara a recibir los ingresos extra y obtener la aportación anual de las *telecos* de 157,7 millones. Aunque ya no se esperan que lleguen los 26 millones, la RTVE tiene que esperar a que en febrero se cierren las autoliquidaciones de las compañías de telecomunicaciones para que lleguen los fondos con que ya están incluidos en la cuenta de ingresos y gastos.

Las pérdidas que arroja RTVE en 2014 son una prueba más del déficit estructural de 100 millones que arrastra la Corporación desde 2012. La pública busca obtener nuevas vías de ingresos para suplir el agujero y ha pedido rescates a Hacienda que no terminan de llegar.



*Mònica Bernabé ha estat durant vuit anys l'única corresponental espanyola permanent a l'Afganistan*

## Una mirada sota el vel

**GEMMA SAURA**  
Barcelona

Ha viscut durant gairebé vuit anys a l'Afganistan, camuflada sota un vel negre fins als peus per passar desapercebuda i accedir a persones i llocs vedats als estrangers. Ha entrevistat mul·lars temuts, s'ha colat en mesquites integristes, ha documentat les confidències de dones que no parlen amb homes. Ha pogut caminar pel carrer com si fos una afganesa –els occidentals no solen fer-ho per seguretat– o viatjar per remotes carreteres sense que ningú sospités d'aquella passatgera tapada amb burca.

“El vel m'ha donat seguretat per exercir la meua feina”, explica la pe-

prés dels atemptats de l'11-S va ser envaït i va saltar a l'actualitat internacional. Després de moltes anades i vingudes, el 2007 es va instal·lar com a reportera freelance a Kabul.

“Si creus en el periodisme-denúncia, l'Afganistan és una mina”, diu Bernabé, que ha compaginat el reporterisme amb l'activisme, al capdavant de l'Associació pels Drets Humans a l'Afganistan.

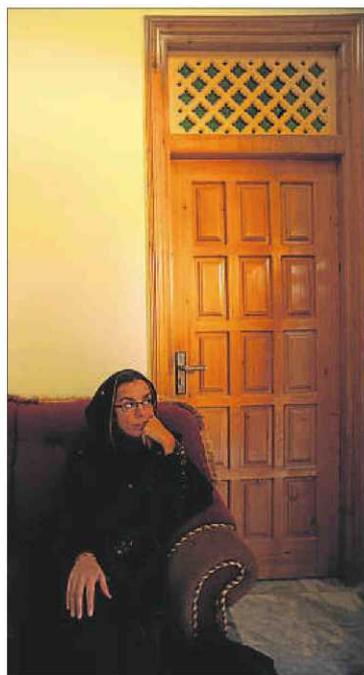
Avui ha deixat Kabul amb un sabor amarg. “Quan vaig arribar era un país destruït per la guerra i des d'aleshores s'ha fet molta feina de reconstrucció. Els mitjans de comunicació s'han desenvolupat i emergeix una nova generació. Però hi ha pocs motius per a l'optimisme. Encara és un país inestable i insegur,

on els senyors de la guerra controlen el poder militar, econòmic i polític, i hi ha una impunitat generalitzada”, lamenta.

També és molt crítica amb la situació de la dona: “A la comunitat internacional no li ha interessat”. Bernabé denuncia la poca pressió sobre les autoritats afganeses perquè facin complir la tirallonga de noves lleis que, sobre el paper, protegeixen els drets de la dona però que són sistemàticament ignorades, en primer lloc per la policia o els jutges. “El matrimoni infantil i forçat s'ha prohibit, però són encara majoritaris. I la violència domèstica, la més brutal, es tracta com un assumpte privat i no un delictes. S'ha perdut una oportunitat d'or, difícilment l'Afganistan tornarà a rebre tants diners i atenció com aquests anys”.

Bernabé s'acaba de mudar a Roma, on escriurà per a *El Mundo*. Serà una vida molt diferent de la de Kabul. “No vull viure més en un país en conflic-

te”, diu. S'han acabat els talls d'electricitat, sortir al carrer mirant sempre enrere i canviant d'itinerari per evitar segrestos, no poder passejar tranquil·la per un parc o entrar en una cafeteria perquè l'espai públic de lleure està reservat als homes. Té por d'avorrir-se a Itàlia? “No, em ve de gust el canvi”, respon. Tot i que, de vegades, la realitat occidental la deixa perplexa, admet. “El que acaba de passar a França i ha posat tan històrics els mitjans d'aquí... Doncs el mateix està passant des de fa temps a l'Afganistan, a Síria, a l'Iraq. No sé de què ens sorprenem, havia d'arribar aquí tard o d'hora. La globalització també és això”.



