



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

09/03/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

58



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.
07/03/15	PACTO PARA ACABAR CON LOS BLOQUES ELECTORALES Y HACER UN ÚNICO ENVÍO DE PROPAGANDA / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	7	1
07/03/15	LA LLEI ELECTORAL FEXIBILITZARÀ ELS BLOCS INFORMATIUS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	8	1
07/03/15	ENTESA SOBRE ELS BLOCS ELECTORALS I PER FER 'MAILINGS' CONJUNTS / DIARI DE TARRAGONA	9	1
08/03/15	ELS CARRERS DE MÉNDEZ / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	10	1
08/03/15	El Col·legi de Periodistes carrega contra els blocs electorals / SEGRE	11	1
09/03/15	EL PERIODISTA XAVIER ALDEKOA EXPLICA LES SEVES EXPERÈNCIES / DIARI MES TARRAGONA	12	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/15	LA FIFA AMENAZA CON PARAR AL FÚTBOL ESPAÑOL / EL PAIS (ED. NACIONAL)	14	1
07/03/15	Vador Liadó: "ET VULL ESCURÇAR LA TRAVESSIA CAP AL CAP DE SETMANA" / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	15	1
07/03/15	NETFLIX DESEMBARCA EN ESPAÑA PARA COMPETIR CON MOVISTAR TV Y CANAL+ / EXPANSION	16	1
07/03/15	LA CADENA COPE, PIONERA EN EL IMPULSO DE LA RADIO DEL FUTURO / ABC (EDICION NACIONAL)	17	1
07/03/15	JOSH SAPAN, Presidente de AMC Networks: "LA TELE SE HA VUELTO MÁS EXIGENTE" / EL PAIS (ED. NACIONAL)	18	1
07/03/15	MOVISTAR TV S'APODERA DEL MOTOR / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	19	1
07/03/15	DE AQUÍ A LA ETERNIDAD por Carlos Izquierdo / DIARI DE TARRAGONA	20	1
07/03/15	CHINA CENSURA LA ÚLTIMA SENSACIÓN EN INTERNET / EL PAIS (ED. NACIONAL)	21	1
07/03/15	ALEJANDRO SANZ CORONA 25 AÑOS DE EXISTENCIA DE CADENA DIAL / EL PAIS (ED. NACIONAL)	22	1
07/03/15	LOS EDITORES DE PRENSA APLAUDEN LA CONDENA A YOUKIOSKE / ABC (EDICION NACIONAL)	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/15	MAGISTERIO DE GALLEGO & REY / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	24	1
07/03/15	El fantasma de Chávez comenta les notícies a les edicions digitals / ARA	25	1
07/03/15	'THE SUN' PERD VENDES EN EL SEU PRIMER MES SENSE 'TOPLESS' / ARA	26	1
07/03/15	LOS EDITORES, SATISFECHOS POR LA CONDENA A YOUKIOSKE / EL PAIS (ED. NACIONAL)	27	1
08/03/15	ANTOINE DE SAINT-EXUPÉRY EL PERIODISTA QUE SURGIÓ DEL CIELO / ABC (EDICION NACIONAL)	28	2
08/03/15	UN RETO DIGITAL EUROPEO / EL PAIS (DOMINGO)	30	1
08/03/15	SANDRA SABATES. Presentadora a 'El Intermedio' de La Sexta: "LA IMATGE ÉS SECUNDÀRIA" / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	31	1
08/03/15	EL GRAN HERMANO QUE VENDE TODO / EL PAIS (NEGOCIOS)	32	1
08/03/15	PUTIN REVIFA LA GUERRA MEDIÀTICA / ARA	33	1
08/03/15	CHARLEROI, CONTRA LA IMAGEN ADULTERADA / EL PAIS (ED. NACIONAL)	34	1
08/03/15	I LA TELE ES VA FER NEGOCI / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	35	2
08/03/15	MÉS TELEVISIÓ PERÒ NO MILLOR PER Josep Àngel Guimerà / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	37	1
08/03/15	CÓMO REPROGRAMAR RTVE / EL PAIS (DOMINGO)	38	2
08/03/15	EL ESTADO DE LAS 'TELEAUTONOMÍAS' / EL PAIS (DOMINGO)	40	1
08/03/15	LA BBC BUSCA SU SITIO / EL PAIS (DOMINGO)	41	1
08/03/15	"LA FINANCIACIÓN NO ESTÁ LIGADA A UN GOBIERNO" / EL PAIS (DOMINGO)	42	1
08/03/15	PURA MUÑOZ-CÁNOVES GUANYA EL PREMI VANGUARDIA DE LA CIÈNCIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	43	1
08/03/15	IGUALTAT O QUOTA, PER PEP COLLELLDEMONT / EL PUNT AVUI	44	1
08/03/15	LA XINA CENSURA UNA EXITOSA PEL·LÍCULA SOBRE CONTAMINACIÓ / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	45	1

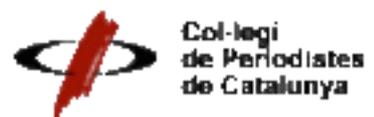
PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

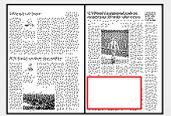
Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
08/03/15	VENEZUELA Y UNA CITA (FALSA) DE 'EL QUIJOTE', POR LOLA GALÁN / EL PAIS (ED. NACIONAL)	46	2
08/03/15	EL FUTURO DE LA BBC / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	48	1
08/03/15	EL XVI CONGRESO DE PERIODISMO DIGITAL DE HUESCA PONDRÁ ¿EL DEDO EN EL OJO" DE LAS NOTICIAS / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	49	1
09/03/15	EL PETIT PAÍS (DE LES SÈRIES) / ARA	50	1
09/03/15	ELS PREMIS RECULL DE BLANES RECONeixEN TRES AUTORS GIRONINS EN LA SEVA 51A EDICIÓ / DIARI DE GIRONA	51	1
09/03/15	ENTREVISTA A JOSÉ LUIS PIÑAR, MIEMBRO DEL CONSEJO ASESOR DE GOOGLE SOBRE EL DERECHO AL OLVIDO: "APLICAR EL DERECHO AL OLVIDO A NIVEL GLOBAL SERÍA UN GRAN ERROR" / EXPANSION	52	1
09/03/15	CANAL SUR, LA URNA CATÓDICA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	53	1
09/03/15	REPORTEROS ESPECIALES / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	54	1
09/03/15	TV-3 NECESSITA EL CASTELLÀ per RAMÓN De España / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	55	1
09/03/15	MUJERES PERIODISTAS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	56	1
09/03/15	FALLECE EL CÁMARA DE 'FRANK DE LA JUNGLA' EN UN ACCIDENTE DE MOTO / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	57	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Pacto para acabar con los bloques electorales y hacer un único envío de propaganda

La información de campaña dejará de estar encorsetada por los resultados

PERE RÍOS, **Barcelona**

La ponencia que elabora la ley electoral de Cataluña alcanzó ayer un acuerdo para eliminar los bloques electorales que se emiten ahora en las televisiones y las radios públicas durante la campaña, así como realizar un único envío de propaganda, en lugar de que cada partido remita sus trípticos y papeletas, como sucede ahora. Por el contrario, se mantiene el desacuerdo sobre el sistema electoral, que debía haberse tratado ayer y que quedó aplazado para dentro de una semana.

El consenso referido a la información y propaganda de las campañas implica que se mantiene el criterio de proporcionalidad a la hora de redactar las informaciones en los medios públi-

cos, de manera que se seguirá dedicando más tiempo a los partidos con mayor número de diputados. Sin embargo, se introduce el criterio de interés periodístico, lo que significa que no habrá de seguirse necesariamente el orden preestablecido hasta ahora para que la información de campaña se inicie siempre con los actos del partido mayoritario y finalice con el que tiene menos representación. La tarea de garantizar esa proporcionalidad informativa se encomienda a la Sindicatura Electoral (el equivalente a la junta electoral central catalana), el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) y el Consejo de la Información, dependiente del Colegio de Periodistas.

Los bloques electorales se elaboran en cada campaña por

acuerdo de la Junta Electoral y la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Electoral que ahora se pretende superar con una legislación propia para Cataluña, que se ha intentado desde que hay democracia y que hasta ahora no se ha materializado.

El pacto alcanzado en la ponencia también implica el compromiso de los partidos a facilitar el acceso de los medios de comunicación a sus actos públicos y la prohibición de que las imágenes, cortes de voz o comunicados los elaboren queden restringidos a los que envíen los partidos. Otra cosa distinta es que los medios renuncien a acudir a esos actos y decidan utilizar el material informativo que suministre el partido. Además de eso, se realizará también un minutaje de la información elec-

toral en las televisiones y las radios privadas.

En relación al buzoneo de la publicidad electoral, el acuerdo implica la unificación en un solo envío de los que hasta ahora hacía cada partido por separado. La consecuencia es un ahorro de dinero público, pues cada elector recibirá en su domicilio un único sobre de propaganda que remitirá la Generalitat y que, a su vez, contendrá los sobres con la información y las papeletas de cada fuerza política con representación en el Parlamento (siete en la actualidad). Los partidos extraparlamentarios podrán seguir enviando su propaganda a los ciudadanos y si consiguen representación podrán reclamar a la Generalitat el pago del gasto realizado, como sucede ahora.



La llei electoral flexibilitzarà els blocs informatius

► Els partits pacten introduir criteris periodístics en les notícies de campanya

|| JOSE RICO
BARCELONA

Si no fos per la missió impossible de consensuar un sistema electoral, la negociació de la llei electoral catalana seria aquesta vegada bufar i fer ampolles. I és que aspectes de la norma que fa molt pocs anys enfrontaven els partits sense pietat ara acon-

segueixen desencallar-se amb sorprenent facilitat. Un exemple es va donar ahir: els grups parlamentaris van pactar que la futura llei flexibilitzi els encotillats blocs informatius que imposen als mitjans de comunicació públics les quotes de temps que han de dedicar a cada candidatura. Una llarga reivindicació del sector periodístic que suscitava recels en moltes forces polítiques.

El principi d'acord, pendent encara de ser redactat, no significa que els partits renunciïn a tutelar la dinàmica informativa durant els 15

dies de campanya electoral. Es tracta que els criteris de «proporcionalitat i representació» que marca la llei electoral estatal per al tractament de les notícies de campanya es conjuguin amb els de «professionalitat periodística i interès informatiu», de manera que els mitjans públics tinguin cert marge per ordenar les informacions de les diferents forces polítiques a partir de criteris professionals.

Per garantir aquesta flexibilitat, la nova llei encarregarà el control de la informació electoral no només a la futura sindicatura electoral catala-

na, sinó també al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i al Consell de la Informació de Catalunya, organisme dependent del Col·legi de Periodistes. Aquests tres òrgans podran minutar la informació electoral dels mitjans públics i privats i actuar en conseqüència si detecten que no informen amb proporcionalitat i equitat, o si hi ha partits que reben un tracte privilegiat o són marginats.

ENVIAMENT CONJUNT DE PROPAGANDA //

Un altre apartat que la ponència va deixar encarrilat és l'enviament conjunt de la publicitat electoral i de les paperetes de vot. Si s'aprova la llei, els catalans deixaran de rebre un sobre per cada força política i, en el seu lloc, es distribuirà un únic sobre pagat amb recursos públics que contindrà la propaganda de totes les candidatures amb representació parlamentària. ≡



LLEI ELECTORAL

Entesa sobre els blocs electorals i per fer 'mailings' conjunts

■ Els partits s'han posat d'acord en la ponència que redacta la Llei electoral catalana per «superar» els blocs electorals, que serien substituïts per un control de la proporcionalitat informativa per tres organismes, i també perquè hi hagi un *mailing* conjunt.

El capítol de la llei més important, que és el que defineix el sistema electoral, no va ser debatut a la reunió d'ahir perquè els partits han acordat donar-se una setmana més de marge, ja que el consens de les dues terceres parts del Parlament no està garantit.

Els partits, doncs, no renunciïn completament a controlar la dinàmica informativa. Contemplen que la «proporcionalitat informativa» pugui ser garantida per la Sindicatura Electoral (junta electoral central catalana), el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i el Col·legi de Periodistes (a través del Consell de la Informació de Catalunya).

Respecte al *mailing*, la publicitat electoral que els partits envien per separat als electors, l'acord és perquè tingui lloc un enviament conjunt i únic per a cada ciutadà, amb la qual cosa es produirà un estalvi de diners públics.

També es va acordar que durant les campanyes electorals els partits estaran obligats a «facilitar un accés total als mitjans de comunicació» en els seus actes públics, i no podran limitar-se a proporcionar imatges, gravacions sonores o comunicats escrits elaborats per ells mateixos.



Crònica sentimental en vermell dels personatges i dels racons que les novel·les de Francesc González Ledesma van fer eterns



carrer Pelai. O *Pelayo*, com diu el seu personatge, que si parla de la plaça Francesc Macià aclareix tot seguit "Calvo Sotelo per als nostàlgics". El passatge subterrani de l'avinguda de la Luz encara no ha estat engolida per Barcelona'92, ni el carrer San Jerónimo per la transformació de Ciutat Vella. Nou de la Rambla és *Conde del Asalto* o el carrer Nueva. I el Raval és el *barrio Chino*: San Ramón, San Olegario, el carrer de las Tapias. Aquesta és la ciutat de Méndez, ancorada en el castellà, les *casas de gomas* i les clíniques urinàries de Robador, que també

FA 30 ANYS

A Nou Barris hi viu "gent fantàstica, però acorralada", va escriure el 1984

EN L'ACTUALITAT

És el districte amb la renda per càpita més baixa i la taxa d'atur més alta de Barcelona

sembla ancorada: avui, com ahir, sexe de pagament tot el dia.

Malgrat que de vegades té un mòbil, Méndez és un dinosaure, com el seu Colt 1912, que "no utilitza mai, tret de per deixar-lo a la vista en els interrogatoris". El detectiu boig que Eduardo Mendoza va crear a *El misterio de la cripta embrujada* i *El laberinto de las aceitunas* es va fer més gran a *El tocador de señoras* i va conèixer la febre de l'or postolímpica i les obres del 3%. Méndez va tenir més sort i mai no va assistir a l'enterrament del seu món. A *El adoquín azul*, reeditada el 2014, una obra no policíaca i menor, si això és possible en una bibliografia tan selecta, sí que hi apareix una Barcelona canviada. Amb passejos, edificis nous i un port on es pot veure l'aigua, "fet miraculós", però on unes brutícies n'han substituït unes altres, menys visibles però molt més difícils d'escombrar.

Abans d'aquesta transformació, un ramat de periodistes d'aquesta casa va anar al Molino, pasturats per Lluís Permanyer, un dels únics dandis del grup. De la professió, caldria dir. El Paco, que va escriure que "Méndez entenia els joves perquè era vell", n'era un més. Celebren l'aniversari de Josep Carles Riús, un mestre per a generacions de professionals, ara a la premsa digital, i que amb els anys va arribar a dega del Col·legi de Periodistes. A l'escenari actuava, amb tanga i plomes, Antonio Vargas, digne epígon de Johnson i Escamillo. Algú li va cridar: "Marieta!". I ell va respondre: "Sí, com tu, que pagues per veure'm".

A la sortida, de matinada, amb els carrers "en un silenci fòssil", tots van trobar a faltar el Paco. Se'n va anar sense dir adéu i la mirada humida. El Paral·lel es mor "a trossos, a pams quadrats, a hores", explica a *El pecado o algo parecido*. El Poble Sec, on es va criar, havia despertat el nen de la postguerra. Llavors va quedar clar per què Méndez és tan sentimental. Perquè no pot evitar estimar una Barcelona que se li escapa de les mans. Com li passava i li passarà sempre al Paco, etern en el seus llibres. ●

DOMINGO MARCHENA
ROSER VILALLONGA (fotos)
Barcelona

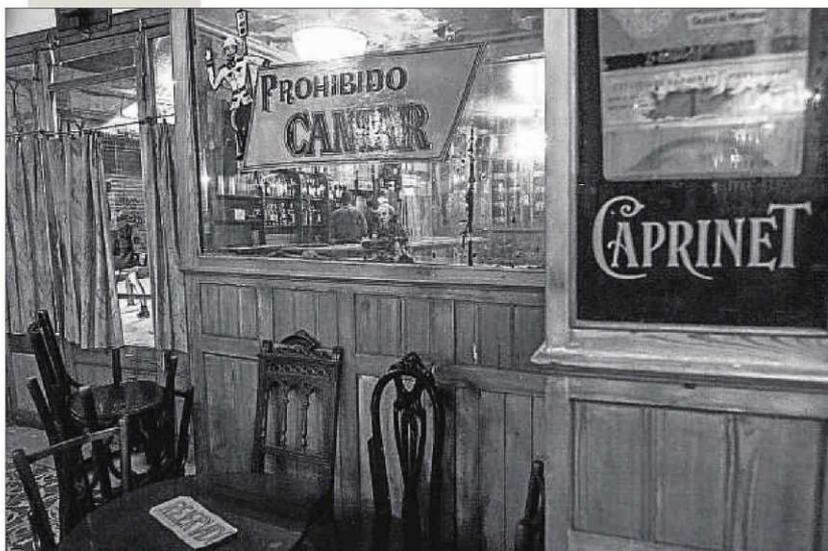
Francesc González Ledesma va morir dilluns passat, a punt de fer els 88 anys, asseguren els diaris. Però aquest periodista, escriptor i advocat, per aquest ordre, continua, tan guapo com sempre, amb el seu perfil de patrici romà, a les llibreries, a les biblioteques, a... Qualsevol podria veure aquesta mateixa matinada l'inspector Méndez, la seva principal criatura literària, al Marsella o a qualsevol bar de Ciutat Vella amb el rellotge aturat. A les Drassanes, el Paral·lel o prop d'una comissaria, ja ho sabeu, aquest lloc on, com diu el Nobel Dario Fo i aplaudeix el Paco, "entra gent de tota mena: lladres, pederastes, assassins... fins i tot policies!".

Méndez va néixer a *Expediente Barcelona*, tot i que allà era un secundari. El personatge es va enganyar en una desena de novel·les de sèrie negra i es va fer immortal, com la seva ciutat, la *Barcelona d'abans d'aquesta Barcelona*. Amb un vestit fosc i atroïnat, les sabates desgastades i la mirada humida, no se sap si per l'anís, els cigalons o les llàgrimes reprimides. Cràpula i tendre. Nostàlgic i honest. Descregut i malparlat. Amb caspa, taques de cendra i llibres a les butxaques. Un home bo "en el bon sentit de la paraula", com Machado.

I, perquè la realitat copia l'art amb imitadors de carn i ossos. Un dels més conspicus va ser un religiós de La Salle, mort el 2006, un sant del nostre temps. Consol de xapers, presos i jonquis, el germà Adriano va consagrar la seva vida als pobres del quart món, i resava perquè les prostitutes ve-

L'ombra. Qualsevol pot retrobar-se amb el personatge fetitxe de Francesc González Ledesma en racons del Raval com aquest

Els carrers



El rellotge aturat. Méndez sembla reflectir-se al mirall del Marsella, fotografiat ahir a la nit i on el temps s'ha aturat

de Méndez

lles de la Rambla trobessin un bon client. Això mateix els desitja Méndez a l'Encarnita, la Susi o la Chupi Chupi, tres dames dels portals que podrien haver estat aquests "éssers irrepitibles, fills de Déu" que auxiliava *Adriano de Calcuta*. Les injustícies i les per-

sones "corcades per la manca de diners" obsessionaven l'inspector tant com obsessionaven el religiós. "Gent fantàstica, però acorralada". Així va definir Méndez a *Crònica sentimental en rojo*, del 1984, els veïns de Nou Barris. El lector decidirà si el dictamen ha

perdut vigència o no. L'Ajuntament ja ho ha fet: aquest districte és avui el més pobre i el que té més atur de Barcelona.

La *Vanguardia*, on va treballar 25 anys, el seu diari amb permís d'*El Correo Catalán*, no s'ha mogut a les novel·les del Paco del



POLITICA PROCES SOBIRANISTA

Convergència avisa de l'“obsessió patològica” del Govern central per residualitzar Catalunya

Rull assegura que d'aquí a un any “serem una nació lliure” i alerta que amb Podem la independència seria inviable || El partit basa la seua refundació en l'Estat propi, l'economia social i la transparència

AGÈNCIES

BARCELONA | El coordinador general de CDC, Josep Rull, va advertir ahir que el Govern central té una “obsessió patològica d'intentar residualitzar” Catalunya en un combat permanent per minar-la i va assegurar que no ho aconseguirà. “Que no ens vagin a buscar a l'espai sideral, perquè som aquí, i estarem aquí d'aquí a sis mesos i d'aquí a un any, i ja serem una nació lliure”, va assegurar en el consell nacional del partit celebrat al World Trade Center de Barcelona, on va defensar que Catalunya és una nació i exercirà com a tal a tot el món.

Després que divendres el TC anul·lés competències del síndic de Greuges, Rull va dir que tampoc no aconseguiran limitar les seues tasques, perquè Catalunya aspira a ser “un país absolutament obert i absolutament transparent amb el compromís insubornable dels drets humans”. Per aquest motiu, va insistir que la independència de Catalunya és la millor eina per garantir el progrés i la justícia social i va assegurar que la millor forma d'aconseguir aquest objectiu és “una actitud moderada en les formes, perquè amb aquesta s'aconsegueixen els objectius més ambiciosos i elevats”.

Rull també va aprofitar per criticar Podem i la seua líder a Catalunya, Gemma Ubasart, i va assegurar que són “l'antitesi del que representa CDC” i que amb la seua actitud no és possible la independència, així com tampoc no ho hauria estat la Via Catalana. “Amb aquestes actituds, Catalunya com a nació no és viable”, va advertir.

El número dos de Convergència va ressaltar que s'ha fet un pas més en la refundació del partit, que no és una “qüestió de xapa i pintura o de maquillatge, és adequar CDC a la realitat d'avui i demà, per ser més convergents i una eina vàlida per a la gent d'aquest país”.

Rull va destacar que el partit ha d'actualitzar-se i va insistir que la refundació es basa en tres eixos: el nacional, per construir un nou Estat que garanteixi la justícia social i el progrés; l'ètic, per aprofundir en la transparència, i l'econòmic i social. El consell nacional va aprovar amb tots els vots a favor excepte una abstenció el full de ruta que marca aquests tres eixos com la bases del procés de refundació del partit.



El president, Artur Mas, i el coordinador general de CDC, Josep Rull, ahir al consell nacional del partit celebrat a Barcelona.

El Col·legi de Periodistes carrega contra els blocs electorals

El Col·legi de Periodistes de Catalunya va considerar ahir “extremament preocupant” el principi d'acord de la ponència sobre la llei electoral catalana referent als blocs informatius. En un comunicat, va lamentar que els partits es resisteixin a renunciar al control polític dels ens públics i va assegurar que la llei fixarà la “censura prèvia” que suposa que les formacions decideixin el “temps de les notícies”. El preacord de la ponència estableix que la Sindicatura Electoral de Catalunya controlarà, juntament amb CAC, que es compleixin els principis de proporcionalitat i tindrà capacitat sancionadora.

REACCIONS

ERC Bosch critica la “censura convulsiva” de l'Estat

El candidat d'ERC a l'alcaldia de Barcelona, Alfred Bosch, va criticar ahir el Govern central al ser un “censurador vocacional i compulsiu” i anunciar que recorrerà la llei d'acció exterior de la Generalitat i que el Tribunal Constitucional anul·larà articles de la llei del Síndic de Greuges.

CIUTADANS “L'acció exterior és un fracàs i caríssim”

La portaveu de C's al Parlament i alcaldable del partit a Barcelona, Carina Mejías, va assegurar ahir que “el fracàs de la política exterior de la Generalitat ha estat evident a més de caríssim”. També va dir que el projecte separatista és “insolidari”.

ICV defensa la necessitat de refundar el país del “capitalisme d'amics”

BARCELONA | El coordinador nacional d'ICV, Joan Herrera, va assegurar ahir que més que refundar CDC, el que es necessita és refundar el país del “capitalisme d'amics” que ha representat la formació liderada per Artur Mas i això, segons va dir, només es pot fer sense CiU, que va qualificar de “part del problema”. D'altra banda, Herrera va assegurar que el PP “va en contra dels drets del país, les llibertats individuals i drets socials” després de la decisió del Tribunal Constitucional d'anul·lar articles de la llei del síndic de Greuges i de l'anunci del Govern espanyol de recórrer la llei d'acció exterior catalana. En la seua participació en la Festa de les Dones

amb Iniciativa organitzada a Viladecans, el líder ecosocialista va dir que aquesta actitud del PP “s'ha de combatre en tots els fronts”. En aquest sentit, va considerar que el problema va més enllà de Catalunya i és la concepció “antidemocràtica” que expressa el PP i va afirmar que el TC és “el braç que executa el que els populars pensen”.

A més, Herrera va celebrar que en la reunió del Pacte Nacional del Dret a Decidir no es pogués fer veure que unes eleccions plebiscitàries serveixin per exercir el dret a decidir. “No es pot donar gat per llebre”, va dir Herrera, que va defensar la pluralitat de les entitats signants del Pacte.



El periodista Xavier Aldekoa explica les seves experiències

El periodista Xavier Aldekoa durà a terme una conferència, dins el cicle Experiència, avui a dos quarts de vuit de la tarda a l'Antiga Audiència de Tarragona. Aldekoa (Barcelona, 1981) és llicenciat en Periodisme i estudiant de Ciències Polítiques, i des de l'any 2009 viu a Johannesburg (Sud-àfrica). Els últims anys ha cobert múltiples conflictes i temes socials a lloc com Somàlia, RD Congo, Angola, Mali, Zimbabwe.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





La FIFA amenaza con parar al fútbol español

La multinacional ha ordenado a la federación que reclame los derechos audiovisuales sobre la Liga y advierte de que el **Gobierno** no puede legislar sobre esta materia sin arriesgarse a una "suspensión"

DIEGO TORRES
Madrid

Avanza el año electoral más convulso de las últimas décadas y en el entorno del presidente del Gobierno, Mariano Rajoy, se proyectan escenarios favorables, neutros o fatigosos. Pero nunca sin fútbol. Nunca con la selección de España apartada de todas las competiciones. Nunca con el Real Madrid, o el Barcelona, vetados en la Champions, sin poder fichar, o sin arbitrajes para celebrar partidos oficiales. Nunca sin el entretenimiento nacional por excelencia. Porque para la mayoría de los políticos españoles, y en especial para los futboleros sensibles como Rajoy, un país sin la rutina del fútbol es un país impredecible. Y eso es exactamente lo que la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) amenaza con hacer cuando estudia suspender a España si el Gobierno, a través del Consejo Superior de Deportes (CSD), persiste en su iniciativa de legislar sobre el reparto de los derechos audiovisuales de la Liga sin consultar con la federación, así como en aplicar la ley de Emprendedores en el ámbito del fútbol aficionado.

Ángel María Villar, presidente de la federación y vicepresidente de la FIFA, apeló al artículo 78 del Estatuto de la FIFA en la junta directiva que encabezó el 28 de enero. Esta norma establece que la titularidad de los derechos sobre las competiciones de cada país corresponde a las federaciones nacionales "sin ninguna restricción". Villar, junto con los presidentes de clubes presentes, acordaron denunciar la actividad del CSD a la FIFA. Pero el 5 de febrero, antes de remitir la denuncia, la federación recibió otra carta en la que la FIFA se hacía eco de noticias publicadas en "medios de comunicación" para alertar sobre posibles "injerencias gubernamentales" en facultades privativas de la federación. Villar replicó por escrito que, en efecto, a su entender se estaban produciendo "hechos contrarios a la federación" y señaló como primer responsable al secretario de Estado para el Deporte, Miguel Cardenal. La FIFA prosiguió con la escalada de tensión burocrática emitiendo una orden el 19 de febrero. La firmó el secretario general Jérôme Valcke pidiendo a Villar que informe de "todas las actuaciones del Gobierno por si fueran merecedoras de sanciones que acarreen suspensión".

Tanto Villar como Valcke entienden que el Gobierno ha traspasado sus límites. Primero, legislando sin su consentimiento sobre el reparto de derechos audiovisuales de las competiciones locales, aceptando modificaciones estatutarias de la Liga con el informe en contra de la federación, y evitando la prohibición de los fondos de inversión, cuando la FIFA ha mandado abolir estos instrumentos para acceder a la propiedad de futbolistas. Segundo, la



Blatter y Villar, durante una reunión de la FIFA en 2012. / JORGE ADORNO (EFE)

Unidos contra el Gobierno

El presidente de la federación, Ángel María Villar, propuso hace una semana la celebración de una comisión mixta para acordar la venta unificada de los derechos audiovisuales del fútbol y discutir el reparto. La primera reunión se celebró ayer en Las Rozas con la presencia de Javier Tebas, el presidente de la Liga, al frente del grupo de la LFP, y de Enrique Cerezo, presidente del Atlético, al frente del grupo de la federación. La comisión escenificó las bases de un acuerdo que hasta hace poco parecía improbable entre las dos organizaciones que regulan el fútbol español. Luego emitió un comu-

nificado por el que reconoce "la necesidad de poner en marcha un modelo de venta centralizada, de reparto equitativo y de solidaridad con el fútbol aficionado" de los derechos de las Ligas de Primera y Segunda División. En la misma exposición solicita al Gobierno que articule un real decreto "urgente". Esta ley, según el texto, deberá regular "los mecanismos que garanticen el papel que deben representar la RFEF, la LFP, los clubes/SADs y la Asociación de Futbolistas de España, para el mejor funcionamiento de dicho modelo". La inclusión de todos los sectores del fútbol es el reclamo de Villar y

de la FIFA, celosos de lo que consideraban la actuación unilateral del CSD. El acuerdo podría resolver un conflicto que se cuece desde 2006. El real decreto clausuraría el sistema de negociación individual de cada club con los operadores, vigente desde 1996 y único entre las grandes competiciones europeas. Con la salvada de Barça y Madrid, que se embolsan más del 40% del dinero (unos 280 millones por temporada entre ambos), esta fórmula empujó a los clubes a la ruina. Son los clubes de Primera y Segunda los que reclaman a Tebas una fórmula más igualitaria.

n cibien nada por su trabajo, haciéndolos corresponsables entre sí de cualquier sanción que pudiera recaer sobre sus clubes por incumplimiento de la Ley de Emprendedores. Los clubes denuncian que las inspecciones de la Seguridad Social se multiplican.

Presidida por Joseph Blatter, viejo aliado de Villar, la FIFA ya ha sancionado con la suspensión a países como Grecia, Portugal, Perú, Nigeria, Camerún, Bosnia-Herzegovina y El Salvador. Nin-

rechos del fútbol en el siguiente Consejo de Ministros. La ley prevista para enero apunta repentinamente al limbo.

El enfrentamiento personal que han mantenido Villar, Cardenal, y el presidente de la Liga, Javier Tebas, dificulta la colaboración. En el entorno de Tebas afirman que lo único que quiere Villar es aumentar su cuota de ingresos porque la federación atraviesa dificultades financieras. En la federación replican que es la Liga la que sufre problemas económicos. Un directivo de la federación asegura que la LFP les envió un escrito el mes pasado comunicando la imposibilidad de pagarle los derechos de la Copa y de los partidos ligeros de los viernes. "Es la Liga Profesional la que no nos paga", dice.

Cardenal advierte de que la solución al enredo depende del acercamiento entre la Liga y la federación, insinuando que ahora él prefiere mantenerse al margen. Cardenal hizo de su gestión una cruzada por impulsar un acuerdo sobre el reparto unificado de los de-

"El Estado fiscaliza al fútbol más necesitado", dice Villar sobre las "ingerencias" de Cardenal

Blatter investiga la aplicación de la Ley de Emprendedores en categoría de aficionados

rechos televisivos que se plasmará en una ley. En su empeño ignoró a Villar y negoció con Tebas, enemigo querrelante de Villar. El año pasado Cardenal y Tebas anunciaron que habían alcanzado un acuerdo para la venta unificada de los derechos audiovisuales, y que cursarían el contenido al Gobierno para su formalización legal. La única noticia que tuvo Villar se la comunicó Cardenal el día que coincidieron en un avión, de regreso de Suiza. El secretario de Estado le anunció que le daría el 2% de una tarta que se presume ascenderá a mil millones de euros. Villar, que aspira a más del 4% que actualmente recibe la federación, se sintió ultrajado. Cardenal llegó a anunciar en el Congreso que suspendería las subvenciones públicas que históricamente recibió el fútbol de las quinielas (hasta tres millones de euros). A Villar le alarma que "el Estado se haya convertido en fiscalizador de la gestión del fútbol más necesitado, tras justificar cada céntimo de euro".

La última asamblea de la federación abordaba lo que parecía el nudo infinito del conflicto cuando un directivo tocó la tecla mágica. "Yo sé lo que piensa el presidente Rajoy", dijo. "Y estoy convencido de que cuando pasen unos días tendrá mucho de qué hablar con el presidente Villar".



LA VANGUARDIA

LA CONTRA

Vador Lladó, locutor de ràdio al capdavant del 'Fricandó matiner', de RAC105

VÍCTOR-M. AMELA IMA SANCOS LLUIS AMIGUET

Tinc 43 anys. Vaig néixer a Mataró i visc a Caldes d'Estrac. Sóc locutor de ràdio de programes despertador. Estic casat amb la Marta, un bombonet del Vallès, i tenim un fill, l'Àlex (2). Política? Crec en els corrents populars. Sóc agnòstic. Sóc bon cuiner

“Et vull escurçar la travessia cap al cap de setmana”



KIM MANRESA

Quanta gent es desperta amb vostè?

Cada matí, 182.000 persones. Comencem a les sis del matí i les divertim fins a les deu.

Què els explica?

Cada quart d'hora, tres coses, sense fallar: informació, humor i música.

Per què cada quart d'hora?

S'escolta a salts, en temps curts: a la dutxa, mentre untes la torrada, al cotxe amb els nens o anant a la feina... Que no et falti de res en cada quart d'hora!

Morning show, en diuen els americans, oi?

Sí, allà és un format estel·lar i amb un desplegament de recursos espectacular. Aquí fem el que podem, i ja som líders en català i gairebé líders absoluts.

Han fet cap bogeria?

Moltes! La vigília que l'Ajuntament de Barcelona prohibís banyar-se a les fonts de la ciutat, el nostre reporter, l'Ivan Medina, es va banyar a totes les fonts.

En directe.

I tant. Un altre dia va retransmetre des d'un helicòpter que volava davant el nostre estudi de ràdio amb vista a la ciutat, a la planta

15 d'aquest edifici, mirant-nos als ulls.

No s'avorreixen pas...

També fem entrevistes a personalitats, i sovint salten a la resta de mitjans: les nostres preguntes agosarades o esbojarrades donen un joc imprevisible.

No s'empipen, els entrevistats?

Al revés: Artur Mas ens convida a fer el vermut al palau de la Generalitat, Junqueras ens convida a collir naps al seu hort...

Quin perfil tenen els seus oients?

Quaranta i tants anys, tant homes com dones, amb estudis superiors, poder adquisitiu mitjà-alt... i que busquen un angle humorístic de la informació.

Però acaben ben informats o no?

Sí, perquè donem unes vint notícies cada dia. Però amb l'empenta energètica que s'agraeix a aquelles hores.

Com s'ho manega?

Amb conya i un objectiu: escurçar-te la travessia cap al cap de setmana.

La vida són caps de setmana?

I vacances. Cada matí informo dels dies que falten per a les vacances!

I quants dies falten?

Vint-i-un dies per a la Setmana Santa. I, quan hagin passat, compte enrere per a les

Gintònic i vodka

Vador Lladó compleix vint anys al capdavant de *morning shows* radiofònics a Catalunya, els deu últims amb el *Fricandó matiner*, a RAC105 (105.0 FM), el programa de ràdio despertador líder en català: ja són 8.303 hores de vol amb el seu equip, amb qui informa, entreté i diverteix. Ha jugat a tot amb el programa, fins i tot a fer-lo des del Gran Basar d'Istanbul. Els seus referents són Calçada, Buenafuente, Sardà i Clapés. Després de l'èxit del seu llibre *El secret del gintònic ara publica El secret del vodka (Ara) / El secreto del vodka (Now Books)*, ja premi Gourmand a Espanya i que competirà a la final de la categoria Best Spirits Book a la Xina.

meves vacances d'estiu! Fa il·lusió.

Però no es pot queixar de la seva feina! M'encanta, és veritat, tot i que m'obliga a ser molt, molt metòdic i disciplinat.

Vegem-ho.

Em desperto a les 4.30 hores del matí, em fico al llit a les deu de la nit, amb un llibre, fins que caic. Entre setmana, una mica de gimnàstica cada dia, recollir el nen de l'escola cada tarda i portar-lo a veure el mar, bona dieta i res d'alcohol ni tabac. Sóc bevedor i fumador de cap de setmana!

I a vostè qui el desperta?

Un despertador que comença molt suau... i va pujant. I per estalviar-me temps al matí, em dutxo abans de ficar-me al llit.

Quants anys fa que ho fa?

Els vint anys que faig *morning shows*, els deu últims a RAC105 al *Fricandó matiner*.

I aquest nom...?

Me'l vaig trobar ja fet, escrit *Freakandó*, i l'he normalitzat... gastronòmicament. De fet, a casa cuino molt: m'agrada cuinar, sóc el campió de les salses.

I també del gintònic, oi?

Ho diu perquè vaig publicar *El secret del gintònic*, amb suport de Ferran Adrià, Ruscalleda, Arzak, Joan Roca, Berasategui... El llibre va rebre un premi Gourmand!

Quin és el seu gintònic favorit?

Simple: gel, llimona, ginebra Jodhpur o Monkey 47 amb tònica Schweppes.

Cap a on van els morning shows?

La prima de risc ens va fer créixer! L'oient de ràdio, davant notícies de crisis depriments, ens va començar a seguir. Les nostres paròdies cada dia són més incisives.

I la ràdio en general?

Amb salut forta. La competència ens fa bons, cada vegada fem més bona ràdio.

Com va arribar a la ràdio?

Amb 20 anys estava despistat i un cunyat em va dir: "Tu que ets tan eixerit t'hauries de dedicar a la ràdio". I vaig estudiar en una escola de ràdio i vaig debutar en emissores de Mataró, Andorra, Argentina, a Flaix-FM... i finalment a RAC105: aquí sí que m'he llicenciat!

Com ha evolucionat?

He après a cridar menys, a comunicar més i a ser totterreny. Abans no planificava el programa, i avui en canvi faig la compra, cuino i paro taula, amb argolla als tovallons i tot: sé a quina hora, què i amb qui separé.

I televisió?

Vaig estar a Flaix TV, a TV3 amb *Mira'm bé*... I tinc un rècord Guinness de televisió!

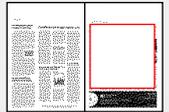
Quin?

L'any 2002 vaig conduir una maratò televisiva a Flaix TV de 30 hores seguides! El rècord anterior era de Jordi González amb 27 hores.

Quina és avui la seva ambició?

Estic gaudint més que mai del micròfon i assumiria qualsevol repté.

VÍCTOR-M. AMELA



Netflix desembarca en España para competir con Movistar TV y Canal+

ESTE OTOÑO/ El gigante mundial de la televisión por Internet negocia ya contratos con los propietarios de derechos y acuerda con LG y Samsung estar preinstalado en sus televisores desde septiembre.

M. Prieto/J. Montalvo, Madrid
Netflix prepara su desembarco en España para este otoño. El gigante estadounidense de la televisión por Internet negocia con las grandes *majors* y con distribuidoras independientes la compra de derechos de emisión de cine y series en España, con el objetivo de lanzar su servicio de vídeo en *streaming* en el último trimestre de este año, previsiblemente en octubre, según coinciden en señalar diversas fuentes del sector.

La irrupción de Movistar TV y el rápido crecimiento de competidores como Wuaki.tv han impulsado la decisión de Netflix, frenada por la elevada piratería del mercado español y la complicada regulación audiovisual. De hecho, la compañía se vio obligada en el pasado a reconsiderar sus planes para España, país que no entró en su último plan de expansión en Europa. Netflix desembarcó el pasado año en seis países europeos, entre ellos Francia y Alemania, donde la suscripción al servicio cuesta entre 8 y 12 euros al mes, una horquilla de precio que presumiblemente repetiría en España.

Contactos

Además de abrir negociaciones con las grandes *majors* y las productoras, Netflix, que también ha mantenido contactos con las cadenas de televisión, ha realizado recientemente estudios de mercado en España para conocer los gustos del consumidor español en películas y series, y poder así arrancar con un catálogo acorde al perfil de los usuarios.

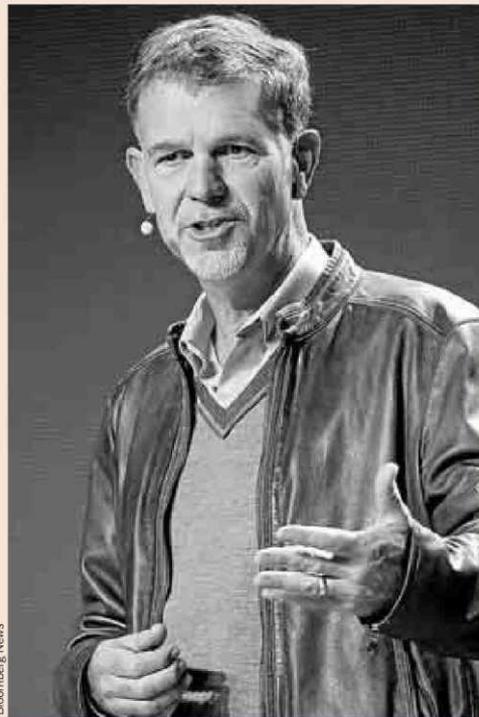


P. Delvís

Luis Velo, responsable de Movistar TV.

Netflix cobra en los países europeos en que opera entre 8 y 12 euros al mes por su servicio de TV

El servicio de vídeo bajo demanda estadounidense competirá en un mercado que dominan Movistar TV, Canal + y Wuaki.tv. La plataforma de Telefónica tiene dos millones de clientes, mientras que Canal + (cuenta con Yomvi, su propio servicio de vídeo bajo demanda en *streaming*, con 720.000 usuarios), suma 1,5 millones de abonados y Wuaki.tv (adquirida por la japonesa Rakuten) llega a 1,5 millones de clientes. Wuaki.tv, al igual que su competidor Netflix, se encuentra en plena



Bloomberg News

Reed Hastings, primer ejecutivo de Netflix.

expansión en Europa, donde opera en Reino Unido, Francia, Alemania e Italia.

En un intento de fortalecerse ante la esperada llegada de Netflix, Telefónica lanzó el pasado mes de diciembre Movistar Series, un canal que, por 7 euros al mes, ofrece una oferta exclusiva de series, que alcanzará en mayo los 80 títulos. Además, la operadora ha alcanzado un acuerdo con Prisa para adquirir Canal +, una operación pendiente de la autorización de la CNMC. Paralelamente, Telefónica

ha negociado con las distribuidoras los derechos en exclusiva de series, reservándose así la ventana de emisión durante los primeros meses, lo que dificultará a Netflix lograr un catálogo potente.

Fabricantes

Netflix también ha negociado ya con los grandes fabricantes de televisores, con el objetivo de que sus modelos de Smart TV incluyan preinstalada la aplicación para acceder a su servicio de vídeo en *streaming*. Fuentes cercanas a LG



Pedro García Guillén, consejero delegado de Canal+.

Movistar TV, Canal + y Wauki.tv suman en España cerca de 5 millones de clientes de televisión de pago

aseguran que Netflix estará embebido en todos los televisores del fabricante a partir de septiembre. Por su parte, en Samsung confirman que sus modelos también incluirán Netflix este año, aunque no concretan fecha.

Netflix, que se ha lanzado a producir series propias como *House of Cards*, ofrece un amplia catálogo de cine y series de calidad, con las que llega a más de 57 millones de clientes en todo el mundo, tras sumar 13 millones de abonados a su servicio en los 50 países en los



Elena Ramón

Jacinto Roca, primer ejecutivo de Wuaki.tv.

que opera al cierre de 2014. Entonces, anunció que esperaba llegar a 61,4 millones de suscriptores en febrero de este año. La compañía ha acelerado sus planes de expansión internacional, consciente de que un mayor tamaño le permite cerrar acuerdos con las *majors* en mejores condiciones. Reed Hastings, consejero delegado del grupo, aseguró el año pasado que su intención era que el servicio estuviera operativo en 200 países en un plazo máximo de dos años.

En 2014, Netflix alcanzó unos ingresos de 5.505 millones de dólares y un beneficio neto de 267 millones de dólares. La compañía tiene una capitalización bursátil de 28.300 millones de dólares.

Referente online

- Netflix cuenta con 57 millones de clientes de TV de pago en 50 países.
- El gigante de la TV online factura 5.500 millones al año y vale en Bolsa 28.300 millones.



La cadena COPE, pionera en el impulso de la radio del futuro

► Las emisiones híbridas permiten enviar fotos de los presentadores o de los partidos de fútbol

HELENA CORTÉS
MADRID

Mientras la radio busca reinventarse en el ecosistema digital, la cadena COPE da los primeros pasos para implementar la radio híbrida en España. ¿Qué es eso exactamente? «Es una nueva modalidad que combina las ventajas de la radio tradicional con las posibilidades de interactuar y recibir información adicional que ofrece internet», explica Isaac Moreno, director técnico de la emisora. «De momento, este sistema experimental permite a los oyentes recibir información asociada, como fotografías de los presentadores, pero el potencial es enorme», continúa el ingeniero. De hecho, se podría mandar información asociada al contenido del programa, como datos e imágenes de las jugadas que se comentan en programas deportivos.

Para poder disfrutar de esta nueva modalidad es necesario tener un dispositivo con la aplicación de radio FM y acceso a internet, ya sea a través de wifi o datos. «Las informaciones e imágenes se transmiten a través de una banda especial de la FM, DNS, que actualmente contiene datos como el nombre de la emisora, pero puede usarse



Algunos móviles ya traen de fábrica la opción de disfrutar de la radio híbrida

para mucho más», subraya Moreno. Sin embargo, no todos los dispositivos permiten recibir datos de esta banda; tienen que incluir esta opción de fábrica. De momento, viene con varios modelos de HTC Desire, HTC One, LG, Moto, Samsung Galaxy y ZTE.

La radio híbrida supone un gran avance después de que la digital no tuviera la acogida esperada. «La radio por internet es un sistema de pago, ya que el streaming consume gran cantidad de datos y batería. Y tiene un coste elevado por oyente, hasta cuatro veces más que la radio tradicional», comenta el director técnico de COPE.

«Nuestro objetivo es implicar a otras radios y a las instituciones para que el proyecto siga creciendo, ya que puede ser muy útil incluso en caso de emergencia, cuando no funcionan otros medios», insiste Moreno. La emisora se suma así a una tendencia mundial que ya cuenta con apoyos en países de América, donde han creado la aplicación «Nextradioapp» basada en esta tecnología, en los países de la Unión Europea de Radiodifusión y en el Reino Unido, donde su principal impulsor es la BBC. «Además, todas estas iniciativas permiten que no se asocie la radio a algo antiguo», concluye.

«Carmen», de Bizet, inaugura en La 2 «This is Opera»

«This is Opera» se estrena este domingo a La 2, a las 23.00, con idea de proporcionar las claves para entender y disfrutar de las óperas más importantes de la historia. Dirigido y presentado por el barítono y divulgador Ramón Gener, el estreno será un monográfico sobre «Carmen», la universal obra de Georges Bizet. El equipo del programa se desplazará a París y Sevilla para desglosar la historia de una ópera que personifica el rol de la mujer adelantada a su tiempo.