GERVASIO SÁNCHEZ

**Mònica Bernabé, retratada a Kandahar**

riodista Mònica Bernabé (Barcelona, 1972), que ha estat l'única corresponental espanyola establerta de forma permanent a Kabul i acaba de protagonitzar el documental *Vestida de negre* realitzat per TV3.

La primera vegada que va trepitjar l'Afganistan va ser l'any 2000, després d'assistir a Barcelona a una conferència sobre la dona sota els talibans que la va colpir. Aquell estiu va fer una cosa que delata la seva ànima de reportera: en lloc d'estirar-se en una platja, va passar les vacances al país dels barbuts que dinamitaven budes mil·lenaris, clausuraven cinemes i vetaven l'escola a les noies. Va començar una estreta relació amb l'Afganistan, que des-



MILLAN HERCE / ABC

## Fill de l'aclaparament

JUAN TEBA DE MONTES (1943-2015)

Periodista i escriptor

**O**ficialment va néixer a Madrid, però no hi havia ningú que fos més andalús que ell. El periodista i escriptor Juan Teba de Montes ha mort a Sevilla als 72 anys a causa d'una afecció respiratòria. Teba sempre havia tingut passió per Andalusia i pel sud. La seva veu va ser clau en els anys de la transició com a estendard de les llibertats democràtiques i representant de les reivindicacions històriques dels andalusos.

Temperamental i expressiu com pocs, sempre disposat a polemitzar sobre qualsevol tema, de la política als toros, del costumisme a l'esport, va sembrar les seves idees durant anys a la seva columna *El agobio*, filla directa de la cançó que va popularitzar el grup sevillà Triana en aquells anys predemocràtics, on els fills de l'aclaparament van aconseguir el canvi polític.

Encara que la seva feina en el camp periodístic va començar a *El Correo de Andalucía*, Juan Teba és recordat pel seu pas per TVE, on va impulsar l'informatiu Telesur en la seva desconexió regional, el primer que va començar a tractar Andalusia com una regió amb identitat pròpia, quan ni als diaris provincials de l'època hi havia pàgines destinades a la comunitat.

El 1976, Juan Teba va ser el primer delegat-corresponsal d'*El País*, nomenat. Dos anys després es va col·locar al capdavant de la delegació andalusa del Grupo 16 i va passar a engrandir la llista de

columnistes i periodistes de *Diario 16* d'Andalusia, des del seu naixement l'octubre del 1982, on va escriure fins al 1991.

Amb motiu de l'Expo'92 presenta i dirigeix un telenotícies que s'emetia a Canar Sur. A l'emissora de la Radio Televisión Andaluza participa en diverses tertúlies d'actualitat, al principi sota la direcció de Carlos Herrera i després amb Tom Martín Benítez. També va participar com a tertulià en els programes que María Teresa Campos va presentar primer a Telecinco i després a Antena3.

Juan Teba va ser el periodista que va donar l'exclusiva mundial de la mort del torero Paquirri a la cordovesa plaça de toros de Pozoblanco, quan comunicar-se, i encara més poder arribar a aquesta localitat, era una missió gairebé impossible.

Va obtenir el premi Andalucía de Periodismo dues vegades i va ser autor de quatre llibres: *La Sevilla de Rojas Marcos* (1981); *Los hijos de la Expo*, un llibre d'entrevistes amb els principals impulsors de l'Exposició Universal sevillana; *La metáfora cubana*, un reportatge sobre la situació a l'illa, escrit amb el periodista Manuel Milanés, i la novel·la *No te olvidaré*, que va ser finalista del premi Planeta.

Va pertànyer a l'Asociación de la Prensa de Sevilla des dels seus inicis. Tenia el carnet núm. 14 d'una entitat de la qual va ser vicepresident del 2006 al 2011.