El minuto de gloria



«La hora de José Mota» (La 1) José Mota está en plena forma. Anoche, el cómico manchego dio una nueva lección de buen humor sin estridencias. Las divertidas escenas con Fernando Esteso y sus imitaciones de Josep Pedrerol y Artur Mas fueron muy alabadas en las redes sociales.



JOSH SAPAN Presidente de AMC Networks

“La tele se ha vuelto más exigente”

N. MARCOS
Madrid

Josh Sapan (Nueva York, 1951) no es un ejecutivo televisivo al uso. Lo repiten una y otra vez en las oficinas españolas de AMC Networks International, donde su visita hace unas semanas alteró el día a día de sus trabajadores. Sapan es el presidente y director ejecutivo de la compañía que engloba canales como IFC, Sundance TV, WE tv o BBC America, aunque su buque insignia es AMC, la casa de series como *Mad Men*, *Breaking Bad* o *The Walking Dead*. Aunque contesta a esta entrevista casi sin voz, el entusiasmo a la hora de hablar de televisión y su afabilidad no se habían resentido.

La tercera edad dorada de la televisión no sería lo mismo sin AMC, un canal que se atrevió a seguir el camino abierto por HBO en el mundo de las series. “Hace unos 10 años, cuando empezamos a preparar *Mad Men*, estábamos muy centrados en la calidad, en salirnos de la televisión comercial, la que quiere conseguir audiencia muy rápido, mañana mismo. Queríamos construir algo diferente, más enfocado en los personajes”, explica el presidente de AMC Networks. “Creímos que sería distintivo y atraería a la gente”. A esa evolución del concepto de televisión también ha contribuido el desarrollo de tecnologías que han hecho más accesibles esas series. “La televisión se ha vuelto más exigente, solicita más atención al argumento y a los personajes”, afirma.

Pero, ¿cuáles son las claves que llevan a alguien a detectar que un proyecto va a ser un éxito? Series como *Breaking Bad* o *Mad Men* no parecían muy atractivos sobre el papel. De hecho, *Breaking Bad* había sido rechazada por los canales FX, Showtime, TNT y la mismísima HBO, quienes también dijeron no a *Mad Men*. “Si un proyecto no está hecho para satisfacer al mercado, sino que sigue la visión de quien lo escribe, es un buen comienzo. En los casos de *Mad Men*, *Breaking Bad*, *The Walking Dead* o *Rec-*



Josh Sapan, en las oficinas de AMC Networks International en España. / CARLOS ROSILLO

“Se ha elevado el nivel de todo el panorama de series”

“Queríamos hacer algo más enfocado en los personajes”, dice el ejecutivo

tify en Sundance, vimos la totalidad de la visión de alguien detrás. En algunos casos, parecía incluso que no iba a gustar al público”, confiesa.

Una de las características que se suelen destacar de esta nueva era de las series es el traslado a la pequeña pantalla del talento que antes estaba en el cine. “El reto que solía estar presente en la televisión, el ‘necesito un gran éxito y lo necesito mañana’, se ha trasla-

dado al cine. Ahora ves que los estudios cinematográficos solo hacen *blockbusters* y secuelas del mismo éxito de taquilla. Y eso es menos atrayente si tienes una historia para contar”.

La irrupción de plataformas online en el ecosistema de la producción de series ha sacudido en los últimos tiempos el mundo televisivo. “Creo que de hecho se ha elevado el nivel de todo el panorama. Incluso en los canales en abierto estadounidenses la gente espera encontrar ahora mejores series y más complejas que en el pasado”, explica quien ha sido calificado por la revista *Vanity Fair* como uno de los grandes empresarios de la edad de oro de la televisión de cable.

Para Sapan, el futuro del medio viene determinado por muchas características y muy dispares. “Las pantallas se harán más grandes y más pequeñas. El apetito de la gente por consumir vídeo es sorprendente. Los canales de cocina son muy atractivos para

la gente, pero hace 20 años nadie podía imaginar que serían un éxito. No hay una ciencia exacta en esto”. Lo que sí tiene claro es que no se está llegando al final de una era, ni siquiera cuando el final de una serie tan emblemática como *Mad Men* está tan cerca. “Creo que se trata de un *continuum* y hay grandes series que vendrán en los próximos meses”. Entre ellas, menciona algunas que prepara AMC Networks, como *Humans* (adaptación de la sueca *Real Humans*), la distópica *Baldlands*, otra ficción que acompañará a *The Walking Dead* o el piloto que prepara AMC ambientado en Afganistán.

Y la pregunta del millón: ¿alguna pista sobre cómo acabará *Mad Men*? “No puedo decir demasiado” es toda la respuesta que se obtiene de una de las personas que en su momento dijo “sí” a Don Draper y que ahora se prepara para decir adiós a la serie que les situó en el mapa de esta época dorada de la ficción catódica.



TELEVISIÓ DE PAGAMENT

Movistar TV s'apodera del motor

► La plataforma emetrà els 38 GP de F-1 i motociclisme

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

«Totes les carreres i molt més». Aquest és l'eslògan amb què aquest any arrenca el món del motor a Movistar TV, una temporada en què la plataforma de pagament busca consolidar-se amb la millor oferta, i la més variada, que es pot trobar avui dia a la televisió: oferirà els 38 grans premis (GP) que conformen els Mundials de fórmula 1 (20 carreres) i de motociclisme (18 carreres) i, a més, amb un desplegament tècnic aclaparador: més de 28 hores de programació en directe per a cada GP, amb sis senyals simultànies (per triar què veure), sense tall de publicitat, en multidispositiu (tauleta, mòbil, televisió, pc...) i, és clar, tot en alta definició.

Per si això fos poc, a més Movistar TV oferirà en exclusiva 10 de les 18 carreres del Mundial de motociclisme. L'any passat ja van arribar a un acord amb Mediaset per emetre en pagament diversos grans premis de les motos, «una decisió que va ser rebuda sense cap entusiasme per part dels aficionats més acèrrims», va reconèixer ahir en la presentació de la cobertura Ernest Riveras, gerent de continguts esportius de Movistar TV, i aleshores comentarista del

les preguntes

1 ¿Què passa amb la compra de C+?

El mes de juny passat, Telefónica va comprar el 56% de Canal+ per uns 750 milions d'euros. Però encara necessita l'autorització de Brussel·les i de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència.

2 ¿Per què interessa el satèl·lit?

La infraestructura via satèl·lit de C+ és la millor opció de Movistar TV per portar la seva oferta a tot Espanya de forma immediata i al cost més baix, i significaria acaparar un 80% de la tele de pagament a Espanya.

3 ¿Tot serà de pagament el 2016?

No. La Champions seguirà amb un partit setmanal en obert, com ara (però a A-3 i TV-3) i es mantindrà el catàleg d'interès general amb tots els grans premis que es corrin a Espanya.

Mundial de motos. Però, segons va afirmar Riveras, després del primer any amb carreres a la plataforma de pagament, pràcticament totes les crítiques a la decisió han desaparegut davant la cobertura i el desplegament tècnic que ofereix la plataforma de Telefónica.

I com a mostra d'aquesta acceptació, Sergio Gil, director de continguts de Movistar TV, va donar ahir la dada que ho confirma: «Fa un any vam començar aquesta aventura amb uns 600.000 abonats, i en aquests moments ja en tenim dos milions. Aquesta és la bona notícia. La dolenta –va ironitzar Gil– és millorar, cal seguir innovant i sorprendre l'audiència, ja que el nostre repte ara és triplicar en tres anys el nombre d'abonats, i arribar així als sis milions de clients».

ELS EQUIPS // La carrera de Movistar TV comença el 12 de març, al circuit australià d'Albert Park, amb el GP d'Austràlia de F-1. Josep Lluís Merlos i Maria Serrat seran els presentadors de les retransmissions, duo al qual aquesta temporada s'incorpora la periodista Patricia Sánchez, com a reportera al *pitlane*. Els comentaristes tècnics de les carreres aniran a càrrec de Joan Villadelprat i del pilot Dani Clos.

LA TEMPORADA DE MOTOR PER TV

MOTOCICLISME			De pagament (Movistar TV)		En obert (Tele 5)	
DATA	GP	CIRCUIT				
MAR 29	Qatar	Losail	AGO 9	Indianàpolis	Indianàpolis	
ABR 12	EUA	Austin	AGO 16	Rep. Txeca	Brno	
ABR 19	Argentina	Río Hondo	AGO 30	R. Unit	Donington Park	
MAI 3	Espanya	Jerez	SET 13	San Marino	Misano	
MAI 17	França	Le Mans	SET 27	Aragó	Alcanysis	
MAI 31	Itàlia	Mugello	OCT 11	Japó	Motegi	
JUN 14	Catalunya	Barcelona	OCT 18	Austràlia	Phillip Island	
JUN 27	Holanda	Assen	OCT 25	Malàisia	Sepang	
JUL 12	Alemanya	Sachsenring	NOV 8	València	Cheste	

FÓRMULA 1			De pagament (Movistar TV)		En obert (Antena 3 i TV-3)	
DATA	GP	CIRCUIT				
15 MAR	Austràlia	Melbourne	26 JUL	Hongria	Budapest	
29 MAR	Malàisia	K. Lumpur	23 AGO	Bèlgica	Spa	
12 ABR	Xina	Xangai	6 SET	Itàlia	Monza	
19 ABR	Bahrain	Sakhir	20 SET	Singapur	Singapur	
3 MAI	Corea del Sud	Yeongam	27 SET	Japó	Suzuka	
10 MAI	Espanya	Montmeló	11 OCT	Rússia	Sotxi	
24 MAI	Mònaco	Montecarlo	25 OCT	EUA	Austin	
7 JUN	Canadà	Mont-real	1 NOV	Mèxic	Mèxic	
21 JUN	Àustria	Spielberg	15 NOV	Brasil	São Paulo	
5 JUL	Gran Bretanya	Silverstone	29 NOV	Abu Dhabi	Yas Marina	
19 JUL	Alemanya	Hockenheim	Tots els GP s'emeten a Movistar TV i en obert			

Font: Movistar TV

EL PERIÒDICO

Pel que fa al Mundial de motos, els comentaristes dels GP aniran a càrrec d'Ernest Riveras i Izaskun Ruiz, i continuen com a especialistes els exmotoristes Alex Crivillé i Alberto Puig, el periodista Carles Pérez i el tècnic Juan Martínez.

Aquesta serà l'última temporada que Movistar TV compartirà els drets d'emissió de la fórmula 1 (amb

Antena 3 i Televisió de Catalunya) i de les motos (amb Mediaset). A partir del 2016, la plataforma de pagament serà la que oferirà en exclusiva els dos Mundials, i només es podran veure en obert els que el catàleg de retransmissions d'interès general marca: el GP d'Espanya (F-1) i els GP d'Espanya, Catalunya, Aragó i València (de motociclisme). ■

Carlos Izquierdo
Historiador y periodista

(Viaje al centro de TGN)

De aquí a la eternidad

El salón de actos del ayuntamiento se queda pequeño durante la presentación del libro 'Una història de Tarragona en imatges', crónica fotográfica de un siglo de la saga Chinchilla

Hay imágenes inolvidables que quedan grabadas para siempre en la memoria. El cine se reserva unas cuantas. El apasionado y adúltero beso de Burt Lancaster y Deborah Kerr en la fantástica *De aquí a la eternidad* es una de ellas. Corría el año 1953. Sobra decir que no pasó el corte de la censura. En la misma fecha se creaba en Tarragona el colectivo *Amics de l'Amfiteatre*, un grupo de tarraconenses, que pala en mano y al cobijo económico del mecenas americano William J. Bryant, rescató del olvido una de las mayores joyas arquitectónicas de la ciudad, hasta entonces abandonada entre escombros y herbazales. Tarragona resucitaba con parsimonia de la guerra y se permitía pequeños caprichos. Sara Montiel levantaba pasiones en el Coliseum durante la presentación de *El último cuplé*. Gerard Chinchilla y su yerno, Ramon Segú, immortalizaban el momento. Ya de madrugada, exponían las instantáneas, como postales, en el escaparate de su mítica tienda de la Rambla. La expectación superó todas las previsiones, como ocurre durante la presentación del libro *Una història de Tarragona en imatges. Un segle en un clic. La saga Chinchilla*, editado por Arola. «Pocas veces he visto esta sala tan llena», atestigua el alcalde, Josep Fèlix Ballesteros.

«Todo comienza con un clic», define Ramon Segú Chinchilla, «cuando una escena te provoca un sentimiento». Su abuelo Gerard, que se enamoró de la luz de la ciudad, fundó en 1913 el primer estudio fotográfico de la familia, alumbrando una de las mejores sa-



El salón de actos, poco antes de la presentación. Asistieron más de un centenar de personas. FOTO: LLUÍS MILIÁN

gas de fotoperiodistas tarraconenses. Más de un millón de imágenes componen su legado.

Ahora, el libro recién presentado selecciona 180, acompañadas de maravillosas narraciones, con firmas de lujo que brindan sus recuerdos para la ocasión. El periodista Xavier Fernández ha gastado horas en el altílo de los Chinchilla, escogiendo la recopilación hasta hilvanar una antología gráfica fundamental de la historia de la ciudad. El resultado, deslumbrante. 200 páginas de emociones. «Cuando paseaba con mi padre, nos parábamos a ver el escaparate de los Chinchilla antes de ir a tomar una *Mirinda* en la terraza del Paseo de

las Palmeras», recuerda el alcalde ojeándolo. «Este libro es un acto de amor a Tarragona», un recorrido fascinante y monumental por la memoria, un ejercicio recomendable de comparaciones entre la ciudad en ciernes de ayer y la de hoy, un documento excepcional de sus calles, sus gentes y sus ilustres visitantes, hasta per-

derse en los portentosos detalles que aguardan en los segundos planos. Carros por la Rambla, playas casi vírgenes, un sinfín de curiosos junto a un torpedo de la guerra, generosos descampados y hasta la inauguración, en 1971, de una cabina telefónica en la antigua avenida del Conde de Vallengo. Viene a la cabeza la película de Mercero y Garci. Era el tránsito del blanco y negro al color, camino de la democratización de la imagen. En la sala, desbordada, los móviles apuntan y disparan. Comenta Chinchilla que alguna vez, de joven, olvidó colocar el carrete en su cámara. Difícilmente podrá olvidar la aclamada presentación de su obra.

La obra compila una cuidada selección de fotografías y textos sobre la ciudad



China censura la última sensación en Internet

Desaparece de las webs locales un documental sobre la polución, visto por 200 millones de personas en cinco días

MACARENA VIDAL LIY
Pekín

El documental ecologista *Under the Dome*, que esta semana ha sido una sensación en China y que han visto más de 200 millones de personas en cinco días, se ha convertido en un espejismo en su país de origen. Tras una orden de los censores, el vídeo *online* de la periodista Chai Jing sobre las causas de la grave contaminación ha desaparecido de los principales portales del país como si no hubiera existido nunca.

Los enlaces que antes conducían a la grabación de 104 minutos ahora muestran un mensaje de error. Las búsquedas en portales de vídeo como YouKu, Sohu o Tencent QQ sólo ofrecen como resultado episodios de la serie televisiva de ciencia ficción de la que el documental tomaba el nombre.

El vídeo de 104 minutos, que se ha comparado al documental sobre el cambio climático del ex vicepresidente de EE UU Al Gore *Una verdad incómoda* (2006), mostraba cómo Chai, que costeó la producción de su bolsillo, presen-

taba una exposición en formato de PowerPoint en la que relacionaba la contaminación con el incremento de enfermedades y denunciaba, entre otras cosas, los obstáculos que interponen las grandes petroleras estatales chinas para intentar soluciones.

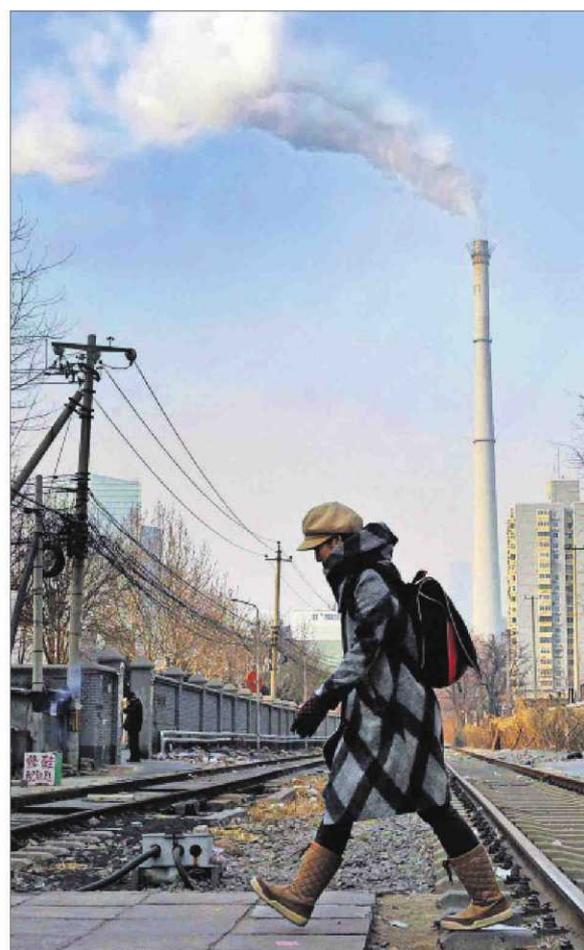
Inicialmente, el Gobierno y la prensa estatal reaccionaron con entusiasmo. El nuevo ministro de Protección Medioambiental, Chen Jining, alabó públicamente el documental y medios oficiales como el *Global Times* consideraron "anti-patriótico" criticar las conclusiones del vídeo.

Pero el entusiasmo con que los espectadores acogieron el filme y la intensidad del debate público que generó —Weibo, el Twitter chino, acumulaba más de 280 millones de mensajes relacionados— empezó a generar casi de inmediato nerviosismo entre los funcionarios chinos. Agravado por la proximidad de la sesión anual del Legislativo, acontecimiento clave en el calendario político en el país.

El martes pasado, apenas tres días después de que se lanzara el vídeo, los censores chinos emitie-

ron una orden a los medios y a las redes sociales para que dejaran de mencionarlo. "Para impedir que se diluyan los temas de la sesión legislativa deben mantener un control firme del debate público y abstenerse de hacer sensacionalismo con ciertos temas sensibles", dice la orden filtrada a las redes sociales chinas y que recoge chinadigitaltimes.net. Pide, además, a medios y web de todo tipo (incluidas Weibo, WeChat, el WhatsApp chino) que cesen "inmediatamente la cobertura del documental *Under the Dome* y de su creadora".

En la inauguración de esa sesión legislativa el jueves, el primer ministro, Li Keqiang, prometió combatir "con mano dura" la "mancha" que la contaminación representa en la calidad de vida de los chinos. Mientras, el responsable de la filtración de una orden que especifica que "no debe hacerse pública", un empleado administrativo del diario *China Business News* que tomó una fotografía del documento, ha sido sancionado y ha dejado de trabajar, publica el diario *Financial Times*.



Una mujer camina cerca de una central térmica en Pekín. / J. LEE (REUTERS)



Alejandro Sanz corona 25 años de existencia de Cadena Dial

Las estrellas del pop reciben los premios de la emisora

F. N., Santa Cruz de Tenerife

Cuando Cadena Dial empezó hacer sus primeras emisiones allá por 1990, nadie en España había oído hablar de Alejandro Sanz. Veinticinco años después, la emisora es el gran referente de los oyentes que buscan las novedades y los clásicos del pop en castellano mientras el músico madrileño, a caballo entre España y Estados Unidos, ha vendido 25 millones de discos y es nuestro cantante más internacional.

Con toda la pompa de las grandes ocasiones, el Recinto Ferial de Santa Cruz de Tenerife acogió el jueves la ceremonia de premios de Cadena Dial, que aprovechó para celebrar su cuarto siglo de historia con los grandes *superventas* del pop español como el propio Sanz, David Bisbal, Malú, Miguel Bosé, Manolo García, Marta Sánchez, Melendi o Merche. Pero la fiesta arrancó en la alfombra verde (en honor al co-

lor que distingue a Cadena Dial). Allí, en el paseo entre micrófonos y cámaras de televisión, los tímpanos retumbaron con las decenas de adolescentes que, entregadas a sus ídolos musicales, se amontonaron en la puerta principal del pabellón. Con pasión y energía desmedidas, fueron po-

Malú, David Bisbal, Bustamante o Melendi fueron otros galardonados

cos los autógrafos que se pidieron y muchos los *selfies*. No hubo nadie que no cediera su sonrisa.

Gracias al acompañamiento humorístico de Isidro Montalvo, Santi Rodríguez o Daniel Amor y a los maestros de ceremonias, los presentadores Jaime Cantizano y Carmen Ramírez, toda la noche

fue un gran espectáculo, marcado por un mensaje conjunto de agradecimiento por parte de los músicos. Porque todos los protagonistas coincidieron en agradecer a la emisora su apoyo durante estos años. Lo hizo Melendi, que fue el primero en salir al escenario a recoger su premio Cadena Dial Especial 25 Aniversario y cantar su popular *Tocado y hundido*, y lo hicieron los demás.

Entre los premiados, estaba la flor y nata del pop español en estos últimos 25 años. De esta forma, con sus éxitos se podía trazar un recorrido musical de varias generaciones. Desde los veteranos Miguel Bosé, Hombreros G, Revolver o Marta Sánchez hasta los últimos en llegar, pero con igual fuerza que hicieron sus antecesores, como Manuel Carrasco, El Barrio, Antonio Orozco, Merche o Vanesa Martín, que próximamente tocará en el Teatro Real y en el último año se ha erigido como la



Alejandro Sanz, en la gala. / RAFA AVERO

más reciente estrella nacida en este particular universo del pop nacional. Otros nombres de fuerza, pero que también son banda sonora de Cadena Dial, fueron galardonados como Laura Pausini, Tiziano Ferro o Ha*ash, que

en México son toda una sensación adolescente.

Algunos premios fueron simbólicos como el que le entregó por toda su carrera Carles Francino, presentador de la Cadena Ser, a Manolo García, o el que recibió Miguel Bosé de manos del diseñador David Delfin. Pero tres nombres parecieron elevarse como si volaran entre tanto baño de masas y aplausos: Malú, David Bisbal y Alejandro Sanz. Los tres, reyes en lo suyo, son representantes perfectos de la fórmula de éxito de Cadena Dial. Y los tres recibieron las más pasionales ovaciones por el público.

Un público que pudo disfrutar por primera vez en directo de *Un zombie a la intemperie*, la carta de presentación de la nueva criatura discográfica de Alejandro Sanz, que ya se ha colado como la canción más vendida en 14 países. El músico reconoció sobre el escenario del pabellón, pero también entre bambalinas con la prensa, que "es muy importante apoyar la música española".



Los editores de prensa aplauden la condena a Youkioske

► Junto con la entidad de gestión Cedro, creen que defiende los derechos de propiedad intelectual

ABC
MADRID

La Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) y la entidad de gestión del sector, el Centro Español de Derechos Reprográficos (Cedro), valoran muy positivamente la sentencia dada a conocer el pasado jueves por la Audiencia Nacional sobre el conocido caso Youkioske, que condena a los dos responsables de esta web a seis años de prisión por considerar como hechos probados que esta web permitía acceder ilegalmente a cientos de periódicos y revistas, nacionales y de otros países, según informaron AEDE y Cedro en un comunicado conjunto difundido ayer.

AEDE y Cedro, acusaciones particulares contra los administradores de YouKioske, consideran que esta sentencia pone de manifiesto la necesidad de respetar los derechos de propiedad intelectual y las consecuencias que puede llegar a tener su vulneración. La propia sentencia, recuerdan, recoge que a los ahora

**Un fallo «relevante»
Reconoce que «colgar en internet obras protegidas, como son los periódicos, necesita la autorización previa de los editores»**

condenados «no les dolía ningún tipo de prendas en manifestar su absoluto menosprecio, cuando no vilipendio, a aquellos que sabían perjudicaban con sus acciones, de tal modo que se mofaban de cómo iban a emplear sus beneficios disfrutando en paradisíacas playas, mientras otros se irían al paro».