ADOLFO S. RUIZ



**Bob Simon (1941-2015)**

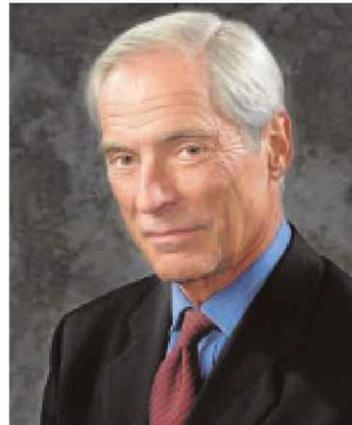
## Maestro de corresponsales

No se perdió ningún gran campo de batalla

En tiempos en los que el buen periodismo parece reñido con la televisión y los contenidos de internacional son un lujo al alcance de pocos medios, Bob Simon seguía ejerciendo a los 73 años su pasión por contar esas historias que no suceden a la vuelta de la esquina. En casi medio siglo de carrera profesional con la cadena CBS, ejerció como corresponsal y enviado especial en cada continente. Sin perderse ninguno de los grandes

campos de batalla desde los años setenta hasta nuestros días. Desde 1967 acumuló un historial de peligros y roces con la muerte que no encajan con su final por un accidente de tráfico en un semáforo de Manhattan.

Simon aportaba la profundidad intelectual de haber estudiado Historia y ser becario Fulbright. En la primera guerra del Golfo fue interceptado junto a su equipo en Kuwait por tropas de Sadam Husein. Sus captores se emplearon a fondo con él durante cuarenta días porque era judío. Ajeno a cualquier noción de jubilarse, como corresponsal senior del prestigioso programa «60 Minutes» aca-



**Robert David Simon** nació el 29 de mayo de 1941 en el Bronx y ha muerto el 11 de febrero de 2015 en un accidente de tráfico en Manhattan. Durante su carrera como enviado especial y corresponsal de la cadena CBS, cubrió casi medio siglo de guerras, crisis y grandes noticias internacionales.

baba de terminar un reportaje producido por su hija sobre las dificultades para encontrar una vacuna contra el virus del ébola.

En casa, Bob Simon tenía una veintena de Emmys y toda clase de premios. Una plusmarca de reconocimiento para un periodista empeñado en contar historias de lejos.

PEDRO RODRÍGUEZ



#### Reconocimiento al editor de Anagrama

### El periodismo cultural reconoce a Jorge Herralde con el Premio «Ressenya»

Unas gafas sin vidrios para demostrar que la buena vista del editor Jorge Herralde sigue fijada en su labor editorial. La Asociación de Periodistas Culturales de Cataluña reconocía ayer con el I premio «Ressenya» la sensibilidad del fundador de Anagrama para con los informadores culturales. «A lo largo de cuarenta y cinco años he recibido premios muy rimbombantes, pero los que considero más importantes son los de los libreros de Oviedo y Madrid y este de los periodistas culturales que han seguido nuestra trayectoria editorial en centenares de ruedas de prensa», agradeció el editor. Preguntado sobre los ingredientes del buen periodismo, destacó la «información, la pasión y la lucha» en unos momentos en que la cultura pierde espacio en los medios de comunicación. El editor, que todavía no se siente jubilado, destacó que los aliados naturales del libro siguen siendo los libreros y la prensa cultural.



Jorge Herralde, ataviado con las gafas del Premio «Ressenya»

ABC



DESDE FUERA

Carles M. Canals

## Los límites de la libertad de expresión

La libertad de expresión no es infinita. Si dedico un tercer artículo a este tema significa que me preocupa. Las veces anteriores me centré en los profesionales de la creatividad: caricaturistas y humoristas, pintores y escultores, guionistas de cine y teatro, escritores y publicitarios... Mi argumento principal es que nadie puede considerarse excluido de la deontología profesional, la responsabilidad social y el respeto a la dignidad de las personas.

Lógicamente, los periodistas son los mayores y más vociferantes defensores de la libertad de expresión. En ello les va el oficio y –cuestión no baladí– hasta la irrupción de canales alternativos derivados de Internet ellos tenían prácticamente el monopolio de la opinión pública.

Si el periodista goza de algún privilegio –exención de una obligación o ventaja exclusiva o especial que goza alguien– como el de guardar secreto sobre sus fuentes, es porque a su trabajo se le reconoce una función social importante: proporcionar información para que las personas formen su propio criterio y tomen decisiones; esto es algo básico en una democracia.

Pero deja de ser un buen profesional y de prestar un servicio a la sociedad cuando sus noticias previsiblemente pueden causar un grave perjuicio a personas inocentes.