Ambas organizaciones consideran que esta sentencia, la más importante en materia de piratería en internet, es especialmente relevante, puesto que reconoce que colgar en internet obras protegidas, como lo son los periódicos y las revistas, supone un acto de comunicación pública, por lo que es necesaria la autorización previa de sus editores.

Además, valoran positivamente que la sentencia declare a los condenados responsables penalmente de facilitar el acceso ilícito a obras protegidas y no meros administradores de una página web de intercambio de archivos.

«Gran gravedad»

AEDE y Cedro consideran de «gran gravedad» la actividad de Youkioske y el perjuicio que ocasionaba, y así lo confirma la Sala de lo Penal de la Audiencia Nacional al reconocer probado que se constituyó una organización criminal dirigida a obtener un lucro a costa de la vulneración de los derechos de autor, no solo de titulares españoles sino también de otros países.

AEDE y Cedro hacen un llamamiento de sensibilidad a la sociedad y a los poderes públicos, y reivindican la necesidad de proteger a la industria creativa frente a la piratería para procurar con ello un trabajo digno y seguro para miles de personas.



HUMOR GRÁFICO FESTIVAL EUROPEO

MAGISTERIO DE GALLEGO & REY

Los viñetistas de EL MUNDO reciben el Premio de Honor del Festival Smile en reconocimiento a una carrera atenta al otro lado de la noticia

P. UNAMUNO MADRID

Los humoristas gráficos Gallego & Rey recibieron ayer el Premio de Honor que otorga el Festival Europeo de Publicidad y Humor Smile en el transcurso de una gala en la que se entregaron los galardones anuales a los creativos de publicidad más destacados del año y que presentó el nadador y showman David Meca. Los viñetistas de EL MUNDO recibieron su premio de manos de Ricardo Pérez, presidente del jurado, y de la señora agencia de publicidad que lleva su nombre, quien señaló que el arte gráfico que representan Gallego & Rey «hunde sus raíces en la Historia de España» y está de triste actualidad por el reciente atentado contra la revista *Charlie Hebdo*.

Julio Rey destacó la importancia de saber reírse de uno mismo y cifró precisamente en la ausencia de esa cualidad en los políticos españoles «el estar como estamos en este país». «No saben sonreír y les falta creatividad; no me extraña que la gente se agolpe ante el Cristo de Medinaceli», indicó en referencia a los miles de madrileños concentrados junto a la iglesia situada muy cerca del lugar de la entrega de premios, el CaixaForum Madrid.

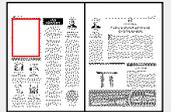


Julio Rey y José María Gallego posan con sus galardones. SERGIO GONZÁLEZ

José María Gallego, el otro integrante del binomio, quiso subrayar el hecho de que el galardón sea concedido por el certamen que agrupa a los creativos publicitarios españoles, que son en su opinión de «los mejores y más imaginativos del mundo». Ambos historietistas respaldaron las palabras de Ricardo Pérez (a quien conocían profesionalmente desde hace décadas, pero sólo han tratado de manera personal en fechas recientes) cuando afirmó que ellos se dis-

tinguen por «no considerar la publicidad un arte menor».

Además de reconocer la trayectoria de más de 30 años de Gallego & Rey en el humor gráfico, el Festival Smile entregó anoche los premios que distinguen las mejores campañas publicitarias en diversos medios de comunicación, así como los trabajos de los estudiantes de esta especialidad en universidades como la Pontificia de Salamanca y la Rey Juan Carlos de Madrid, entre los que se concedieron becas de hasta 25.000 euros.

pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

El fantasma de Chávez comenta les notícies a les edicions digitals

Llegeixo a Elperiodico.cat: “Veneçuela s’enfonsa, dos anys després de la mort de Chávez”. A la columna dreta, una foto de Maduro i Chávez sobre el titular “Chávez, vigència eterna per als pobles” i un text de l’expresident defensant la necessitat de la seva lluita que contestava a la notícia del costat. Es tracta, esclar, d’un anunci dels que col·loca Google automàticament



a partir de les paraules clau d’una notícia. Els mitjans poden desactivar els que els incomoden: he buscat una notícia anàloga a Libertad Digital i, després de 35 clics a “refrescar”, cap cop apareixien Maduro o Chávez i, en canvi, sí un bàner de Repsol: prou irònic. Pitjor sort tenia *El País*, que a la notícia sobre l’accident aeri patit per Harrison Ford l’acompanyava un anunci d’Iberia amb el lema “Bon vol”.

‘Hillos de gürtelina’

El jutge Ruz va omplir dijous un autocar imaginari amb destí al banc d’acusats, en processar 40 empresaris i polítics embolicats amb la trama Gürtel. L’assumpte obre tres de les portades catalanes: totes menys la d’*El Punt Avui*, que ho deixa en un mòdul. En canvi, als diaris de Madrid hi ha la situació inversa: només *El País* li dedica el titular principal. *La Razón*, *El Mundo* i l’*Abc*, per la seva banda, se les tenen encara –coses de la proximitat– amb el ball de ganivets al PP per escollir presidenciable a la Comunitat de Madrid. Tots tres diaris deixen la Gürtel amb un espai testimonial (o nul, en el cas de l’*Abc*) a les seves primeres pàgines. I això que l’assumpte marcarà la campanya. I això que hi havia la fiança a Bárcenas. I això que Ana Mato queda esquitxada per la interlocutòria. No era prou notícia?



'The Sun' perd vendes en el seu primer mes sense 'topless'

El 22 de gener *The Sun* va publicar la seva última pàgina 3 amb una noia ensenyant els pits i després d'un mes es pot analitzar com ha afectat aquest canvi. El diari va vendre 1.842.284 exemplars de mitjana, la qual cosa suposa va perdre el 10,09% de la difusió del mateix mes de l'any anterior. I un 6,89% de les vendes obtingudes al gener. Ara bé, aquests exemplars no els ha recuperat la competència, ja que tant el *Daily Mirror* com el *Daily Star* -que manté les fotografies de noies en *topless*- han tingut xifres discretes en aquest mes de febrer (tradicionalment negatiu per a la premsa). A més, en el cas del *The Sun*, hi ha un factor a tenir en compte: les ofertes de viatges que proposa durant el gener fan que sigui un bon mes per al diari i això explica el descens d'un mes a l'altre. Però, en tot cas, la diferència anual del 10,09% indica una tendència inequívocament a la baixa i, a més, es tracta de les xifres més baixes des del 1971.

Una altra manera d'avaluar el resultat de treure la pàgina 3 és comparar la pèrdua d'exemplars en diumenge (en què el diari no treu noies seminues): va ser del 12,11% respecte al febrer del 2014. Suggereix, per tant, que altres factors estan llstant el diari. —



The Sun és el tabloide més venut del Regne Unit. THE SUN



Los editores, satisfechos por la condena a YouKioske

EL PAÍS, Madrid

La Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) y la entidad de gestión del sector, el Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO), celebraron ayer la sentencia de la Audiencia Nacional sobre el caso Youkioske, que condenó el jueves a los dos responsables de esta web a seis años de prisión por difundir el contenido de cientos de periódicos y revistas sin permiso. La consideran "la sentencia más importante" dictada hasta ahora en materia de piratería.

En un comunicado conjunto, AEDE y CEDRO, acusaciones particulares contra los administradores de la web, consideraron que esta condena pone de manifiesto "la necesidad de respetar los derechos de propiedad intelectual y las consecuencias" que puede llegar a tener su vulneración. En su nota, subrayaron que, como recoge el fallo, a los condenados "no les dolía ningún tipo de prendas en manifestar su absoluto menosprecio, cuando no vilipendio, a aquellos que sabían perjudicaban con sus acciones, de tal modo que se mafaban de cómo iban a emplear sus beneficios disfrutando en paradisíacas playas, mientras otros se irían al paro".



Antoine de Saint-Exupéry

El periodista que surgió del cielo

► Una investigadora española recupera cinco textos inéditos del escritor, que permanecieron ocultos durante más de 80 años en la prensa francesa

MANUEL DE LA FUENTE
MADRID

Piloto y escritor que hizo de la aviación una forma de poesía, pionero de la gesta de su tiempo, combatiente aliado en la Segunda Guerra Mundial, inventor, dibujante, reportero, mago con las cartas, matemático por intuición, domesticador de animales, protagonista de uno de los mayores misterios de la historia de la literatura tras su desaparición y uno de los últimos humanistas que desarrolló una idea propia sobre el hombre, cuya grandeza ensalzó. Son algunos de los muchos talentos que reunió en una sola vida de 44 años -los primeros del siglo XX- Antoine de Saint-Exupéry, un autor menos conocido que su «Principito», cuya fama ha eclipsado no sólo el resto de su obra, sino también otras de las muchas facetas que desempeñó a lo largo de su vida, como la de periodista.

Pero lo cierto es que durante los años 30 del siglo pasado Saint-Exupéry colaboró con la prensa francesa de la época y fue enviado como reportero a algunos de los principales escenarios de su tiempo, como la Guerra Civil española. «Lo hizo por las dificultades económicas que atravesaba en unos años en los que no pudo vivir de las que fueron sus dos principales ocupaciones como piloto y escritor, sin que fuese la vocación la que le llevó al periodismo», señala Montse Morata, doctora en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y experta en Saint-Exupéry, que llegó a



En las trincheras de España
Reproducción de dos microfilmes de la Bibliothèque Nationale de France de las crónicas escritas por Saint-Exupéry durante su estancia en la Guerra Civil española

volar en parapente para conocer las sensaciones del escritor francés. «Sin embargo, sus trabajos en este terreno constituyen no sólo una aportación singular, sino que a partir de ellos reescribió la obra que lo consagró en vida como escritor, y que no fue «El Principito», cuyo éxito no llegaría a conocer, sino «Tierra de los hombres». Además, su trabajo como reportero le permitió conocer de primera mano realidades que dejaron huella en su obra y en su pensamiento, como nuestra guerra», explica esta investigadora española, autora de la primera tesis que se ha escrito sobre el periodismo de Saint-Exupéry. En ella, no sólo ha reunido la recopilación más completa que existe hasta la fecha de la obra periodística de este escritor, sino que, además, ha recuperado cinco textos desconocidos de este autor que, durante casi ochenta años, habían permanecido en el olvido, enterrados en las páginas de los periódicos y revistas en las que originariamente fueron publicados, sin que hayan sido publicados hasta el momento. «Cuando empecé mi tesis

jamás imaginé que existiera tal desconocimiento sobre los textos periodísticos de este autor», confiesa Montse Morata, que pasó un año en París investigando en la hemeroteca de la Bibliothèque Nationale de France y como doctoranda invitada del Centre d'Historia de Sciences Po. Lo hizo, además, sin ninguna financiación, con sus propios recursos tras perder su trabajo como periodista a consecuencia de la crisis. «Decidí convertir la dificultad en oportunidad y pensé que era el momento de hacer lo que siempre había querido», relata esta investigadora. Cuenta que la idea de estudiar a Saint-Exupéry le llegó leyendo un ensayo sobre este autor del que después ha sido su director de tesis, el escritor Pedro Sorela. Una tesis en la que, bajo el título de «Acción, pensamiento y poesía en el periodismo de Antoine de Saint-Exupéry», Montse Morata, que ha trabajado durante doce

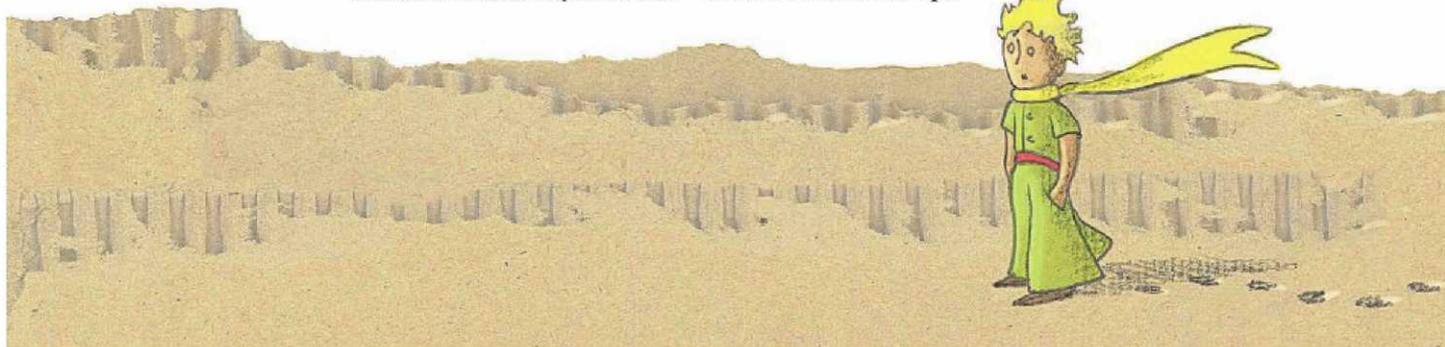
años como periodista y también escribe poesía, plantea, además, a partir del ejemplo del escritor francés, la utilidad actual de los rasgos más singulares encontrados en su escritura periodística, como el uso que hace de la poesía.

Más vigente que nunca

«Lo más llamativo -dice Morata- es que, aun viniendo del pasado, el periodismo de Saint-Exupéry está más vigente que nunca, ya que ofrece fórmulas propias y recupera el humanismo tantas veces olvidado en esta profesión y que, en mi opinión, es una de las causas de su actual desconcierto y crisis».

En total, cuenta que fueron más de medio centenar de artículos, crónicas y reportajes los que Saint-Exupéry publicó entre 1932 y 1938 en algunos de los principales periódicos y revistas francesas de la época. En muchos de ellos, el escritor relata sus propias experiencias como pionero de la aviación, abriendo nuevas líneas de correo aéreo a través del Sáhara o la Patagonia, pero también intentando batir récords de aviación que le ocasionaron no pocos accidentes en los que estuvo a punto de morir. Uno de ellos fue el que sufrió en el desierto libio, por

En primera línea
En España se dio cuenta del cataclismo que entonces ya empezaba a cernirse sobre Europa





el que anduvo durante cinco días sin agua ni comida, lo que ocupó las primeras planas de todos los periódicos durante los primeros días del año 1936.

En otros casos, sus colaboraciones fueron fruto de los encargos que el escritor recibió de los diarios «Paris-Soir» y «L'Intransigeant», los dos vespertinos franceses más vendidos de la época, que le enviaron a la Unión Soviética de Stalin o a la Guerra Civil española, en la que estuvo en dos ocasiones. La primera de ellas en Barcelona y el frente de Lérida al poco de estallar la contienda, en el verano de 1936, y la segunda en Madrid, donde, en abril de 1937, convivió con los milicianos en las trincheras de Carabanchel. De aquellas experiencias salieron unos reportajes que dan una visión única de la guerra, ya que se trata de una visión humanista y alejada de la cuestión ideológica, explica Montse Morata. «Como el resto de su escritura, nacen de sus propias experiencias, a partir de las que reflexiona sobre las motivaciones profundas del hombre. De ahí su vigencia». «Además -añade esta investigadora-, introduce la poesía en realidades tan áridas como la guerra y lo hizo con tal belleza que en una ocasión la curtidora secretaria de «Paris-Soir» se echó a llorar al transcribir uno de sus textos».

Pero los reportajes sobre la Guerra Civil española a Saint-Exupéry no le salieron gratis, ya que después el régimen franquista le negó el visado para cruzar por España hacia Portugal, rumbo a su exilio en Nueva York durante la Segunda Guerra Mundial.

Además, nuestra guerra dejó una huella reconocible tanto en su obra como en su pensamiento, ya que vio en la contienda española un preludio del cataclismo mundial que se avecinaba, y en el que se dejó la vida participando.

Saint-Exupéry desapareció en la mañana del 31 de julio de 1944 durante un vuelo aliado de reconocimiento sobre Francia del que nunca regresó. «Se debe escribir, pero con el propio cuerpo», recuerda Montse Morata que decía un autor cuya escritura está trazada con su propia vida. Hasta sus últimas consecuencias.

Curiosidades al vuelo de un piloto

Tuvo una infancia de cuento en un castillo del siglo XVIII, en Lyon

De niño trató de fabricar una bicicleta-aeroplano y voló por primera vez con sólo 12 años

Tocaba el violín y adoraba el Bolero de Ravel

Bueno al ajedrez, era un mago con las cartas y la adivinación

Insomne, escribía por las noches tomando tanto té o café como decía que le pedía el texto

Llamaba a sus amigos a cualquier hora para leerles lo último que había escrito

Entraba en los elegantes salones de París con las manos manchadas de aceite de los aviones

En el Sáhara rescató un avión con una caravana de camellos

Tuvo una foca a la que alimentaba con 3 kilos diarios de pescado

Cantaba canciones medievales, recitaba a Baudelaire e inventaba juegos aritméticos

Su libro «Piloto de guerra» fue prohibido en la Francia ocupada y leído clandestinamente entre la Resistencia

Consiguió reincorporarse a las fuerzas aéreas de la Francia libre en África del Norte pese al veto de Charles de Gaulle



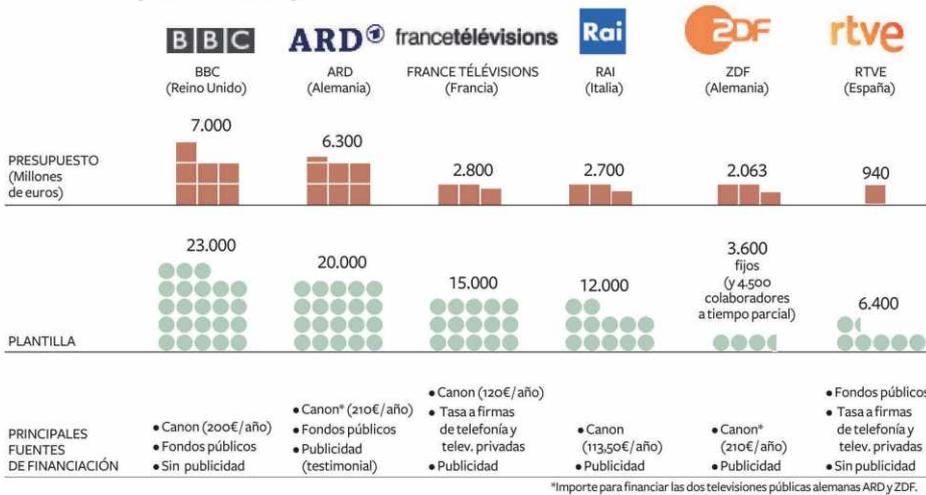
El hallazgo de los inéditos, una gran sorpresa

«Supongo que fue por curiosidad», confiesa Montse Morata al relatar cómo encontró los nuevos textos de Saint-Exupéry que ha reunido en su trabajo y de los que, en algunos casos, ni siquiera tenía referencia. «Es cierto que yo buscaba reunir por primera vez toda su obra periodística, pero lo último que me esperaba era encontrar nuevos textos del que es el autor de uno de los libros más vendidos y traducidos de todos los tiempos. Fue una gran sorpresa». Llevaba ya algún tiempo buceando entre los viejos rollos de microfilmes de la hemeroteca de la Bibliothèque Nationale de France cuando, de repente, se topó una tarde con un artículo desconocido de Saint-Exupéry. «No me lo podía creer», recuerda. Y entonces pensó que quizá no sería el único, hasta reunir un total de cinco textos aparecidos entre 1934 y 1937. Además, lo llamativo de estos textos, según destaca esta investigadora, que ahora busca editorial para su trabajo, no sólo es que hayan permanecido olvidados durante ochenta años sino también su propio contenido, ya que aborda cuestiones no presentes en el resto de su obra, como las reflexiones sobre el hombre de ciudad que se ahoga en su propio progreso, alejado del contacto con la Tierra, o de la nueva idea del viaje que empezaba a gestarse con la llegada de la aviación comercial, anticipando el turismo masivo de hoy. «A partir de cuestiones de actualidad de su tiempo Saint-Exupéry fue un visionario del nuestro».





La televisión pública en Europa



Fuente: elaboración propia con datos de las empresas.

EL PAÍS

Un reto digital europeo

Internet ha revolucionado el ecosistema de las televisiones públicas, que luchan por adaptar su oferta a los nuevos dispositivos móviles

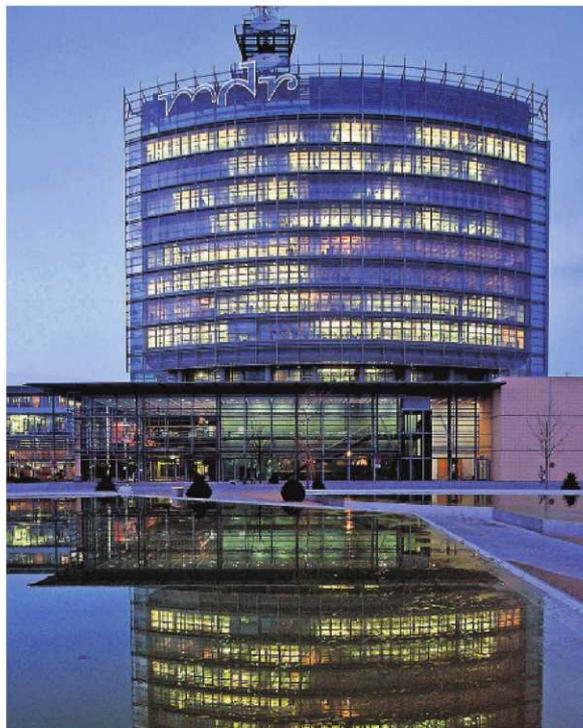
Por LAURA BERGÉS SAURA

Con la digitalización de las comunicaciones y la expansión de las redes fijas y móviles se ha abierto un interesante debate sobre el papel y el modelo del servicio público audiovisual europeo, quizás con poca repercusión en España, pero de alta intensidad en las instituciones comunitarias, en los organismos de regulación del audiovisual, en los círculos académicos y entre los propios operadores públicos. Estos son algunos de los puntos clave.

¿Radiotelevisión pública o medios públicos?

Con la expansión de Internet y la telefonía móvil y la proliferación de dispositivos de recepción audiovisual, las fronteras entre medios de comunicación se diluyen; prensa, radio y televisión convergen en el nuevo ciberespacio, junto con nuevos medios nacidos ya en la Red. La definición del servicio público como un servicio exclusivamente de radiotelevisión queda, pues, obsoleta. Y la natural expansión de los operadores públicos hacia Internet choca con la oposición de los medios privados. A las habituales quejas de estos últimos frente a lo que definen como competencia desleal de los operadores públicos, se añaden ahora las presiones de la prensa comercial que, en su esfuerzo por compensar la pérdida de lectores y de publicidad en sus versiones de papel, se encuentran en Internet con un competidor que tiene precisamente en la información de calidad, combinada con el entretenimiento, uno de sus puntos fuertes.

Operadores como la BBC o los de los países nórdicos figuran entre los medios de comunicación con mayor número de usuarios en Internet. También en Francia, España, Italia o Alemania ocupan posiciones destacadas, aunque en estos casos, es la prensa tradicional la que lidera la clasificación de medios. Ante esta situación, la tendencia en Europa, de acuerdo con el modelo dual definido por la UE, es aceptar la expansión digital de la radiotelevisión pública, en tanto que se la considera como un actor que contribuye a la mejora de la calidad del conjunto del sistema,



Sede de la televisión MDR, asociada a la corporación pública alemana. Foto: Thomas Schulze

pero sujeto a ciertas limitaciones. Por ejemplo, en Alemania, se circunscribe a una semana el tiempo de acceso en Internet a la oferta informativa de los canales públicos. Y en la mayor parte de países, se excluye la participación de estos operadores en el mercado de la publicidad digital.

El test de valor público

Este incremento de la competencia en el escenario digital, las normas europeas sobre ayudas públicas, así como el debate en torno al interés de algunos servicios

ofrecidos por los operadores estatales llevaron a la aplicación de test para evaluar la contribución al interés general del servicio, su coste y su impacto económico en el mercado. Así lo hacen organismos como el BBC Trust, en Reino Unido, o el Consejo de la ARD, en Alemania, que autorizan, limitan o deniegan las propuestas de nuevos servicios digitales atendiendo a su valor social y a la estimación de su impacto sobre las condiciones de competencia.

Estas pruebas, sin embargo, se están revelando tan costosas que la propia UE plantea una revisión del sistema, aun an-

tes de que se haya generalizado —en España, por ejemplo, no ha llegado a implantarse—. También en Alemania han surgido numerosas críticas a este modelo de control, que obliga a los operadores públicos a incurrir en mayores costes —en algún caso, totalmente desproporcionados—, al tiempo que limita su agilidad para responder a las posibilidades cambiantes del mundo digital.

Hacia un 'digital commons'

El dinamismo del escenario de Internet invita a un debate sobre el papel de los medios públicos más allá de las cuestiones referentes al tipo de programas que deben difundir o su relación de competencia con los medios comerciales. ¿Debe la radiotelevisión pública digital contribuir a crear un espacio de dominio público donde puedan converger todos los servicios y contenidos generados con dinero público, desde el sistema de museos y patrimonio al sistema educativo y universitario o la propia e-administración? ¿Pueden estos organismos públicos alimentar el llamado *digital commons* en colaboración con agentes sin ánimo de lucro?

Mientras el debate quedó abortado en España, tras alguna tímida propuesta lanzada en la etapa de Carmen Caffarel en RTVE, la BBC participa en el proyecto Digital Public Space orientado a servicios de acceso abierto a recursos culturales y de conocimiento.

Servicio público distribuido entre distintos agentes

En un sistema de comunicación horizontal y descentralizado como es Internet, ¿tiene sentido mantener el modelo de grandes compañías centralizadas? Ante la proliferación de actores en la Red, incluidos los usuarios *prosumers* (productores-consumidores), ¿debería el sistema público desarrollar nuevas estrategias de colaboración y coproducción? En esta línea, aparecen iniciativas que proponen el llamado modelo de servicio público distribuido, en el que empresas privadas y agentes sin ánimo de lucro colaboran en la producción de servicios públicos.

Los estudios sobre algunas experiencias pioneras en esta línea realizadas en Reino Unido, Croacia, Austria o Irlanda muestran cómo la efectividad y calidad del modelo depende de la existencia de un nodo fuerte en la red, papel que suelen jugar los tradicionales operadores públicos de radiotelevisión. Mientras que en aquellos países donde no existe este operador, la calidad se resiente.

El modelo audiovisual dual de la UE

Los cambios introducidos con la digitalización añaden presión al modelo dual de la UE que busca la coexistencia del sistema comercial de medios con un sistema público robusto que garantice el pluralismo, los contenidos de calidad, el servicio universal, el derecho a la información o la innovación no sujeta a objetivos comerciales, entre los principios fundamentales del servicio público. También sigue vigente el interés de los Estados por mantener medios propios que les aseguren una cierta capacidad de intervención en la esfera pública.

Sin embargo, la digitalización, la globalización y la crisis económica y política en Europa parecen inclinar la balanza del lado comercial de este modelo dual. Grandes empresas globales de las tecnologías de la información, las telecomunicaciones y los medios de comunicación ganan terreno en el espacio digital, aunque los medios públicos aparecen como actores resistentes que, allí donde mantienen los niveles de calidad, de independencia y de financiación, mantienen también una fuerte relación con el público que se traslada de la televisión a Internet. •

Laura Bergés Saura es profesora de la Universitat de Lleida y autora, junto a Rosario de Mateo Pérez, de *Los retos de las televisiones públicas: financiación, servicio público y libre mercado*.



Sandra Sabatés. Periodista. Presentadora a 'El Intermedio' de La Sexta

"La imatge és secundària"



Al programa hem parlat obertament de la consulta, des de totes les parts, dels punts a favor, del perquè

GEMMA BUSQUETS

● Sandra Sabatés (Granollers, 1979) compleix tres anys com a copresentadora del programa d'actualitat *El Intermedio*.

El programa està vivint una temporada daurada quant a les audiències. Els ho posa fàcil l'actualitat?

És per la necessitat d'informació que tenen els ciutadans. Hi ha canvis, retallades, i no sempre es donen les explicacions que caldrien i si es fan és a través d'un plasma i de forma difusa. El ciutadà necessita que se li digui la veritat, les coses clares. Per això hi ha un auge de tots els espais informatius, de tertúlia. Les explicacions que no se'ls donen des de dalt, els espectadors les busquen als mitjans.

Més interpretació i opinió.

Donem informació però també opinió; la part del Wyoming, que és d'humor, conté també una part editorial. També ens podem centrar en un tema concret i buscar a l'hemeroteca, contrastar les declaracions amb les promeses del passat, que aporta més claus.

Com funciona el dia a dia? És com un telenotícies? Pren part en el guió?

Hi ha una reunió al matí de direcció, subdirecció i guionistes i redactors que decideixen els continguts, la distribució i estructura del programa del dia. La part més similar amb un informatiu és que si passa qual-sevol cosa d'última hora, també s'hi inclou. El guió es planteja al matí però es pot modificar perquè es basa molt en l'actualitat. Nosaltres hi som a la tarda, que és quan es fa la lectura del guió i l'assaig. Podem aportar, evidentment, proposant temes o aspectes del guió, però de la redacció se n'encarreguen guionistes i redactors.

Es pot fer acudit de tot?

La llibertat d'expressió ha de prevaldre i es poden parlar de tots els temes possibles; no ens hem de censurar i menys des dels mitjans. Des d'*El intermedio* hem parlat de qüestions es-

Defensa la importància de comunicar amb credibilitat i rigor com en un informatiu

pecialment delicades, com ara maltractaments o Boko Haram. Quan donem la informació, que ja és prou dura, just potser en aquell moment no hi correspon fer humor i el Wyoming serà més crític, però tots els temes es poden tractar.

Pensa que una presentadora de notícies és més una actriu que una periodista? És imatge i interpretació?

Quant al físic és cert que en televisió el primer que veus és la imatge, però no crec que sigui el més important, estar més o

menys maca. Per mi passa a ser secundari perquè l'important és el missatge que vols transmetre com a comunicador. No es tracta d'interpretar en el sentit d'actriu, sinó de comunicar amb credibilitat, essent tu mateix, amb rigor.

A *El Intermedio*, és el mateix registre de quan presentava un informatiu?

El meu paper me'l prenc exactament igual que si estigués en un telenotícies. És cert que no estic en un informatiu, sinó en un programa d'humor, d'entreteniment, però que ha evolucionat més cap a l'actualitat i la part informativa és la que hi té més pes. Explico les notícies i les dades estan contrastades i tot el que dic és veraç, en aquest sentit és tot igual. Canvia el plató i que tinc al costat un humorista que després de la notícia fa l'acudit.

Quin balanç fa d'aquests tres anys a *El Intermedio*?

No pot ser més positiu. Quan fas un canvi d'aquests, saltar d'informatius a programes, hi ha un cert risc. Ho disfruto molt i és molt gratificant.

Va treballar a TVE. Li dol veure la situació actual?

És trist veure com uns informatius que havien estat els més ben valorats, i un mitjà que havia estat referent mundial, de cop i volta s'ha deteriorat. És un mitjà públic i no hi hauria d'haver aquestes pressions ni veure com es manipula. No s'ho mereixen ni TVE ni els ciutadans que, al capdavall, són els que paguen el mitjà.

Com a periodista catalana a Madrid, com viu la qüestió sobiranista?

No és un tema que se'n parli a nivell personal, "quina és la teva postura", sinó que valorem periodísticament el procés. El tractament que hem fet des del programa és abordar totes les parts; parlar del procés des de tots els àmbits: hem parlat obertament de la consulta, dels punts a favor, el perquè. Puc donar la meua opinió, com en Dani Mateo o la Thaïs Villas, que també són catalans, però a l'hora de conformar el programa, ens hem de basar en dades.



Sandra Sabatés en una imatge promocional del programa. LA SEXTA

BIOGRAFIA

Estudis Llicenciada en comunicació audiovisual per la Universitat Pompeu Fabra (2004)

Televisió Els seus inicis professionals van ser els informatius locals de l'Hospitalet de Llobregat. El 2005 va presentar *L'informatiu vespre* de TVE a Catalunya fins al 2007, quan va incorporar-se a La Sexta



El Gran Hermano que vende todo

El negocio de la publicidad digital ha doblado su volumen desde 2007 y capta en España el 21% de la inversión de los anunciantes, solo por detrás de la televisión

SUSANA BLÁZQUEZ

La revolución del mundo de la publicidad en Internet arroja cifras de vértigo. La inversión realizada en anuncios digitales ha sido la única en aumentar desde 2007 hasta casi doblar su volumen, mientras que los medios tradicionales han sufrido el efecto inverso: su inversión publicitaria se ha hundido a casi la mitad en los mismos años. El 21,1% de la inversión publicitaria española (956 millones) terminó en Internet en 2014, es el segundo medio en volumen de inversión tras la televisión convencional, que supone el 41,7%. "En una década será el primero, como sucede en Reino Unido, Dinamarca y Australia. Y encabezaría la inversión mundial si sumáramos la realizada por las empresas para gestionar sus presencia en las redes sociales, y el resto de la inversión digital que no va directamente a la compra de espacios publicitarios", asegura Antonio Traut, director general de IAB Spain.

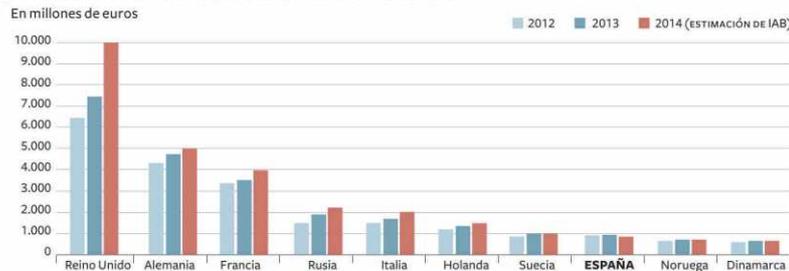
Internet tiene apenas 30 años de vida, y la publicidad digital una veintena. Hasta entonces, la prensa en papel, la radio y la televisión eran los reyes a quienes los anunciantes rendían pleitesía. "Los mismos medios están en Internet, pero las agencias de publicidad podemos ir también a las redes sociales, los foros, la publicidad de los buscadores, o a las aplicaciones para terminales móviles. Internet es un universo de infinitas posibilidades que aumenta de forma cada vez más acelerada", cuenta Eduardo Madinaveitia, director general técnico de Zenith.

El éxito de la publicidad digital se debe a su efectividad. Internet es el gran hermano que recoge la información de los usuarios. Un "me gusta" dado en Facebook es visto por los amigos, y por quienes comercian con los datos, y eso sucede en todas las redes sociales. Las cookies (archivos enviados por un sitio web al navegador del usuario para espíar su actividad) añaden más información. Las compras también dejan rastro. Este ingente volumen de datos es manejado con herramientas de Big Data para servir a los anunciantes. "En Internet puedo saber en dónde están las mujeres urbanas de 20 a 30 años amantes de los productos ecológicos y del cine, y dirigir mi publicidad solo a ellas. Según el tipo de anuncio que ponga, sabré quién lo ve, quién pincha en él o quién termina comprando", explica Madinaveitia.

Un problema: Internet fragmenta las audiencias por su avalancha de contenidos, y por el tipo de dispositivos al que llega. Se puede acceder a Internet desde el ordenador, el smartphone (teléfono inteligente), la tableta, los televisores conectados, y los wearables (los relojes, las pulseras o las gafas conectadas). Y esta multiplicación de accesos es el gran reto

El auge de los anuncios 'online'

TOP 10 DE IAB DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA DIGITAL EUROPEA



INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS CONVENCIONALES

En millones de euros	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Cine	38,4	21,0	15,4	24,4	25,8	22,5	20,2	26,2
Diarios	1.894,4	1.507,9	1.174,1	1.124,4	967,0	766,3	662,9	656,3
Dominicales	133,5	103,9	68,9	72,2	67,1	52,0	38,7	37,7
Exterior	568,0	518,3	401,4	420,8	394,8	326,3	282,0	291,4
Internet	482,4	610,0	654,1	798,8	899,2	880,5	896,3	956,5
Radio	678,1	641,9	537,3	548,5	524,9	453,5	403,6	420,2
Revistas	721,8	617,3	401,9	397,8	381,1	313,7	253,9	254,2
Televisión	3.468,6	3.082,4	2.237,8	2.471,9	2.237,2	1.815,3	1.703,4	1.890,4
Inversión total	7.985,1	7.102,8	5.630,9	5.858,8	5.497,1	4.630,0	4.261,0	4.532,9

Fuente: IAB e Infoadex

EL PAÍS



Asistentes al Mobile World Congress 2015 celebrado en Barcelona. / ALBERT GARCÍA

A medida

Sandra Sotelo, directora digital de OMD, resume el tipo de anuncios de Internet:

► **CPM o coste por mil**, cobra de dos a 40 euros por cada 1.000 veces que se ve un anuncio. Es idónea para el lanzamiento de un producto.

► **CPC o coste por clic**, cobra de cinco céntimos a un euro por cada clic en el anuncio para ir a la página del anunciante. Es idónea para campañas de ofertas con catálogos.

► **CPL o coste por lead**, cobra por cada lector que haga clic y deje sus datos en un

cuestionario. Unos 50 céntimos por suscripción a newsletter, y hasta 150 por solicitud de información de una hipoteca, por ejemplo.

► **CPA o coste por acción**, cobra de un 5% a un 20% del valor de la compra realizada por quien haga clic para ir a una tienda. ■

de las agencias. "Aunque veamos a una familia delante del televisor, cada uno comparte su atención con el móvil y la tableta. Hasta los niños tiene un ojo puesto en cada dispositivo desde los 12 años. Buscamos nuevas fórmulas para atraer su atención, y hacemos contenidos que pueden difundirse por todos los dispositivos", asegura Marta Sáez, directo-

ra general de la agencia de medios OMD. Cada tipo de campaña publicitaria requiere llegar a uno o a todos los dispositivos. "Nuestro trabajo es un reto. Quien quiere ir a los amantes del fútbol debe poner su publicidad en el televisor. Podemos escuchar al consumidor en las redes sociales. Los jovencitos están ahora en Instagram, la red social de fotos y

vídeos. Twitter concentra a los adultos de 25 a 45 años. Para hacer una campaña profesional vamos a LinkedIn. El 90% del consumo de las redes sociales se hace desde el móvil, pero la publicidad en los smartphones no debe ser intrusiva", desgrana Marta Sáez.

La publicidad explora las posibilidades del móvil. "Sus posibilidades exceden a las del resto de

los medios. El GPS indica el lugar en donde se encuentra, y los negocios del entorno pueden enviar ofertas", cuenta Sixto Arias, consejero delegado de Made in Mobile. Al sector del motor le gusta usar el móvil para guiar hasta los concesionarios, y las grandes superficies lanzan por él sus promociones. FNAC, por ejemplo, envía ofertas a medida del tipo de persona que está cerca de sus tiendas. "Si atraemos la atención del consumidor sobre un producto, hará fotos con el móvil para recomendarlo en las redes sociales", añade Sixto Arias.

Contra tantas ventajas, apenas la décima parte de la inversión en publicidad digital va a los móviles, aunque su crecimiento es acelerado. "Y será mayor en 2015 porque la navegación móvil superará a la del ordenador en tiempo y número de usuarios en España", predice Javier Sánchez, consejero delegado de Adquota. No ha hecho más que empezar. "Gran Bretaña es el mercado europeo más maduro en inversión móvil [unas 15 veces superior a la española] y todavía tiene mucho recorrido", apostilla Javier Sánchez.

Las agencias buscan contenidos para difundir a la vez en cualquier dispositivo

Grupos como FNAC redoblan su oferta cuando detectan la cercanía del cliente

La publicidad digital no solo evoluciona con las nuevas pantallas. Los medios pueden meter sus espacios digitales disponibles en las plataformas de publicidad programática para que el anunciante compre. Esta forma de insertar publicidad dominará el mercado porque con ella se puede afinar la puntería para escoger, por ejemplo, a hombres de 20 a 40 años que acuden a los gimnasios de una ciudad. La misma página de un periódico puede variar la publicidad que sirve al detectar que las cookies del usuario son de un hombre o de una mujer.

En las plataformas programáticas Real Time Bidding (RTB) salen a subasta los espacios disponibles para casar con la demanda de los anunciantes, se hace de forma automática. "Es una especie de Bolsa de Valores en la que los anunciantes pujan por los espacios más adecuados a su publicidad", explica Arias. La compra programática que añade la posibilidad de elegir el tipo de medio, denominada Premium, es la más cara.

El gran grupo dominante de este mercado es Google, que atrae a casi la mitad de la publicidad movida por Internet, y "se queda con el 85% de los ingresos recibidos por los medios con menos de cinco millones de visitantes únicos al mes", cuenta Miguel Ormaetxea, presidente de la Agrupación de Medios Digitales, reúne a un grupo de pequeños portales cuya supervivencia mediante la publicidad la tienen difícil. ■



Putin revifa la guerra mediàtica

La popularitat dels mitjans internacionals del Kremlin amoïna el Regne Unit i Washington

BRICIO SEGOVIA
MOSCOU

Aquest any hi ha més de cinquanta conflictes armats al món. Conflictes dels que maten. Però n'hi un altre que és més poderós. Un que mata la ment. La guerra dels mitjans és ara més viva que mai i Rússia l'està guanyant. Els bàndols no han canviat gaire des de la Guerra Freda. De fet, el secretari d'Estat dels EUA, John Kerry, va advertir la setmana passada al Capitoli que els mitjans internacionals que finança el Kremlin són més eficients que els del seu país. "RT emet en anglès. ¿Nosaltres [Washington] podem oferir-ne un d'equivalent que emeti en rus? Ells inverteixen una gran quantitat de diners, parlen idiomes que la gent entén i informen les audiències d'altres països", va dir Kerry.

RT, conegut anteriorment com a Rússia Today, és el conglomerat de set canals internacionals de la televisió russa. Kerry va obviar un detall, i és que no només emeten en anglès, sinó també en espanyol, àrab i rus. És més, tenen RT America, un canal amb contingut destinat exclusivament al públic nord-americà i ben crític amb les polítiques de Washington.

En la seva intervenció, Kerry va demanar a la Cambra de Representants que es replantegés el pressupost que destinen als seus mitjans internacionals. Actualment, inverteixen uns 665 milions d'euros a difondre la visió política nord-americana a través de cinc emissores de ràdio i un canal de televisió.

200 milions de pressupost

Rússia, per la seva banda, manté set canals de televisió i una agència de notícies audiovisual amb 13.850 milions de rubles (200 milions d'euros), una tercera part del pressupost dels EUA. Resumint: amb menys diners, el missatge de Rússia arriba a més llocs i de manera més efectiva.

Moscou va crear també al novembre Sputnik, un servei multilingüe web i radial que va reemplaçar l'agència de notícies RIA Novosti. Al capdavant del grup mediàtic, denominat Rossiya Segodnya, hi ha la mateixa persona que al conglomerat televisiu: Margarita Simonian, una periodista de 34 anys que anteriorment va formar part del reduït grup de periodistes acreditats per viatjar amb el president rus, Vladimir Putin.

Aquest no era el primer cop que Kerry atacava el canal. L'any passat ja l'havia definit com un "megàfon de propaganda" del Kremlin. Des de la direcció de RT van titllar aquestes acusacions d'"hipòcrites" al·ludint que la Casa Blanca també se serveix dels seus mitjans per difondre la seva visió del món. "L'objectivitat no existeix, només hi ha aproximacions a la veritat des de tants



UN 8 DE MARÇ AL FRONT

Per un dia, ahir les soldats de l'exèrcit de l'autoproclamada República Popular de Donetsk van oblidar durant unes hores els fusells i les botes per participar en una desfilada de moda, organitzada per commemorar el Dia Internacional de les Dones. Les militars van passar abans per una sessió de maquillatge i perruqueria. MARKO DJURICA / REUTERS

punts de vista com sigui possible", va dir Simonian en una entrevista a l'alemany *Spiegel*. I va afegir: "No dic que la gent només hagi de mirar la nostra programació. Dic que l'haurien de mirar a banda del que ja miren". De fet, és cert que RT ofereix una mirada dels afers polítics del món que sovint no comparteixen els mitjans occidentals. I, si ha una cosa clara que es constata observant la realitat informativa des de Rússia, és que per tenir una visió global de qualsevol qüestió cal conèixer les dues visions imperants: la de l'eix occidental i l'oriental.

Des del Regne Unit també s'han disparat les alarmes per la creixent popularitat del canal rus. Després de la BBC, RT és el canal internacional més vist al país. Al l'octubre fins

Dos detinguts per la mort del crític Nemtsov

El Kremlin va anunciar ahir la detenció de dos homes originaris del Caucas a presumptes autors de l'assassinat de l'opositor liberal rus Boris Nemtsov fa una setmana mentre caminava pel centre de Moscou. Els investigadors han apuntat com a causa de l'atemptat les amenaces rebudes arran de les seves crítiques a l'atac a *Charlie Hebdo*, una línia que es veuria reforçada per la procedència dels dos sospitosos, la mateixa que la dels assassins d'Anna Politkóvskaia.

BBC
Al Regne Unit el canal rus ja és el segon més vist després del local públic

Bàndol
La Xina, l'Iran i Venèçuela contempen el món des del mateix prisma que els russos

i tot es va inaugurar RT UK, destinat al públic britànic. L'exdirector del servei mundial de la BBC, Peter Horrocks, ja va advertir que el seu país i els EUA estaven perdent la guerra informativa amb el Kremlin.

"A mitjà o llarg termini, ha d'haver-hi preocupació pel que inverteixen els altres [mitjans internacionals] en relació amb el que inverteix la BBC", va afirmar Horrocks al diari britànic *The Guardian*.

Amb la visió prooccidental, França, Alemanya i Colòmbia tenen projectes similars al rus amb France 24, Deutsche Welle i NTN24, respectivament. Tots emeten almenys en el seu idioma oficial i en anglès. Els Estats Units també compten amb CNN, tot i que, a diferència dels anteriors, és un canal privat.

Al bàndol de Rússia hi ha l'Iran, la Xina i Venèçuela, que contempen el món des d'un mateix prisma. Teheran té Hispan TV, en castellà, i Press TV, en anglès, i la seva xarxa mediàtica es completa amb una ràdio en anglès i un servei que genera informació en 32 idiomes. La Xina té una macroestructura televisiva que emet, a més, en francès, àrab i rus. I el govern veneçolà va crear TeleSur en anglès i portuguès, i ha anunciat la versió francesa.

Fa més d'un segle, Oscar Wilde advertia que el quart poder s'havia menjat els altres tres. "Estem dominats pel periodisme", deia. La guerra mediàtica actual només ens fa pensar que aquesta afirmació encara és ben vigent.

Les claus

Quins són els mitjans internacionals finançats pel Kremlin?

Canal líder a YouTube

Amb continguts propis i de l'agència audiovisual Ruptly, creada el 2013, RT en anglès va convertir-se en el primer canal de televisió que va aconseguir un milió de subscriptors a YouTube. Actualment, n'és líder amb més de 2.000 milions de visites.

El conglomerat RT

Sota el nom de RT, abans Russia Today, set canals de televisió emeten en rus, castellà, anglès i àrab. Un està dedicat en exclusiva al mercat britànic i un altre al nord-americà. Aquest any es preveia la creació de dos canals més, en francès i alemany, però la crisi del ruble ha fet ajornar el projecte.

Una agència renovada

Des del novembre, un nou servei multilingüe de notícies va reemplaçar l'agència RIA Novosti, que des que es va crear el 1941 havia assolit certa independència informativa. El 2015 Sputnik pretén operar en trenta idiomes. També integra emissions de ràdio.