Por ejemplo, un grupo terrorista tiene secuestrados a unos niños en su escuela y la policía decide asaltarla. O bien un comando va a irrumpir en el edificio de un país extranjero donde están retenidos y amenazados de muerte unos compatriotas, para liberarlos. En ambos casos se decide comenzar la operación a las cinco de la mañana.

Si unos minutos antes un periodista se entera del dato y lo contrasta con fuentes fidedignas, ¿puede lanzarlo a las ondas o colgarlo en la web del periódico o en Twitter? Imaginemos que lo hace, convencido de que está cumpliendo con su tarea: suministrar como primicia una información

### El profesional de la creatividad ha de ejercer su libertad con sentido de responsabilidad

veraz y de interés público.

Pero supongamos que esa noticia llega a los terroristas y –como represalia, como aviso de que están alertados o por pánico–, asesinan a alguno de los rehenes. A posteriori, ¿seguiría el periodista creyendo que su actuación fue correcta? Quizá piensen así algunos fundamentalistas de la libertad de expresión de su propio gremio.

Los causantes de esas muertes fueron, no cabe duda, los que dispararon. Pero a los ojos de toda persona civilizada, el informador cometió una grave irresponsabilidad que costó la vida a unas víctimas inocentes de la libertad de expresión. El afán por la primicia nubló su sentido ético, su obligación deontológica, su deber ciudadano. Casos como éste deslegitiman la función social del periodismo y el estatus especial que se atribuye a sus profesionales.

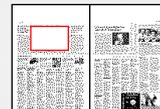
Decir toda la verdad puede tener consecuencias muy desagradables para aquellos a quien el informador pretende beneficiar. Un caso real. En su biografía de Nasser, el periodista marxista francés Jean Lacouture rememora que en 1960 él y otros colegas publicaron reportajes denunciando los malos tratos que recibían sus correligionarios encarcelados por el rais egipcio.

Luego se enteraron de que, tras la aparición de cada artículo, los guardianes irrumpían en sus celdas y la emprendían a golpes diciendo: “Esto es para haceros pagar las campañas que montan en el extranjero los amigos que se ocupan de vosotros”.

Escribe Lacouture que semanas después de un nuevo artículo de denuncia, Chohdi Attia el-Chafei, el mejor teórico del marxismo egipcio, “fue masacrado a golpes de porra por sus carceleros”.

El profesional de la creatividad ha de ejercer su libertad con sentido de responsabilidad, sin desentenderse de los resultados previsibles.

Periodista



# La CCMA unifica les delegacions dels seus serveis informatius

► Isabel Pasqual i Albert Requena seran des de dilluns delegada i subdelegat per la demarcació de Girona

GIRONA | DdG

■ El Consell de Govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) va aprovar ahir, a proposta del seu president, Brauli Duarte, la unificació de les delegacions de Tarragona, Lleida i Girona dels serveis informatius de TV3 i Catalunya Ràdio per adaptar-ne les estructures i millorar l'eficiència dels recursos disponibles.

Segons va informar ahir en un comunicat la CCMA, el nou model

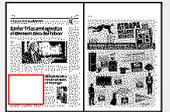
de confluència d'informatius implantat a les delegacions, que es va iniciar amb les corresponsalies internacionals i la delegació de Madrid, té l'objectiu de potenciar la col·laboració entre els mitjans i la creació i difusió de continguts de manera transversal i multiplataforma.

En aquest sentit, i amb efectes a partir del pròxim dilluns, 23 de febrer, Isabel Pasqual i Albert Requena, a Girona; Carolina Gili i Roser Perera, a Lleida, i Coia Ballesté i Anna Massip, a Tarragona, en seran delegades i subdelegats. Les redaccions de les noves delegacions dels serveis informatius de la CCMA treballaran unificades orgànicament i funcionalment a par-

tir d'aquests nomenaments i, en una segona fase, s'adaptaran les instal·lacions perquè al més aviat possible, i en funció de les característiques de cada seu, comparteixin un espai únic a cada delegació.

L'eix vertebrador d'aquesta iniciativa comporta implantar la millor manera de compartir informació i recursos, en la línia ja iniciada per la CCMA d'un model empresarial basat en una única societat de mitjans.

Amb aquesta mesura es vol potenciar la col·laboració entre els mitjans i la creació i difusió de continguts de manera coordinada, transversal i multiplataforma, guanyant eficiència de producció, tècnica i administrativa.