Charleroi, contra la imagen adulterada

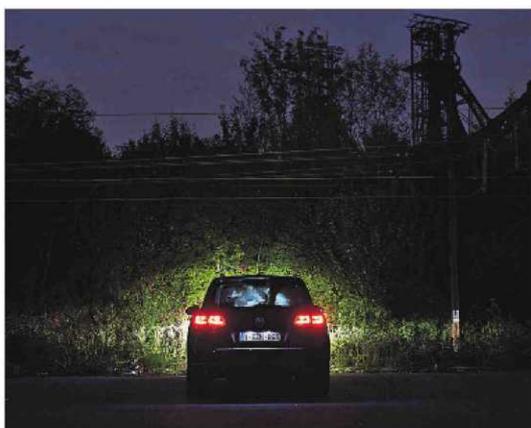
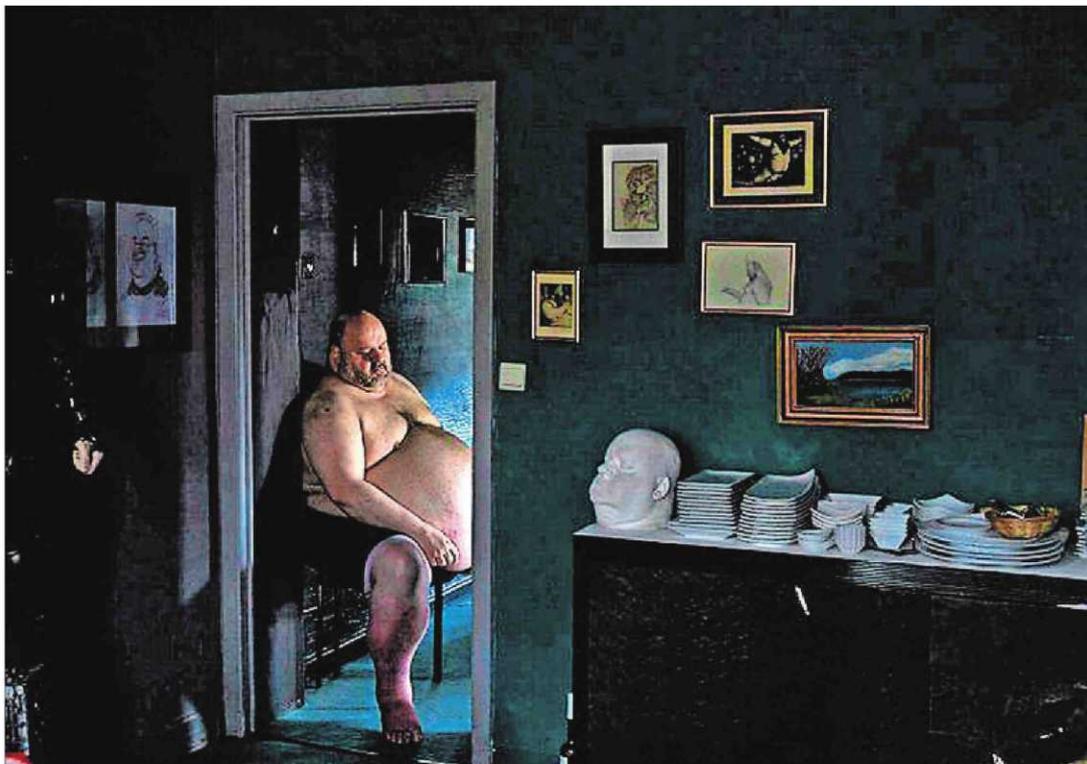
La ciudad belga, que lucha por superar el declive industrial y su mala reputación, se encuentra detrás de la revocación del premio World Press Photo

ÁLEX VICENTE
Charleroi

El paisaje no es muy distinto al de cualquier ciudad de la Valonia profunda. Charleroi emerge en medio de un tejido de antiguas fábricas de ladrillo, esqueletos de esa vetusta siderurgia que en su día empleó a toda la región, que aparecen entre una naturaleza llana y dócil. Al llegar al centro de la ciudad, se descubre un lugar de perfil humilde —el paro roza el 23%, cerca del triple de la media nacional, y la tasa de pobreza es del 28%, casi tres veces más que en Amberes—, pero menos infausto que lo que reza la leyenda. En 2008, un sondeo de un diario holandés declaró a Charleroi “la ciudad más fea del mundo”. Pero hace una década que se empeña en transformarse. “Si Brooklyn y Bilbao han podido, tal vez nosotros también”, dice su alcalde, el socialista Paul Magnette.

Este enclave postindustrial, en pleno proceso de transformación económica y urbanística, se ha situado esta semana en el centro de uno de los mayores debates que hayan sacudido al fotoperiodismo en los últimos tiempos. Hasta el punto de hacer tambalear los cimientos del premio World Press Photo, uno de los más prestigiosos del planeta, entregado anualmente desde 1955. La serie fotográfica *La ciudad negra: El corazón oscuro de Europa*, realizada en Charleroi por el fotógrafo italiano Giovanni Troilo, se vio desposeída el miércoles del primer premio en la categoría Asuntos contemporáneos por haber aportado información falsa sobre las condiciones en las que se hizo.

En su presentación del proyecto, Troilo definía Charleroi como un lugar donde “solo la sexuali-



Arriba, un vecino en su casa de Charleroi. Abajo, el primo del fotógrafo mantiene una relación sexual en un coche, una imagen cuestionada.

/ GIOVANNI TROILO / LUZ PHOTO

que logre reforzar el código deontológico de la profesión. Por su parte, la organización holandesa se plantea endurecer el examen de las imágenes a partir de la próxima edición. “36 personas se encargan de comprobar la información recibida, pero cuando recibes 100.000 imágenes en pocos días, los errores son posibles en los dos lados”, reconoce Boeing.

Troilo no es el primer extranjero que fotografía la región. En las afueras de la ciudad se erigen el Museo de la Fotografía, instalado en un espectacular monasterio neogótico de ladrillo. El centro lleva seis años encargando a reputados retratistas, como Jens Olof Lasthein o Dave Anderson, que se instalen en Charleroi para elaborar series que den fe de su paisaje cambiante. “Queremos que sean extranjeros precisamente porque aportan una mirada distinta a la nuestra”, apunta la conservadora Christelle Rousseau. La mayoría dirige su mirada a las consecuencias del declive industrial, lo que no siempre gusta a los autóctonos. “A veces se les reprocha su miserabilismo, incluso cuando esa no es la voluntad del fotógrafo. Diría que los ciudadanos se ven reflejados en algo que ya no quieren ser”, opina. Sin embargo, lo acontecido esta semana no es comparable. “Lo que ha sucedido va mucho más allá”, concluye.

“La pena máxima”

Giovanni Troilo, desposeído esta semana del premio World Press Photo, dice haber aceptado el desenlace. “Fue un error involuntario, pero debo pagar por él. No es una injusticia, pero me han aplicado la pena máxima”, respondió el viernes desde Roma. “En las ediciones anteriores ha habido errores que no se han saldado con la descalificación”. El fotoperiodista de 37 años fue descalificado por un pie de foto incorrecto que fotografía la región. En las afueras de la ciudad se erigen el Museo de la Fotografía, instalado en un espectacular monasterio neogótico de ladrillo. El centro lleva seis años encargando a reputados retratistas, como Jens Olof Lasthein o Dave Anderson, que se instalen en Charleroi para elaborar series que den fe de su paisaje cambiante. “Queremos que sean extranjeros precisamente porque aportan una mirada distinta a la nuestra”, apunta la conservadora Christelle Rousseau. La mayoría dirige su mirada a las consecuencias del declive industrial, lo que no siempre gusta a los autóctonos. “A veces se les reprocha su miserabilismo, incluso cuando esa no es la voluntad del fotógrafo. Diría que los ciudadanos se ven reflejados en algo que ya no quieren ser”, opina. Sin embargo, lo acontecido esta semana no es comparable. “Lo que ha sucedido va mucho más allá”, concluye.

El autor atribuye el error a un descuido a la hora de subir las imágenes a la web del premio. La duda es si su trabajo, acusado de responder a una estudiada puesta en escena, puede considerarse fotoperiodismo. “No soy yo quien debe decirlo, sino el jurado. Si no lo era, ¿por qué no me eliminaron desde la primera ronda?”. Troilo afirma que nunca escondió sus métodos y que mencionó las condiciones en que tomó las imágenes en cada pie de foto, incluida aquella donde se ve a uno de sus familiares practicando sexo en un coche. “Decía que era mi primo y que había aceptado que le hiciera una foto”.

El alcalde cree que la serie fotográfica distorsiona la realidad

dad perversa y retorcida, el odio racial, la obesidad neurótica y el abuso de drogas sirven de soluciones para que ese malestar endémico se vuelva aceptable”, considerando a esta urbe de 200.000 habitantes “el reflejo de algo que sucede a mayor escala en toda Europa”. Sin embargo, las irregularidades no tardaron en salir a la luz. Primero fue la evidente puesta en escena de una de sus imágenes, donde un primo del fotógrafo aparecía practicando sexo en el interior de un coche, en el que Troilo había colocado previamente un flash. La organización estudió revocar el premio, pero lo confirmó el pasado domingo al deducir que ese primo “hubiera hecho el amor en el coche, tanto si el fotógrafo estaba presente como si no”. Terminó cambiando de opinión el miércoles, después de que

un reputado fotoperiodista belga, Bruno Stevens, ganador del World Press en tres ocasiones, denunciara que una de las imágenes no había sido tomada en Charleroi, sino en el taller del pintor Vadim Vosters en Molenbeek, en las afueras de Bruselas. Es decir, a más de 50 kilómetros de distancia. “El fotógrafo reconoció el error, pero ya era demasiado tarde. Había cruzado la línea de lo aceptable. El fallo cambiaba el sentido de toda la historia”, apunta el director del World Press Photo, Lars Boeing, desde la sede de la organización en Amsterdam.

Para Magnette, figura ascendente del socialismo belga, la revocación del premio ha supuesto una victoria. A finales del mes pasado, el regidor inició la revuelta contra esta serie fotográfica a través de una larga misiva enviada a

la organización, donde contestaba la “distorsión de la realidad” del trabajo de Troilo, que reflejaba para él “una ciudad ficticia”. “Si hubiera sido un concurso de fotografía artística, nunca hubiera dicho nada. Lo que no podíamos aceptar es que eso fuera considerado un retrato realista. Cuando alguien daña la reputación de una ciudad, está atacando la autoestima de quienes viven en ella”, señala ahora Magnette.

Para el alcalde, los problemas a los que apunta Troilo “no son inexistentes”, pero tampoco exclusivos de Charleroi. “La delincuencia, la desocupación y las drogas forman parte de cualquier lugar de más de 50.000 habitantes. Reducir la ciudad a eso es inaceptable”, argumenta Magnette, que espera que el caso constituya una “jurisprudencia Charleroi”



La tele es va fer negoci

Fa 25 anys Tele 5 i Antena 3 van trencar el monopoli estatal; en aquests anys, tot i els canvis legislatius i la implantació de la TDT que ha fragmentat el mercat, lideren l'oferta amb un model comercial i, després de les fusions, impera el duopoli espanyol

LES DADES

Tele 5

va començar a emetre el 3 de març de 1990. És la més vista a Espanya amb un 15,4% de quota de pantalla el mes de febrer. A Catalunya, comparteix el lideratge empatada amb TV3 (12,7%)

Antena 3

va ser la primera a emetre el 25 de gener de 1990. A Espanya és segona amb un 13,2% de quota. A Catalunya, tercera (11,1%)

GEMMA BUSQUETS

● L'actual mapa audiovisual espanyol té el seu origen en el 1990, amb l'entrada en el comandament de les televisions privades: Antena 3 i Tele 5 i una tercera, Canal+, que tot i ser de pagament oferia hores de programació en obert i tenia una vocació de tele generalista. L'aparició de les cadenes privades –el govern espanyol va aprovar el 1988 la llei de la televisió privada, que no deixa de ser una concessió d'un servei públic– va tenir una enorme repercussió en el mercat: es va trencar el monopoli estatal que tenia TVE i a Catalunya –TV3 feia sis anys que existia– hi entrava nova competència però en triplicava l'oferta televisiva en castellà; el Canal 33 havia nascut un any abans, el 1989.

La dècada dels noranta van ser els anys coloristes de la tele privada, d'uns fonaments però també de consolidar un model comercial que amb l'entrada de la dècada del 2000 va començar el seu lideratge i el

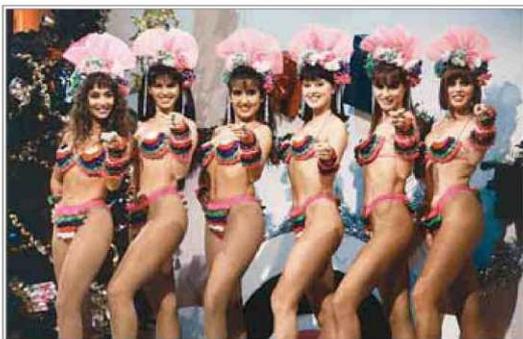


declivi de la tele pública a Espanya. L'apagada analògica de l'any 2010, amb la consegüent implantació de la TDT, que ha fragmentat les audiències amb molts més canals temàtics, ha suposat l'enfortiment dels dos grups audiovisuals privats en què s'han convertit les dues teles privades dels noranta: Mediaset (Tele 5) i Atresmedia (Antena 3). Sobretot arran de les fusions entre cadenes, propiciades per la insostenibilitat del model televisiu arran de la crisi econòmica: Tele 5 va absorbir Cuatro el 2009 i Antena 3, La Sexta el 2011.

El català no va ser mai una prioritat, tot i que Tele 5 hi va emetre, del 1997 al 2003, un informatiu al migdia en desconnexió i Antena 3, *Els Simpson*, un dels seus espais insignies, en català. Fa poc, en una trobada del sector a Barcelona, el vicepresident d'Atresmedia, Maurizio Carlotti, va argumentar que "el problema és que la llei impedeix fer desconnexions territorials i si emetéssim un programa en català per a tot Espanya no el miraria ningú".



Del 1997 al 2003, Tele 5 va emetre un informatiu al migdia per a Catalunya, i Antena 3, 'Els Simpson' en català

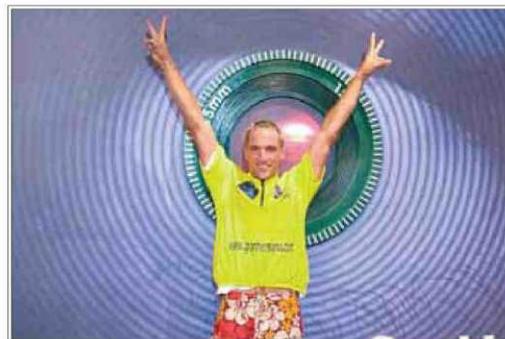


Les Mama Chicho eren les coristes que animaven 'Tutti Frutti'. TELE 5

De les Mama Chicho...

● Icona dels inicis de Tele 5, juntament amb les Cacao Maravillao del concurs *VIP Noche*, les Mama Chicho eren sis vedets de revista que apareixien a l'espai

d'humor *Tutti Frutti*. Van ser el màxim exponent del que els crítics de l'època van denominar *Tele-Teta*, que prioritzava una estètica pejorativa de la dona



Ismael Beiro, el primer guanyador de 'Gran hermano'. TELE 5

... a 'Gran hermano'

● Fa quinze anys Tele 5 va adquirir el format que havia de revolucionar, i ho va fer, la tele amb el concepte de la telerealtat: *Gran hermano*. És el xou més

rendible i el màxim exponent de la filosofia dels programes d'entreteniment del canal, de to desenfadat i frívol. S'ha convertit en marca de Tele 5.



'Farmacia de guardia', 'Médico de familia' i 'Siete Vidas'. ARXIU

Sèries en manufactura

● La tele privada va considerar la ficció pròpia un gènere estratègic. I tot va començar amb una farmàcia (*Farmacia de guardia*, Antena 3) i un metge (*Médico de familia*, Tele 5). Així, a mitjans anys noranta, hi va haver un boom de les sèries espanyoles a darre del qual van créixer productores com Globomedia. Eren sèries pensades per

atraure una audiència familiar i per tant aconseguir els anunciant. Les trames combinaven humor i l'imaginari, pors i expectatives de les classes mitjanes. Aquesta industrialització de les sèries va continuar amb altres gèneres com la comèdia de situació *Siete vidas* o les que retrataven un col·lectiu professional, com *Periodistas*.



Opinió

Josep Àngel Guimerà
Professor de Comunicació de la UAB

Més televisió però no millor

Quantitat i qualitat no sempre van juntes i els nous canals privats en van ser un bon exemple. Tot i que arribaren embolcallats de promeses i van generar moltes expectatives en un país amb una TVE grisa i unes poques televisions autonòmiques, també van resultar problemàtics.

Les bondats anaven lligades a l'augment de canals, que havien de dur més llibertat d'expressió, més pluralisme i més diversitat i qualitat programàtiques. La realitat, però, resultà prou diferent. El govern del PSOE atorgà les concessions a empreses afins. A la llarga, els nous canals reforçaren el bipartidisme prioritant PP i PSOE. També arribà la teleporqueria i un fort debat al seu voltant. A sobre, les graelles s'assemblaven cada cop més, inclosa la de TVE.

Hi ha estudis que apunten que la importació de la privada es deu a interessos polítics i electorals del PSOE: tant Antena 3 com sobretot Tele 5 proposaven un model políticament inofensiu basat en l'entreteniment banal. Això lliga amb el fet que els canals privats



Portà un augment del castellà i tragué quota de mercat a TV3, fet que afectava la seva capacitat d'influència



El concurs VIP Noche, amb Emilio Aragón i Belén Rueda, va ser icona de la primera etapa de Tele 5. TELE 5

van ser possibles després d'un ràpid i espectacular canvi d'opinió del PSOE, que a partir de 1984 començà a defensar-ne l'existència en un moment en què li calia una acció popular per compensar l'incompliment de promeses electorals. També pesà la voluntat d'apropar-se a la Comunitat Econòmica Europea (CEE), que llavors promovia la liberalització de l'audiovisual.

Vist des de Catalunya encara hi havia més problemes. No es van permetre canals privats autonòmics ni s'obligava els estatals a fer desconnexions territorials o a emetre franges en català. Això portà un augment del castellà i tragué quota de mercat a TV3, fet que afectava tant la seva capacitat d'influència com la presència mediàtica de referents catalans. Així s'explica, en part, la creació del Canal 33 al 1989: més català i una via per treure de TV3 continguts de servei públic amb poca audiència i substituir-los per d'altres més atractius.

La privada va ser ben rebuda per l'audiència, però estimulà la comercialització de tots els canals –cap no volia perdre massa audiència– i va ampliar l'oferta en castellà a Catalunya. Més canals no sempre vol dir millor televisió. Si no, mireu la TDT.



Panel de control de programas en la sede de Torrespaña, en Madrid. Foto: Gorka Lejarcegi

Cómo reprogramar RTVE

Deuda galopante, denuncias de manipulación, bajos índices de audiencia... La crisis sistémica de Televisión Española reclama un debate urgente sobre qué hacer con ella

Por JOSEBA ELOLA

Un director, Ignacio Corrales, destituido en junio del año pasado. Una deuda de 716 millones de euros, colosal hemorragia que se intenta contener con 130 millones que salen del bolsillo del contribuyente. La amenaza de disolución del Consejo de Administración por las catastróficas cuentas. Un grupo de profesionales, el Consejo de Informativos, que denuncia manipulación en julio. Una dimisión del presidente, Leopoldo González-Echenique, en septiembre. Unas cuotas de audiencia del 10%, menos de la mitad de lo que se registraba hace diez años (23%). En diciembre, una defensora del espectador, Carmen Sastre, que transmite la queja de que personas como Isabel Pantoja y Ortega Cano salen demasiado en antena. Profesionales que denuncian una caza de brujas, en enero, dudas sobre qué modelo implantar, acusaciones a principios de mes de la creación de una redacción paralela de cara a unas elecciones cruciales por parte del nuevo director de informativos, José Antonio Álvarez Agudín. ¿Qué organización es capaz de aguantar semejante baile?

El problema de una televisión pública es que no desempeñe el papel que se le supone a una televisión pública. Así de evidente, sí, y así de sencillo. En buena lid, debe ayudar a construir democracia. Debe garantizar el acceso a una información equilibrada y

de calidad. No debe resultar excesivamente onerosa para el bolsillo de los ciudadanos. Si no es un elemento vertebrador de una sociedad, si acaba siendo un instrumento al servicio del partido de turno, sea este el que sea, despierta las protestas, y los debates.

"Una televisión pública funciona si no genera polémica y los ciudadanos entienden que es un servicio público como lo son los hospitales, las carreteras, o la educación". Así se pronuncia Alfonso Sánchez-Tabernero, catedrático de Empresa Informativa y rector de la Universidad de Navarra. Si este mismo debate se produjera en Reino Unido, dice el rector, que vivió por temporadas en este país, no habría tantas dudas.

"Hemos creado un monstruo excesivamente grande para el servicio que da, esa es la trampa de elefantes en la que hemos caído", manifiesta Lalo Azcona, expresentador del televidente en los años de la Transición. "En el resto de Europa las televisiones públicas no son un desastre económico; por eso no se crea un debate sobre su existencia".

La compleja situación económica de la corporación comandada por José Antonio Sánchez, director que tomó posesión el pasado mes de octubre, obedece, en gran parte, a un doble hachazo en sus ingresos. El primero se produjo en el verano de 2009, cuando el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero suprimió la publicidad en televisión: 450 millones de euros al año menos. Se pactó que las privadas contribuyeran a la financiación del ente público como compensación por hacerse con todo ese pastel publicitario; pero su contribución ha ido

menguando, año a año. El segundo hachazo fue la reducción de la subvención pública en un 30% de 2010 a 2013, en el marco de los recortes presupuestarios de la era austera inaugurada en tiempos de crisis. La doble jugada dejó a la corporación en los huesos.

¿Cómo se soluciona el entuerto? El Partido Popular llevó en noviembre pasado al Congreso una propuesta para rescatar la publicidad, pero la cuestión está en el aire. Reinstaurar la publicidad resulta impopular. Pero encontrar un modelo estable de financiación es urgente para cortar la sangría: en los últimos tres años el desfase presupuestario fue de 112, 113 y 132 millones de euros (para los años 2012, 2013 y 2014).

La implantación de un canon, que el consumidor pagaría al comprar un televisor, como ocurre en el Reino Unido —aunque está siendo cuestionado en los últimos tiempos—, sería una posibilidad. "Pero aquí nunca se han atrevido a hacerlo", señala Alejandro Perales, presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, que defiende

un modelo mixto que recurriera a dinero público, publicidad y canon.

Emili Prado, catedrático de la Universidad Autónoma de Barcelona, descarta el canon en una era en la que se accede a la televisión por múltiples dispositivos y apunta que se debería explorar la fórmula de los peajes. Pagar por contenidos (como partidos de fútbol), o por el acceso a servicios (como el archivo, por ejemplo). "Pero no para hacer negocio", puntualiza, "sino como algo subsidiario".

El otro gran problema es el de la instrumentalización de un servicio público para ganar elecciones. "Desde el franquismo, y también en la Transición, ha sido utilizada por el partido en el poder", afirma Agustín García Matilla, catedrático en la Universidad de Valladolid. En esta cuestión, la etapa más esperanzadora fue el periodo del último Gobierno socialista, en el que el presidente de la corporación fue elegido por consenso, en virtud de la necesidad del voto de dos tercios de la Cámara para aprobar su nombramiento. Fue un paréntesis en la historia del ente público en el que parecía que, por fin, la televisión española se aproximaría a la referencia de siempre, la BBC. Pero la contrarreforma del Partido Popular en 2012, implantando de nuevo la elección del candidato por mayoría simple, reabrió la puerta a la televisión de partido.

El desembarco de José Antonio Sánchez para ponerse al frente de RTVE tampoco contribuyó a sembrar esperanza. Procedente de Telemadrid, donde su gestión obtuvo críticas por el dirigismo informativo, fue di-

La supresión de los anuncios y la reducción de las subvenciones por la crisis han agrandado el agujero financiero



rector general en la etapa en que RTVE fue condenada por la Audiencia Nacional por no informar con objetividad sobre la huelga general de 2002 —aquel célebre “cé cé o o” leído al final de un Telediario—. “Es fundamental que haya una independencia editorial”, reclama Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid y miembro del *Comité de Sabios* que entre 2004 y 2006 intentó reformar la televisión pública. Reimplantar la mayoría de dos tercios de la cámara para elegir al presidente, sostiene, es clave.

El grupo de estudios Teledetodos, formado por profesionales y académicos de la comunicación, reclama la formación de un consejo de administración que sea reflejo del pluralismo social; un órgano reducido, con competencias de dirección estratégica y control. “El consejo de administración funciona como una comisión de control parlamentario bis, debería tener un perfil profesional”, afirma Alejandro Perales, de la Asociación de Usuarios de la Comunicación.

Países como Francia o Reino Unido cuentan con una autoridad independiente, de prestigio, desvinculada del poder político, que supervisa que la televisión pública cumpla con objetivos de servicio público y como garantes del pluralismo. Esta figura aparecía en la reforma de 2006 del *Comité de Sabios*, pero no se llegó a ejecutar. Los catedráticos

Los críticos piden que se reimplante la mayoría de dos tercios de la Cámara para elegir al presidente y un Consejo despolitizado

de la UAB Emili Prado y Miquel de Moragas defienden en su trabajo *Repensar la televisión pública en el contexto digital* un Consejo despolitizado formado por expertos procedentes del modelo audiovisual y por “intérpretes sociales” que aporten el punto de vista de los distintos grupos de la población. El órgano de control actual está subsumido dentro de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y desempeña un papel muy limitado, dicen sus críticos.

“Además, la comisión de control parlamentario actual solo se ocupa de ver si un partido ha salido cinco minutos más en televisión que otro”, declara Prado, “nunca ha habido un auténtico control parlamentario independiente de fondo”.

El modelo también está en cuestión. “Es muy peligroso que los directivos de la televisión pública sientan que su éxito o su fracaso se mide únicamente por la audiencia”, dice Alex Martínez Roig, director general de contenidos de Canal Plus. Sánchez-Taberner invoca el modelo sueco, con una programación que complementa la de las cadenas privadas; donde, por ejemplo, la televisión pública no compite por los derechos deportivos. Agustín García Matilla, catedrático de Comunicación de la Universidad de Valladolid, recuerda que es fundamental una vinculación de la televisión con el sistema educativo, como en la BBC.

La situación actual también reaviva ecos que demandan la privatización. “De ese modo no habría despilfarro, ni comisarios políticos”, señala Carlos Martínez Braun, catedrático de Historia del Pensamiento Económico de la Universidad Complutense de Madrid. “Pero mientras no sea políticamente rentable, jamás se va a privatizar”.

Al final, el debate sobre la televisión pública depende de qué televisión pública se tenga. “En Europa”, sostiene Emili Prado, “es un instrumento que funciona y es apreciado”. Considera que con la digitalización, una televisión independiente del poder político es más necesaria que nunca. Si la gente recibe la información solo a través de su círculo de redes sociales, acaba teniendo una visión muy parcial de la realidad. “Es fundamental para construir un repertorio de contenidos que compartamos como país”. •



El Estado de las 'teleautonomías'

Trece entes regionales surgieron en España con la democracia en un modelo que favoreció el despilfarro y el sectarismo informativo

Por ROSARIO G. GÓMEZ

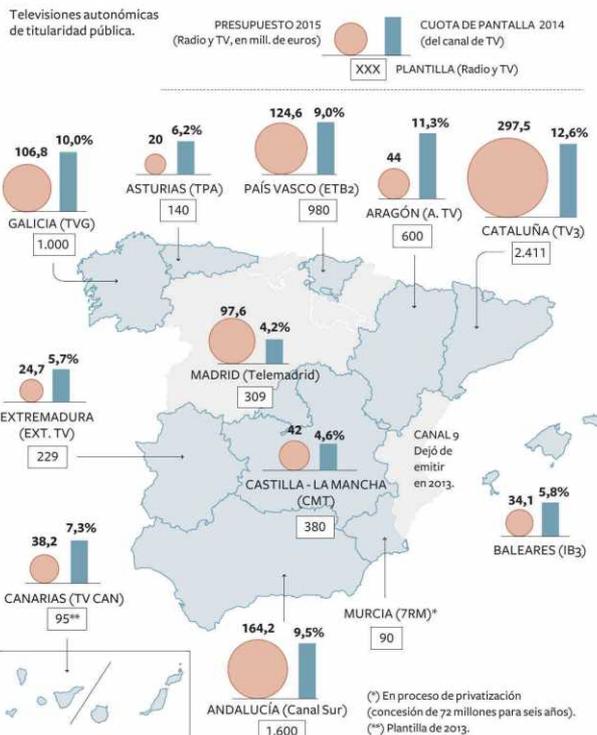
El expresidente de Cantabria Miguel Ángel Revilla siempre reneó de la posibilidad de lanzar un canal autonómico. Argumentaba que prefería destinar el dinero a la sanidad o la educación, dando a entender que la televisión no puede ser servicio público de apoyo a la sanidad o la educación. Su ecuación caló en los Gobiernos regionales y algunos la aprovecharon para jibarizar, e incluso suprimir de un plumazo, la televisión autonómica. A Alberto Fabra no le tembló la mano para cerrar Canal 9 y ahora que se aproximan las elecciones municipales y autonómicas, algunos dirigentes del PP valenciano añoran "una pantalla amiga".

Canal 9, al igual que Telemadrid —reducida a la mínima expresión tras un ERE que afectó a dos tercios de la plantilla—, TV3 en Cataluña o Canal Sur crecieron de manera desmesurada. Acumulaban deudas colosales (en el caso de la valenciana, el agujero superó los 1.200 millones de euros) y en ocasiones hundieron su prestigio bajo un manto de acusaciones de manipulación informativa. Y fue esa pésima gestión la que fundió su pantalla a negro. Desde su nacimiento, las autonómicas heredaron los vicios de la peor televisión estatal: servilismo político, sectarismo informativo, enchufismo, tráfico de influencias, gastos desmesurados. Aunque también mostraban una cara positiva: promovían las lenguas cooficiales, contribuían a la vertebración social y cultural y ofrecían contenidos de proximidad.

Muchos teóricos defienden la existencia de estas cadenas en las comunidades con lengua propia. La investigadora de la Universidad de Sevilla María Lamuedra mantiene que el modelo territorial español, con 17 comunidades autónomas (y sus Parlamentos), hace necesario que los poderes públicos aseguren la existencia de una televisión capaz de ofrecer a los ciudadanos información suficiente para elegir a sus representantes políticos y también para fiscalizar su trabajo.

Esta complejidad de identidades regionales ha sido, precisamente, un fértil caldo de cultivo para los medios audiovisuales. A su amparo han crecido 13 entes regionales. Cantabria, La Rioja y Navarra han renunciado a tener un medio público y Castilla y León entregó la gestión a la iniciativa privada. Pero no todas las corporaciones son iguales. La catalana cuenta con cinco señales diferentes y la andaluza ha unificado la parrilla de las dos cadenas de Canal Sur para ahorrar. Y en los últimos años, todas las compañías se han apretado el cinturón: han cerrado canales, se han desprendido de los millonarios derechos deportivos y han recortado plantillas. Y aunque la ley permite privatizar la televisión, solo Murcia ha dado el paso al frente. Hace un mes adjudicó a la productora Secuoya el concurso para la gestión integral de 7RM (programas, informativos, comercialización publicitaria) por tres años, prorrogable a otros tres, por un total de 72 millones de euros. El resto de las empresas licitadoras han impugnado la adjudicación por "sospechas de irregularidades" y "arbitrariedades en las puntuaciones subjetivas". Hacienda ha paralizado el proce-

Panorama de las televisiones autonómicas



Fuente: Barlovento Comunicación.

EL PAÍS



Acto de protesta de los trabajadores por el cierre de Canal 9. Foto: T. Castro

Aunque la ley permite privatizar la televisión, solo Murcia ha dado el paso

so hasta que se resuelvan las reclamaciones.

Con presupuestos menguantes y plantillas diezgadas, los 13 canales agrupados en la FORTA (Federación de Organismos o Entidades de Radio y Televisión Autonomías)

cos) pierden cada vez más audiencia. En 2014, alcanzaron una cuota de pantalla del 8%, un porcentaje muy alejado del 13,6% que conquistaron en 2009. Y sus ingresos publicitarios han descendido de una manera preocupante. Solo la generosa subvención pública (alrededor de 500 millones) les garantiza su supervivencia.

¿Es un modelo viable? A las televisiones públicas no solo hay que pedirles que sean rentables económicamente; también deben serlo socialmente. Aunque también sería necesario que soltaran el lastre de la politización, el sectarismo político y el amiguismo en la contratación de productoras. Una cadena generalista austera puede cumplir una función

de servicio público, como dice el profesor de la Universidad Complutense Rafael Díaz Arias, para quien los entes de radio y televisión han sido un elemento importante para el desarrollo del Estado de las autonomías.

La cuestión es si este es el mejor modelo o si hubiera sido más acertado apostar por un sistema similar al alemán, donde la ARD (integrada y financiada por las filiales territoriales, los canales de los *länder*) opera como si fuera una especie de potente FORTA nacional. Sindicar programas en una cadena estatal es una de las fórmulas que han propuesto los expertos, aunque a la hora de la verdad se ha visto que la única argamasa capaz de unir a las autonómicas es el fútbol. •



La BBC busca su sitio

Reino Unido debate sobre la tasa que financia la emblemática corporación en tiempos de Internet y programación a la carta

Por PABLO GUIMÓN

El singular modelo de financiación de la BBC ha recibido una leve inyección de vida que, paradójicamente, confirma su sentencia de muerte. Un comité parlamentario concluyó a finales del mes pasado que la tasa mediante la que se financia la corporación —145,5 libras que paga cada propietario de un televisor, unos 200 euros— es “cada vez más difícil de justificar”, aunque recomendó que siga vigente durante la próxima década. La televisión pública británica, referencia europea en cuestiones de funcionamiento y transparencia, busca un sistema alternativo al que la financia desde hace casi 70 años, cuando retomó la actividad al terminar la Segunda Guerra Mundial, y que resulta ya anacrónico a medida que el consumo de sus productos se desplaza cada vez más al entorno *online*. Bajo el debate de la financiación subyace, en realidad, otra búsqueda aún más trascendental: la de su propia esencia.

La semana después del veredicto, el pasado lunes, en un discurso clave para el futuro de la empresa pública, su director general, Tony Hall, advirtió de que la BBC se encuentra en el momento de decidir si sigue representando la referencia para la industria dentro y fuera del país o si, por el contrario, “se precipita hacia la decadencia”. “Internet proporciona las herramientas para abordar mejor la televisión como servicio público”, dijo Hall. “Para hacerlo, debemos reinventar la BBC una vez más”.

Este es el comienzo, en palabras de Hall, de “la revolución de la BBC personalizada”. La corporación pública abraza así el concepto de moda entre las grandes organizaciones de medios. Contenidos a medida en función de las preferencias del usuario y de sus amigos, en la línea de las redes sociales. “Pero siempre lo haremos a la manera de la BBC”, señaló Hall. “No diciéndole lo que

los clientes como usted compraron, sino lo que ciudadanos como usted desearían ver y necesitarían saber”.

Para convertirse en esa especie de Amazon de servicio público, advirtió Hall, hace falta apoyo político y financiación. La BBC no se ha librado de la política de contención del gasto llevada a cabo por el Gobier-

nos de la gestión y, sobre todo los conservadores, de las inclinaciones políticas de la corporación— suban la tasa actual cuando toque revisarla en 2017.

Se estudian diversas modalidades alternativas de financiación. Una de ellas es el modelo de suscripción, que va desde un desembolso único voluntario hasta distin-



Wolf Hall, serie de producción de la BBC sobre la historia de Thomas Cromwell.

no de Cameron durante toda la legislatura que ahora termina. Desde 2010 la tasa que pagan los propietarios de televisores está congelada. Lo que, combinado con la asunción de nuevas tareas e inversiones —como los 300 millones que costó mejorar la banda ancha en zonas rurales—, ha producido una caída de la financiación en términos reales de un 26% en estos cinco años. La BBC ingresa ahora 3.700 millones de libras al año con el canon. Pocos esperan que los políticos —tradicionalmente recelo-

tas formas de pago por consumo a la carta. Es el modelo que utiliza, por ejemplo, Netflix, que en sus tres años de vida en Reino Unido ronda ya los cinco millones de suscriptores. Hall no es partidario de este sistema, por el que solo pagan quienes desean ver los programas. En opinión de la dirección, limitaría el alcance de la televisión pública, aumentaría los costes al obligar a desarrollar mecanismos de exclusión de los no suscriptores y acabaría restringiendo su alcance a solo una parte de la población.

También se estudia la introducción limitada de publicidad. El canal BBC Three, por ejemplo, no sobreviviría al actual plan de ahorro, que está pendiente de aprobación por parte de la corporación. Ya hay productoras que han propuesto salvar el canal inyectando dinero a cambio de poder introducir publicidad, sin que esta comprometera la vocación de servicio público del canal. Esa opción contaría con la oposición de las cadenas privadas, que verían amenazada su ración de la tarta publicitaria.

La corporación es partidaria de mantener el sistema vigente, aunque insiste en que los recortes harían peligrar la viabilidad de la oferta, y celebra la prórroga concedida por el comité parlamentario. En todo caso contemplaría la opción de establecer, a la manera de la televisión alemana, una tasa por vivienda y no por televisor, adaptándose a los nuevos formatos de consumo. Ese sistema, que cobraría incluso a quienes no ven televisión o la ven solamente *online*, es el que el comité parlamentario propone establecer para 2020, combinado eventualmente con suscripciones voluntarias para determinados canales o programas. “El 97% de la gente de este país accede a la BBC cada semana, de modo que en términos de justicia parece una ruta posible”, declaró Hall.

El problema, para los críticos, es que se trata de un impuesto no progresivo, que todos pagan por igual independientemente de sus ingresos. Además, muchos critican el actual sistema de castigo a los infractores, que incluye penas de cárcel para aquellos que no pagan la tasa. Decenas de personas ingresan en prisión cada año por impagos. El comité es partidario de poner fin a esas condenas, siempre que se mejoren los mecanismos de persecución de los evasores.

La BBC supone un tercio del total del consumo televisivo de Reino Unido, pero con su actual sistema de financiación apenas puede competir con los presupuestos que dedican a la producción de series de ficción sus rivales, como HBO o Netflix, más especializados y basados en modelos de suscripción. Pese a ello, ha cosechado notables éxitos recientes, como *Sherlock* o *Wolf Hall*. “La BBC ha tratado durante demasiado tiempo de serlo todo para todo el mundo”, concluye el comité. “Pero con los veloces cambios en las tecnologías de la comunicación y los medios, y las necesidades y comportamientos de los mercados y las audiencias cambiantes, esto ya no funciona”. ●



CARLOS DELGADO

JEFE DE PROGRAMAS DE TV DE LA DEUTSCHE WELLE EN ESPAÑOL

“La financiación no está ligada a un Gobierno”

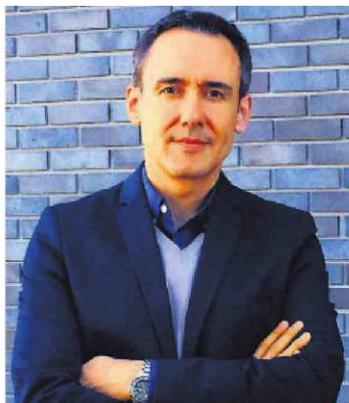
Por CRISTINA GALINDO

Un dirigente democristiano de Baviera llamó a la redacción de la cadena pública alemana ZDF en 2012 para pedir que se cancelara la cobertura de un congreso del Partido Socialdemócrata (SPD, su rival). El redactor jefe del medio no dudó un minuto en hacer públicas las presiones. El político de la CSU, Hans Michael Strepp, tuvo que dimitir. “Fue un gran escándalo”, recuerda Carlos Delgado, jefe de programas de televisión en español de la Deutsche Welle, el servicio de radiodifusión internacional de Alemania, vinculado a la ARD, la primera empresa de televisión pública del país, que tiene un canal de ámbito nacional, Das Erste (la Primera, en español), y varias ofertas regionales.

La otra gran empresa estatal es la ZDF (el segundo canal). Son independientes una de la otra. Viven de un canon de 17 euros que pagan cada mes los telespectadores. La ZDF alcanzó en 2014 una cuota de pantalla del 13,3%; Das Erste el 12,4% (el porcentaje se duplica si se suman las programaciones regionales, según el consorcio), y la RTL privada un 10,3%. En una conversación telefónica desde Berlín, Delgado, de 47 años, explica su visión del modelo público alemán.

Pregunta. ¿Qué imagen tiene la televisión pública entre los alemanes?

Respuesta. Tiene muy buena fama, sobre todo los canales de noticias. La mayoría los considera una garantía de fiabilidad y credibilidad. El informativo de la noche, Tagesschau, tiene los mayores índices de audiencia entre los programas de noticias.



Carlos Delgado.

dios públicos tienen un enorme prestigio.

P. ¿Por qué la mayoría de los alemanes cree en la independencia de la tele pública?

R. La financiación no está ligada a un Gobierno. Un organismo autónomo recolecta el canon y lo gestiona. Se reparte entre los canales públicos. Y el presupuesto es muy alto. En el consejo de administración están representados políticos, sindicatos, sociedad civil, *länder*, pero a nadie se le ocurre presionar a un periodista.

P. Cuando el Gobierno cambia, ¿qué pasa con el consejo, los jefes de informativos, los presentadores de informativos, etcétera?

R. En Alemania no se cambian las cúpulas televisivas cuando cambian los Gobiernos. Si se presiona a las redacciones, suele salir a la luz pública.

P. Su canal provee noticias al exterior, y en su caso en español. ¿Se nota mucho la diferencia entre Alemania y España y América Latina?

R. Nunca he trabajado en España como periodista. Y mi visión es menos cercana. Pero en el caso de América Latina, las ofertas de televisión allí suelen seguir fielmente y descaradamente la línea oficial de los Gobiernos de turno, lo que nos ha dejado mucho margen para crecer. Por un lado, valoran los productos hechos en Alemania, con un tipo de televisión más austera, y por otro creo que se percibe nuestra independencia del Gobierno. •

P. ¿Esa calidad justifica el canon?

R. Evidentemente, hay una divergencia entre el prestigio de los medios públicos y la predisposición a pagar esa cuota. Hay un debate abierto sobre si esa tasa es constitucional. Pero no a gran escala. Hay que tener en cuenta que a ese canon por la televisión, se une otro por tener un aparato de radio, un ordenador... Las televisiones públicas se han encontrado con el rechazo de sectores como el que ha lanzado las protestas anti Islam en Alemania. Pero son minoría, entre la población general los me-



vanguardia de la ciència

Pura Muñoz-Cánoves guanya el premi Vanguardia de la Ciència

La investigadora de la UPF, guardonada per l'estudi de l'envelliment

Els primers classificats

**1r PURA MUÑOZ****VOTS REBUTS 42,2%****Institució:** Universitat Pompeu Fabra / Icrea
Recerca: Una nova visió de l'envelliment**ELS MÉS VOTATS****PELS LECTORS**Pura Muñoz-Cánoves61,2%
Eduard Batlle13,2%
Andrés Hidalgo6,2%**ELS MÉS VOTATS****PEL COMITÈ CIENTÍFIC**Pura Muñoz-Cánoves.25,2%
Eduard Batlle14,6%
Juan Luis Arsuaga14,6%**ELS MÉS LLEGITS AL WEB**Pura Muñoz-C.31.516 lectors
Eduard Batlle.....11.741 lectors
Andrés Hidalgo9.419 lectors**ELS MÉS COMPARTITS****A FACEBOOK**Pura Muñoz-Cánoves1.381
Eduard Batlle1.111
Andrés Hidalgo716**2n EDUARD BATLLE****VOTS REBUTS 13,9%****Institució:** Institut de Recerca Biomèdica de Barcelona / Icrea
Recerca: Una protecció contra el càncer de còlon**3r ANDRÉS HIDALGO****VOTS REBUTS 8,4%****Institució:** Centre Nacional d'Investigacions Cardiovasculars
Recerca: Les plaquetes inicien la inflamació**JOSEP CORBELLA**
Barcelona

Tres investigacions de biomedicina han ocupat aquest any les tres primeres posicions en la classificació final del premi Vanguardia de la Ciència.

El treball sobre l'envelliment que ha dirigit Pura Muñoz-Cánoves, investigadora Icrea a la Universitat Pompeu Fabra, ha estat votada com l'avenç científic més important del 2014 a Espanya. Muñoz-Cánoves ha quedat en primer lloc tant en la votació dels lectors de *La Vanguardia* com en la del comitè científic assessor del premi. La seva investigació també ha estat la que ha interessat més lectors, ja que ha estat la més llegida a l'edició electrònica de *La Vanguardia*, així com la que més persones han compartit a través de Facebook i Twitter.

El treball de Muñoz-Cánoves, publicat a la revista *Nature*, canvia la visió que els científics tenien de l'envelliment i apunta a un possible tractament per mantenir la vitalitat dels teixits a edats avançades. Si fins ara es veia l'envelliment com un procés

gradual, Muñoz-Cánoves ha descobert que el declivi es produeix de sobte quan els teixits perden la capacitat de regenerar-se.

La investigadora també ha descobert que una proteïna anomenada p16 és responsable d'aquest declivi sobtat. I, en experiments en ratolins, ha demostrat que bloquejar la proteïna p16 té un efecte rejuvenidor.

Els treballs guanyadors es presentaran al públic el 27 d'abril a la Pedrera

El premi s'atorga a partir d'un vot ponderat entre les opinions dels lectors, que es valoren en un 50%, i les del comitè científic assessor del projecte, en un altre 50%. Aquest any, a diferència del que havia passat en edicions anteriors, lectors i comitè científic han coincidit tant en la primera com en la segona investigació més votades.

En segon lloc ha destacat un estudi sobre càncer de còlon que ha dirigit Eduard Batlle, investigador Icrea a l'Institut de Recerca Biomèdica Barcelona. Batlle ha descobert que el cos humà té un mecanisme de protecció natural contra el càncer de còlon, però que de vegades falla.

Organitzat conjuntament pel Grup Godó i la Fundació Catalunya-La Pedrera, el premi Vanguardia de la Ciència es convoca anualment per donar visibilitat a la investigació d'excel·lència que es desenvolupa a Espanya. Aquest any, en la seva cinquena edició, ha registrat 4.453 vots dels lectors a través del web *Lavanguardia.com*.

Els autors de les tres investigacions més votades seran convidats a presentar els seus resultats per a un públic general a l'acte de lliurament del premi, que està programat per al proper 27 d'abril a l'edifici de la Pedrera, seu de la Fundació Catalunya-La Pedrera.●



MÉS INFORMACIÓ SOBRE ELS PROJECTES PREMIATS A
www.lavanguardia.com/vanguardia-de-la-ciencia



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep Collelledemont



Periodista

Igualtat o quota

No sé quant de temps encara n'haurem de parlar. Es comenta molt, jo diria que gairebé tothom està d'acord que la dona sempre ha estat discriminada i que cal normalitzar la situació. Però a l'hora de la veritat tots fallem. Hi ha un lector de Barcelona que té la paciència de sumar el nombre de dones que surten quan el diari fa alguna enquesta. Crec que el diari algun dia haurà de crear una condecoració per als lectors que amb la seva fidelitat ajuden a evitar la rutina i ens treuen la pols. Bé, aquest lector em comenta una cosa que ja sabem: d'igualtat, res de res. Sense anar massa lluny, en la Presència del 8 de febrer, en una enquesta sobre la seguretat, es va preguntar a 15 persones: hi havia 14 homes i una sola dona. D'això se'n diu perdre per golejada. Des d'un temps cap aquí jo també tinc el vici de fer números, i puc assegurar que de moment sempre guanyen els homes. I el mateix passa en la societat. Maribel Zamora, presidenta de la Federació Catalana de Voleibol, deia a L'Esportiu: "No hem de ser una quota." I la Júlia Garriga, jugadora de bàsquet de l'Uni Girona afirmava que "la igualtat no es veu per enlloc". He de dir que el problema està molt present entre els responsables del diari. Fa pocs dies, en una reunió del consell editorial precisament aquest tema estava en un punt de l'ordre del dia. Aquí l'Església catòlica hi ha fet molt mal. Des d'aquella època que les dones havien d'anar cobertes per una mantellina per entrar al temple, fins a la prohibició d'exigir càrrecs importants dins de l'organigrama eclesiàstic. Si es pogués fer desaparèixer aquella imatge de la consagració de l'altar de la basílica de la Sagrada Família en què les monges només van actuar per netejar la pedra de l'altar de l'oli que s'hi havia escampat... El que queda clar és que hi ha molta feina per fer tot i que, si volem ser optimistes, podem mirar l'Església d'Anglaterra amb les seves bisbesses. Ha

costat, però ho han aconseguit. Estem en plena campanya electoral per a les municipals. Es nota una preocupació dels partits per posar el major nombre possible de dones en les seves candidatures. Es nota fins i tot que hi pateixen. I també s'ha guanyat força: Déu n'hi do les alcaldesses que ja tenim. Encara que sigui només per pura coincidència, visc una part de la meua vida en un poble on hi ha alcaldessa, i curiosament als dos pobles veïns també. Parlo de la Tallada, Verges i Ultramort. Sembla, però, que aquest trio no durarà gaire. Què hi farem.