## ENTITATS SOBIRANISTES

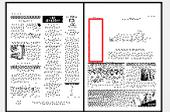


# Mitjans com a estructura d'estat

Quin paper han de jugar els mitjans de comunicació en el procés cap a la independència i també després, un cop assolida la condició d'estat,

és el tema del debat que ahir van organitzar, a l'Antiga Audiència de Tarragona, Omnium Cultural del Tarragonès i l'ANC. A la taula, hi van pren-

dre part Xevi Xirgo (director d'El Punt Avui), Rita Marzoa (Catalunya Ràdio), Guillem Ramos Salvat (delCamp.cat) i Jordi Jaria (URV). ■ J.F.



## RAS I CURT



**GERARD BAGUÉ**

PERIODISTA

### El diari d'un fracàs ja es pot llegir a la xarxa

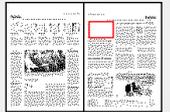
VAIG FOGUEJAR-ME com a periodista al *Nou Diari*, un projecte de "diari nacional" que aspirava a ser "el diari del mil·lenni del 2000" i que va durar de Nadal a Sant Esteve, o més ben dit, del 30 d'abril del 93 a l'1 de març del 94. Des del primer dia es veia que el vaixell feia aigües: vam arribar als quioscos a l'hora del vermut i amb alguna pàgina repetida. Només un dia vam aconseguir esgotar tota l'edició: quan un empresari i polític gironí va fer comprar tots els diaris, quiosc per quiosc, per evitar que la gent llegís una notícia que el perjudicava. Els diaris no eren a la xarxa, encara molt incipient. L'aventura del *Nou Diari* hi arriba ara, amb 22 anys de retard. Des de fa uns dies ja es pot rellegir per internet al servei de premsa digitalitzada de l'Ajuntament de Girona.



## Periodistes del 'Daily Telegraph' denuncien censura

El periodista britànic Peter Osborne (a la foto) ha dimissió del seu càrrec de columnista polític de *The Daily Telegraph* perquè, segons denuncia, el diari no va donar la cobertura pertinent al cas de la llista Falciani a causa dels interessos econòmics del rotatiu amb el banc HSBC, amb el qual últi-

mament ha tancat un acord publicitari. Arran d'aquest fet, diversos periodistes del mateix mitjà van denunciar dimecres en un programa de la BBC que han patit censura en informacions que afectaven altres empreses i governs com els de la Xina i Rússia, també per motius comercials.



## En clave empresarial

### La herencia de una RTVE ineficiente

RTVE volvió a demostrar su ineficiencia en 2014. La Corporación cerró el año con unas pérdidas de 132,9 millones de euros, un déficit que supera los *números rojos* de 113 millones de 2013. Estos resultados dejan en evidencia la mala gestión del expresidente del ente público, Leopoldo González-Echenique, que estuvo al frente hasta finales de septiembre del ejercicio pasado. La anterior dirección se negó a llevar a cabo los ajustes necesarios para conseguir que RTVE vuelva a ser rentable y a la vez ofrezca contenidos de calidad. Apostar por una televisión pública más reducida y por la recuperación de la publicidad en la Corporación son las claves para que RTVE consiga registrar cifras positivas y pueda ser capaz de financiarse por sí misma, compitiendo con los canales privados.



## MITJANS PÚBLICS

### La CCMA unifica les delegacions territorials

El consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha aprovat, a proposta del seu president, Brauli Duart, la unificació de les delegacions de Tarragona, Lleida i Girona dels serveis informatius de TV3 i Catalunya Ràdio per adaptar-ne les estructures i millorar l'eficiència dels recursos disponibles. Es tracta d'un nou pas en la implantació del model d'empresa única. El nou model implantat a les delegacions es va iniciar amb les corresponsalies internacionals i la delegació de Madrid. Així, a partir de dilluns vinent, Isabel Pasqual i Albert Requeña, a Girona; Carolina Gili i Roser Perera, a Lleida, i Coia Ballesté i Anna Massip, a Tarragona, en seran delegades i subdelegats. ■ REDACCIÓ



## Protesta a TV3 pel fitxatge d'un directiu

Els treballadors de TV3 van protestar ahir pel fitxatge del directiu Andreu J. Martínez Fernández, provinent de la Conselleria d'Interior, en substitució de Ramon Mateu. Critiquen el nomenament d'un directiu extern mentre s'apliquen acomiadaments col·lectius a la plantilla i es restringeix la contractació laboral.



# 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.
20/02/15	III Setmana dels Rahola: Taula rodona sobre els mitjans de comunicació i el procés sobiranista / Bonart.cat	31	1

## Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/02/15	Repulsión moral y trato exquisito del ciudadano Carlos Sentís / Apología de la curiosidad	33	2



# Col·legi de Periodistes de Catalunya

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



## III Setmana dels Rahola: Taula rodona sobre els mitjans de comunicació i el procés sobiranista

**Viernes, 20 de febrero de 2015**

Sha celebrat a la Sala de Graus de la Facultat de Lletres de la UdG la taula rodona Processant el procés. El paper dels mitjans de comunicació en el debat sobiranista . Lacte semmarca dins la Setmana dels Rahola, que organitzen conjuntament la Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Diputació de Girona, amb la col·laboració de la UdG i l'Ajuntament de la ciutat. En la taula rodona, els periodistes Jesús Badenes (redactor de política del Diari de Girona ), Jordi Grau (director adjunt d'El Punt Avui i director de l'edició de Girona), Albert Requena (delegat de Catalunya Ràdio a Girona), Jaume Serra (director de continguts de la Cadena Ser a Catalunya) i Oriol Mas (cap d'informatiu de TV Girona, que ha fet de moderador), han aportat els seus punts de vista sobre com cal tractar des dels mitjans el procés sobiranista català. El dia 24 de febrer, a les 12 del migdia, se celebrarà una altra taula rodona al mateix lloc, titulada Del tweet al fet. La complexa (o no) relació entre periodisme i xarxes socials, que comptarà amb les opinions de Judith Argila, cap de noves finestres i mitjans B2B de la CCMA; Miriam Diez, periodista i professora a la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna de la Universitat Ramon Llull; Meius Ferrés, gestora de comunicació digital de la UdG i responsable de comunicació a la xarxa d'ERC (que actuarà també com a moderadora); Jaume Marín, cap de màrqueting del Patronat de Turisme Costa Brava Girona, i Anna Punsí, periodista. Aquestes activitats precedeixen la cerimònia de lliurament dels VI Premis Carles Rahola de Comunicació Local, uns guardons que reconeixen la professió periodística a les comarques gironines i volen fomentar la creativitat comunicativa. La gala, que tindrà lloc el 26 de febrer a les 8 del vespre a l'Auditori de Girona, serà conduïda pel periodista Màxim Castillo i comptarà amb l'actuació del grup barbershop The Hanfris Quartet. A la imatge de Miquel Millan, Jordi Grau d'El Punt-Avui durant una de les seves intervencions. Etiquetes: III Setmana dels Rahola Subscripció edició en paper 50 ¢ i l'edició digital gratuïta 4 números a l'any SUBSCRIU-TE Subscripció edició digital Rep la revista digital des de 25 ¢ 4 números a l'any SUBSCRIU-TE



# Periodisme i Mitjans de comunicació

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

Audiencia: -

Ranking:

VPE: -

Página: 1

Tipología: blogs

## Repulsión moral y trato exquisito del ciudadano Carlos Sentís

**Viernes, 20 de febrero de 2015**

Cuando debuté en periodismo, antes de la transición democrática, el señor Carlos Sentís ya gozaba de una consolidada mala reputación de chaquetero, que él compaginaba sin complejos con todo tipo de cargos. No me imaginaba que durante las décadas siguientes tendría que tratarle con cierta asiduidad, como presidente del Colegio de Periodistas en Barcelona o como convecino en Calella de Palafrugell. No simpaticé nunca con él, por una imposibilidad visceral. El trato exquisito, limitado a las ocasiones indispensables y alimentado por la dosis correcta de impostación, no limó mi repulsión moral hacia el personaje. Tampoco la reducción ocasional de la distancia social rebajó el distanciamiento profundo, el antagonismo de mentalidad. Carlos Sentís representaba el contrapunto de la brillante generación periodística republicana (cronológicamente hablando) de Manuel Chaves Nogales, Julio Camba, Augusto Assía, Gaziél, Josep Pla o Eugeni Xammar, por no alargar la lista. Chaves Nogales y Xammar se exiliaron, Gaziél vivió el exilio interior, los demás contemporizaron cada uno a su modo con el nuevo régimen, pero ninguno se zambulló en él con la vocación de Sentís. Nacido en Barcelona en 1911, se inició en los diarios La Publicitat y LInstant. En 1933 y 1934 fue secretario del conseller de Hacienda de la Generalitat Martí Esteve. En 1936 se pasó al bando franquista, en el que ejerció el espionaje durante la Guerra Civil, siguiendo las instrucciones de Francesc Cambó. Fue secretario del ministro sin cartera Rafael Sánchez Mazas y recorrió Europa y el mundo como enviado especial o corresponsal de los diarios de la nueva época, antes de ser nombrado agregado de prensa de la embajada española en París y posteriormente presidente-director de la Agencia Efe, el diario Tele/eXprés y Radio Barcelona. En las primeras elecciones democráticas fue cabeza de lista por Barcelona de la UCD, embajador extraordinario del gobierno Suárez y conseller del gobierno de la Generalitat del presidente Tarradellas. Siempre surfé los cambios de régimen, con una rodada habilidad para formar parte del anterior y del siguiente a la vez. Durante las últimas décadas gozó del apoyo del conde de Godó, propietario del diario La Vanguardia, donde Sentís publicó con regularidad hasta muy poco antes de morir en 2011, seis meses antes de cumplir los 100 años de edad. Una parte de mi generación periodística le consideramos siempre el símbolo redondeado del oportunismo más turbio. Algunos colegas como Josep Martí Gómez, Josep Ramoneda o Ramon Barnils se cebaron con él a partir del momento en que fue posible sacar los trapitos al sol de su trayectoria. Ahora acaba de publicarse el nuevo libro del historiador Francesc Vilanova Fer-se franquista. Guerra Civil i postguerra del periodista Carles Sentís (1936-1946), en la editorial Lleonard Muntaner, con jugosos e irritantes detalles suplementarios. En una ocasión pedí audiencia a Carlos Sentís para documentar mi libro Cap Roig, el llegat dun somni y la biografía de los propietarios de esa finca calellense, Nicolás Woevodski y Dorothy Webster, que él había tratado personalmente. Me recibió en su propiedad de Calella de Palafrugell. Instalados bajo el porche, una vez traídos los whiskies por el servicio doméstico, cerró los ojos y empezó a desgranar lentamente el monólogo

## Apología de la curiosidad

<http://xavierfebres-es.blogspot.com/2015/02/repulsion-moral-y-trato-exquisito-del.html>

Vie, 20 de feb de 2015 08:43

**Audiencia:** -

**Ranking:**

**VPE:** -

**Página:** 2

**Tipología:** blogs

de sus recuerdos, sin contestar nada de lo que le preguntaba. Cada vez que intentaba reconducirle hacia el tema de mi visita, el escaso resultado del intento me aconsejaba no interrumpir la interpretación de su partitura para solista, mientras el efecto de los whiskies me inclinaba a dejarme mecer por la música de las palabras inasibles del hombre en su jardín. No me dijo nada de todo lo que sabía sobre el matrimonio Woevodski. A partir de aquel día regresé a la postura de mirar al señor Sentís de lejos, algo por otro lado inevitable en Calella de Palafrugell, donde constituía una presencia característica del horizonte marino cuando remaba cada día de verano a bordo de uno de aquellos minúsculos y frágiles gondolys que se alquilaban en la arena por horas. De pie en la popa con el remo, el bañador y una gorra por único equipaje, el señor Sentís solía realizar un largo paseo náutico desde la playa del Canadell, de donde zarpaba, hasta el extremo del cabo de Planes, costeando El Golfet y el Cap Roig, lo cual era mucho remar. Aquella imagen de Sentís formaba parte del paisaje veraniego asentado y consuetudinario. De vez en cuando escuchaba a mi lado alguna voz que murmuraba: ¡Un día este hombre va a ahogarse!. Tampoco aquella imagen de Sentís, tan adherida a un paisaje muy amado, logró rebajar mi distanciamiento, aquel antagonismo de mentalidad. El nuevo libro recién publicado sobre el personaje me reafirma, por más que aquel paisaje predilecto, a la sombra de los Tres Pins de la playa del Canadell, tenga desde el mismo año de su fallecimiento un mirador con escultura dedicada a su discutida memoria.