QUÈ PASSA A VENEÇUELA? L'amic Jordi Planas, de Girona, un lluitador segurament com no n'hi ha un altre pels drets humans arreu del món, i en particular a l'Amèrica del Sud, m'envia una llarga carta en què es queixa del tractament que el diari va fer el 13 de febrer passat de la situació a Veneçuela. Segons en Jordi, tots els diaris estem manipulats pels bancs i pels Estats Units. Llavors, segons ell, les informacions són totalment subjectives. He de reconèixer, Jordi, que una part de la teva vida l'has passat picant pedra en aquests països, que fins i tot has arribat a estimar, i et sap greu quan les notícies que es donen no responen a allò que tu has viscut molt de prop. Nosaltres ho vivim més de lluny, tot i que sempre mirem que arribin cròniques de persones que treballen al mateix país. Ja saps, a més, que el nostre diari és bàsicament comarcal, i per tant les informacions que donem de Món són més aviat minses. Però tens raó que encara que sigui poc ha d'estar ben contrastat. Ara, també m'agrada ser clar: ningú no té tota la veritat, perquè tothom veu



JORDI SOLER

El problema de la igualtat home-dona està molt present entre els responsables del diari

la cosa segons la ullera que es posa. Les revolucions a l'Amèrica del Sud en general han estat molt positives per treure's del damunt les grans oligarquies que han manat en forma de dictadures molt dures. Estic segur, Jordi, que tu que coneixes el diari saps que sempre hem trencat una llança a favor dels explotats i, per tant, dels governants que han intentat posar fi a situacions de desigualtat i pobresa a les quals han portat governs sense escrúpols, que només han mirat pels seus interessos i per la seva butxaca. Deixa'm dir, però, Jordi, que els que tu coneixes i valores no sempre deuen fer les

coses perfectament. En una paraula, l'objectivitat no existeix, encara que s'ha de procurar acostar-s'hi al màxim possible. Acabo, Jordi. Jo diria que els diaris no som tan venuts com tu creus, tot i que sempre hi ha condicionaments. Jo he estat director i no recordo una sola vegada que m'arribés cap consigna de cap mena. Per tant, normalment, és més problema de punts de vista i que no en sabem més. No et diré que els grans mitjans de ben segur estan força més manipulats que els petits. Per això jo sempre m'he alegrat de treballar en un diari comarcal. M'he sentit molt més lliure.

I ARA, L'ANÈCDOTA. En Vicenç Terra, que pel que diu deu ser de Barcelona, m'envia un correu i m'explica que passejant amb la seva esposa Alicia, aquesta es va adonar que l'estatueta de Sant Jordi que presideix la façana del Palau de la Generalitat dintre de la seva petita semifònicula estava bruta i deixada com no mereix un element que representa la identitat i la història de Catalunya. També les coses petites són importants. Espero que ho llegeixi algú que hi pugui posar mà. Gràcies, Vicenç, i a "la visió perifèrica impressionant" de la teva dona.

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



La Xina censura una exitosa pel·lícula sobre contaminació

L'obra va tenir 200 milions de visites a la xarxa en set dies

ISIDRE AMBRÓS
Pequín. Corresponsal

Els fets semblen contradir la paraula de les autoritats xineses. El Govern de Pequín va censurar ahir un documental sobre la contaminació al gegant asiàtic que en una setmana havia rebut 200 milions de visites. L'acció del Departament de Propaganda governamental es va produir dos dies després que el primer ministre, Li Keqiang, assenyalés que la lluita contra la pol·lució serà una de les prioritats de l'Executiu.

El poderós aparell censor de Pequín va bloquejar ahir el documental *Under the dome* (sota la cúpula). Una pel·lícula produïda per una influent periodista de la cadena estatal de televisió, a imatge i semblança de la que va fer en el seu dia l'expresident dels EUA, Al Gore, sobre el canvi climàtic, que abordava de forma directa les causes i els efectes de la pol·lució a la Xina.

Els censurs van ordenar retirar-la davant l'èxit assolit per aquest film de 103 minuts, en el qual la periodista Chai Jing intentava respondre de forma directa a tres preguntes clau: d'on ve la contaminació?, com m'afecta? i què puc fer per posar-hi remei? Per a això intercalava als seus reportatges entrevistes a funcionaris, experts, dades oficials i fins i tot dibuixos animats.

L'impacte de la pol·lució a la Xina produeix unes 500.000 morts prematures l'any

La conclusió d'aquest treball, que en una setmana a internet va rebre uns 200 milions de visites, era descoratjador. Va revelar la resistència de moltes empreses a acatar les lleis, així com la incapacitat dels funcionaris per fer-les complir i castigar-ne els infractors. Unes conseqüències que van revifar la inquietud de la població xinesa, molt preocupada per l'impacte de la contaminació, que produeix unes 500.000 morts prematures l'any, segons xifres oficials.

El desassossec que va crear aquesta pel·lícula va convertir els afulacs i les felicitacions inicials de les autoritats a Chai Jing per la investigació en un recel oficial que ha desembocat en la censura del seu treball. La retirada del film de les xarxes socials s'interpreta com una mostra més que la principal meta del Govern continua sent mantenir l'estabilitat social tant sí com no.

Una iniciativa que ahir va posar entre les cordes l'acabat de nomenar ministre de Medi Ambient, Chen Jining, en la seva primera roda de premsa amb periodistes estrangers. El fins a finals de gener rector de la prestigiosa Universitat Tsinghua de Pequín,

no va fer cap al·lusió a l'eliminació del documental i es va limitar a prometre "millorar la transparència i garantir els drets del públic a supervisar la lluita contra la contaminació".

I va sembrar la incertesa entorn de la promesa de lluitar contra la contaminació que va fer dijous el primer ministre xinès, Li Keqiang, que en el seu discurs davant Assemblea Nacional (Parlament) havia promès que la lluita contra la contaminació seria una de les priori-

tats del Govern, i la va definir com una plaga per a la vida de les persones.

La situació fa difícil passar per alt l'escena del documental en el qual la periodista pregunta a una nena de 6 anys de la província minera de Shanxi si ha vist mai les estrelles i la nena diu: "No". Després li demana si ha vist mai un cel blau i la criatura respon: "Només una mica blau". I quan li demana si alguna vegada ha vist els núvols blancs, la noia sospira i torna a dir: "No".



NG HAN GUAN / AP

Ahir precisament la pol·lució a Pequín va ser molt elevada



Venezuela y una cita (falsa) de 'El Quijote'

DEFENSORA DEL LECTOR. Quejas de lectores disconformes con la cobertura que hace este diario del país sudamericano. La frase atribuida a la obra de Cervantes en una carta, no figura en ella

LOLA
GALÁN



Ofrecer la mejor y más completa información sobre Latinoamérica es un objetivo histórico de EL PAÍS. Para lograrlo, el periódico ha reforzado su presencia en el subcontinente, donde dispone de delegaciones en México y Brasil, corresponsalía en Buenos Aires y una red capilar de colaboradores en los restantes países. Diariamente, se dedica amplio espacio en la web y en el papel a la actualidad de México, Argentina, Brasil o Venezuela.

Algunos lectores estiman, sin embargo, que es excesiva la atención que prestamos a Venezuela. Ángel Rubio argu-

menta en una carta que hay otros países donde ocurren cosas graves (incluye España), y deduce que hablar de los problemas del país sudamericano tiene por objeto perjudicar a Podemos.

No es el único lector que ve "Venezuela hasta en la sopa". Isaac Arocas me escribió un mensaje con ese título, para quejarse de lo que considera una presencia abrumadora de este país en las páginas de este periódico, ya se hable de la lista *Falciani* o de la pobreza en Latinoamérica. Este lector señala: "A pesar de sentir antipatía por el chavismo y condenar el menoscabo de la libertad de expresión y la persecución política evidente en ese país, creo que EL PAÍS le dedica excesiva atención en perjuicio de otros países en los que también se producen estos ataques democráticos".

David Alandete, director adjunto, ex-

plica: "EL PAÍS tiene una de las mayores redes de corresponsales, por no decir la mayor, en el continente americano. Informa de las dificultades de todos los países, desde el caso *Petrobras* en Brasil a la violencia del *narco* en México. En esa línea, informa puntualmente de todas las noticias de valor y relevancia para el lector global en Venezuela, un país que vive circunstancias políticas y económicas convulsas. Nuestra ambición es ofrecerle al lector información abundante y de calidad sobre la actualidad venezolana, como del resto de países del continente".

Benjamín Forcano no se queja de la cantidad sino del sesgo, a su juicio "partidista", de las informaciones. "A la vista están la multitud de obras y logros positivos hechos por la revolución bolivariana en beneficio del pueblo", escri-

be este lector, "si se los compara con los 70 años anteriores. EL PAÍS los conoce, pero nunca ha dedicado una sola página a darlos a conocer y menos a aplaudirlos. Ha identificado la oposición como si fuera un hecho general, de todo el pueblo, cuando ha surgido de grupos minoritarios, no precisamente de los sectores más populares y pobres. Y ha pregonado sin parar la falta de libertad de expresión, cuando cualquiera que visite Venezuela puede comprobar que grandes periódicos y otros medios están en manos de la oposición más potente y reaccionaria, sin que se les aplique censura indebida".

Luis Prados, subdirector de las ediciones de América, responde a este lector: "La extrema polarización política que se vive en Venezuela hace difícil

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



Venezuela y una cita (falsa) de 'El Quijote'

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

que una cobertura informativa ecuánime sea del gusto de todos. El Gobierno venezolano, tanto con el expresidente Hugo Chávez como con su sucesor, Nicolás Maduro, ejerce una permanente exclusión política de todos aquellos que no cumplan con sus ideas o proyectos".

Prados subraya además que el Gobierno de Caracas, "tampoco ha tenido éxito en la inclusión social: la pobreza pasó del 45% de la población en 1998 al 48,4% en 2014, según datos de la CEPAL. Venezuela ostenta la mayor tasa de inflación del mundo —casi el 70%—, ha sufrido varias devaluaciones del bolívar y escasean productos básicos, alimentos y medicinas, en comercios y hospitales. Al tiempo, la alta tasa de homicidios por 100.000 habitantes hace que sea el segundo país más peligroso de América Latina —solo por detrás de Honduras— y el único de Sudamérica donde las muertes violentas han aumentado desde 1995".

En cuanto a la situación política, añade, "los líderes de la oposición son detenidos y encarcelados sin acusación formal, las protestas en las calles son reprimidas a tiros —decenas de estudiantes muertos en las manifestaciones de febrero del año pasado— y los medios y periodistas críticos son silenciados y amenazados. En estas condiciones, no es fácil ejercer un periodismo independiente evitando tanto la propaganda del Gobierno como las exageraciones de la oposición. Pero no describir en sus justos términos la actual situación venezolana sería no solo traicionar nuestro oficio de periodistas sino también el ideal de EL PAÍS".

El periódico cuenta con tres colaboradores en Venezuela. Ewald Scharfenberg y Alfredo Meza son los que firman con más frecuencia. Ambos explican en un mensaje conjunto cómo desarrollan su trabajo, y las dificultades a las que se enfrentan.

"En Venezuela cubrimos pautas periodísticas que acordamos con nuestros coordinadores en Madrid y México", dicen. "En las notas resultantes nos limitamos a referir hechos comprobables que, por cierto, muchas veces los propios medios venezolanos no reflejan, controlados como han llegado a estarlo directamente por el Estado y sus socios empresariales, o que se sienten intimidados por las presiones del Gobierno. La selección de los temas a cubrir se acoge a las variables clásicas de la noticia, propias del periodismo, que incluyen, entre otras: novedad, rareza, relevancia de los actores, conflicto, consecuencias. Creemos que ningún lector podría refutar el carácter de interés público de las informaciones que se producen desde Caracas para las diversas ediciones de EL PAÍS. Por último, cabe destacar que el Gobierno venezolano impide de manera sistemática el acceso a las fuentes oficiales para aquellos medios que a priori define como adversarios, una categoría que aplica a toda la prensa española destacada en Venezuela, incluyendo a EL PAÍS".

Venezuela y su revolución bolivariana —y su actual hundimiento económico— son objeto de la atención permanente de los medios de comunicación internacionales. Como es lógico, por razones de lengua, historia y cultura, el interés es mucho mayor en los medios españoles. La cobertura de la actualidad venezolana que hace EL PAÍS es, sin duda, más amplia, pero se diferencia poco de la que hacen los principales diarios del mundo, de *Le Monde* a *The New York Times*.

Los lectores nos corrigen a diario pero también se corrigen entre ellos. Constantino González Penas, de Madrid, me ha enviado una carta escrita a mano sobre cuartilla blanca, para desmentir que la expresión: "Ladran, luego cabalgamos", atribuida por el firmante de una carta al director a *El Quijote*, figure realmente en la obra inmortal de Cervantes.

El país sudamericano es objeto de la atención de los medios de todo el mundo

Está tan seguro que escribe: "Me ofrezco a premiar con una cena en el mejor restaurante de Madrid a quien me diga en qué capítulo de la obra de Cervantes aparece esa frase". González Penas se confiesa "adicto" a *El Quijote* y, con la seguridad de acertar la apuesta, mantiene en pie su oferta: "Cena, copa y puro".

El tema, como reconoce el propio comunicante, no es nuevo. Hasta el punto de que el académico Francisco Rico, reconocido como uno de los máximos expertos en la obra cumbre de Cervantes, ha escrito bastante del asunto. A Rico me he dirigido para que explique de dónde sale esta frase insistentemente atribuida al ingenioso hidalgo, que como confirma este académico, "es evidente que no figura en *El Quijote*". Rico ha investigado la frase lo bastante como para afirmar que, "nadie sabe de dónde viene. Probablemente proceda del siguiente proverbio oriental: 'Ladran los perros, la caravana pasa'".

Los lectores pueden dirigirse a la Defensora del Lector al correo electrónico defensora@elpais.es o telefonar al número 913 378 200.

Los lectores pueden dirigirse a la Defensora del Lector al correo electrónico defensora@elpais.es o telefonar al número 913 378 200.

Los lectores pueden dirigirse a la Defensora del Lector al correo electrónico defensora@elpais.es o telefonar al número 913 378 200.

Los lectores pueden dirigirse a la Defensora del Lector al correo electrónico defensora@elpais.es o telefonar al número 913 378 200.



EL OYENTE

LUIS OZ

*El futuro
de la BBC*

En Gran Bretaña se ha abierto un gran debate sobre el futuro de la BBC, que deberá concluir el próximo año con una nueva Carta Real (Royal Charter) para el decenio 2017-2027 e incluirá un nuevo sistema de financiación.

Cuando nació, en 1946, se impuso para financiarla, en lugar de publicidad como en España con RTVE, un canon de 2 libras (2,80 euros a precios actuales) por hogar.

Hoy cada casa paga anualmente, para mantener la radiotelevisión pública, 145,50 libras (unos 200 euros) por la televisión en color y algo más de un tercio por la de blanco y negro, si queda alguna. El año pasado los ingresos fueron de unos 5.600 millones de euros.

Las sanciones a los espectadores sin licencia en regla pueden alcanzar hasta 1.400 euros de multa e incluir pena de cárcel. La mayor parte de los parlamentarios y de los ciudadanos apoya la descriminalización de las penas y una modernización de las licencias administrativas.

Los principales diarios británicos y la propia BBC en algunos de sus programas han publicado esta semana declaraciones del director general de la corporación, Lord Hall, y de Rona Fairhead, presidenta de BBC Trust desde el año pasado.

En las cartas de los lectores y en los espacios del oyente de la BBC han llovido opiniones de toda clase: desde quienes dan por obsoleto todo el sistema público y creen llegado el momento de privatizarlo a quienes proponen una tarifa o impuesto como el alemán repartido en 12 mensualidades que tendría que pagar cada ciudadano.

En su defensa, Lord Hall presentó el 2 de marzo un primer informe sobre lo que es y lo que, en su opinión, debería ser la BBC en los próximos años: un gigante tecnológico, un pionero en la información digital y en internet, un gran competidor de los dinosaurios estadounidenses «empeñados en colonizar el mundo», una sólida herramienta de vertebración interior y de influencia exterior de Gran Bretaña, y un faro británico para el mundo.

Lord Hall ha bautizado su plan como «my BBC revolution». Veremos en qué queda, pero, comparado con el debate y la ignorancia supina que hemos vivido en España sobre el asunto, produce una sana envidia.



El XVI Congreso de Periodismo Digital de Huesca pondrá “el dedo en el ojo” de las noticias

El XVI Congreso de Periodismo Digital reunirá en Huesca los días 12 y 13 de este mes a un nutrido grupo de periodistas, analistas y teóricos de la comunicación con la misión de poner “el dedo en el ojo” de los medios digitales y evaluar las relaciones entre prensa y poder.

El “dedo en el ojo” es precisamente la imagen que ha elegido Paco Roca, premio nacional de cómic, para el cartel de la edición de este año, con la intención de evidenciar la libertad con la que los medios digitales se adentran en el corazón de la noticia y en tiempo real.



El petit país (de les sèries)

L'èxit de Dinamarca a l'hora d'exportar ficcions estableix un possible model per a Catalunya

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Dinamarca s'ha convertit en el petit país que ha burlat el quasi monopoli americà en el camp de les sèries de prestigi i s'ha colat a les graelles televisives de les televisions de pagament d'arreu del món. Ho fa, a més, amb sèries com *Borgen* (01) o *1864* (02), que exploren assumptes com la política i la història danesa, però això no ha sigut impediment perquè s'hagin convertit en fenòmens globals i triomfin en països com Anglaterra i Alemanya. Al darrere hi ha DR, la televisió pública del país, que té un pressupost aproximat de 450 milions d'euros (la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, a tall comparatiu, es mou en la línia dels 300 milions d'euros).

Amb una demografia similar, ¿Dinamarca pot ser el model que hauria de seguir l'audiovisual català? Catalunya ja exporta sèries –des de *Les Tres Bessones* a *Polseres vermelles*–, però no ha aconseguit una identitat audiovisual nacional com Dinamarca. La pregunta és inevitable: què li falta? Per al productor Francesc Escribano, li falta la capacitat d'establir polítiques fortes de sector: "L'audiovisual danès, tal com passa amb l'israelià, l'holandès o el brasiler, evidencia què vol dir tenir un estat al darrere", explica. "Allà les lleis afavoreixen el sector, mentre que aquí tenim una capacitat legislativa mínima. Només cal veure com ni la taxa a les *telecos* ens deixen aplicar. Els efectes legislatius solen ser ràpids: al Brasil, per exemple, s'ha passat de 150 productores a 500 en només quatre anys".

Hi ha també diferències a l'hora de produir. Al llibre *Escrivint i produint televisió dramàtica a Dinamarca*, Eva Novrup Redvall explica que "DR ha implementat amb èxit alguns mètodes de producció importats de la indústria americana, però ha aconseguit fer-ho integrant-los en la mentalitat del servei públic i de la cultura de la producció local". Un dels elements centrals és l'autoria: el sistema de producció posa el guionista en cap al centre de la maquinària i es mantenen els guions prou oberts per poder-los adaptar àgilment sobre la marxa. Els capítols es roden de dos en dos i amb el mateix director, per afavorir la unitat de clima i estètica. La proximitat de les històries ha aconseguit fites com atreure 2 mi-



lions d'espectadors –gairebé la meitat de la població danesa– per a un final de sèrie.

Un professional que coneix bé l'audiovisual d'aquest país és David Matamoros, ja que treballa per a Zentropa Spain, filial de la productora danesa del mateix nom. Al seu parer, hi ha tres diferències fonamentals entre els dos sectors: "El primer element és la relació amb altres àmbits culturals, com ara la literatura. Mira que a Barcelona hi ha una nova fornada de novel·la negra, però no l'hem connectada al cinema. El segon factor és la política de suport a la R+D+I, que a Catalunya tenim oblidada: per encertarla, has de poder provar coses. I el tercer, el compromís molt ferm de les televisions, tant les públiques com les privades". Per a Matamoros, "no és qüestió tant de recursos com de produir eficientment com fan ells". "I, sobretot, tenir clar que la cultura és

Borgen (01) i *1864* (02) són sèries que parlen de qüestions pròpies del país. *Forbrydelsen* (03) és una ficció policíaca. DR

el futur i que es tracta d'un bé intangible inqüestionable".

Escribano rebla: "Aquests països comparteixen també una cosa, saben que és la manera de ser presents al món". I hi afegeix un altre factor: "Allà el mercat de pilots funciona. Saben que és important poder oferir coses noves i amb els pilots tenen més capacitat d'intentar coses diferents".

Fonts de TV3 han explicat a aquest diari que la casa continua apostant per internacionalitzar les seves sèries, tot i que admeten que es nota l'impacte de la crisi de finançament: en els últims quatre anys la conjunció de crisi publicitària i retallada d'aportació pública ha provocat que el pressupost per a produccions audiovisuals s'hagi reduït un 56%. Però les noves sèries, segons aquestes fonts, es dissenyen pensant en les possibilitats de venda, com és el cas de la pròxima *Cites*, que TV3 ha començat a rodar. —

Fonamentals

Cinc sèries per endinsar-se en la ficció feta a Dinamarca

Borgen

Sèrie política (i sobre els mèdia), però a una escala molt més quotidiana que *House of cards* o *The west wing*. La sèrie segueix la carrera política de la primera dona que es converteix en primera ministra de Dinamarca.



1864

Narra la Guerra dels Ducats, que va enfrontar el país amb la confederació germànica, i de la qual es commemoren els 150 anys. Per si es vol traçar algun paral·lelisme amb Catalunya: la van perdre.

Forbrydelsen

Aquesta ficció té tres temporades i tres crims per resoldre en mans de la detectiu Sarah Lund i tot el seu equip. A més, compta amb una ambientació ombrívola per a una sèrie que els Estats Units van refer amb el nom de *The killing*.

Broen

Coneguda com a *The bridge*, parteix de la descoberta d'un cos serrat per la meitat al mig de la frontera entre Dinamarca i Suècia: una macabra posada en escena que obliga els dos països a col·laborar.

Riget

Lars von Trier va provar sort als anys 90 amb aquesta història ambientada en un sinistre hospital. A mig camí entre l'horror i l'humor, la sèrie va ser adaptada al mercat dels EUA per Stephen King.



PREMIS LITERARIS ■ La població de Blanes va viure ahir una de les seves festes de referència: l'entrega dels premis literaris que atorga anualment la revista Recull. En aquesta 51a edició, dels sis guardonats, tres van resultar ser de la demarcació de Girona. Es tracta de la poetessa Isabel Oliva i Prat, l'autora teatral Irene Tarrés i Canimas i l'escriptor i dibuixant Xavier Jové Lagunas

Els premis Recull de Blanes reconeixen tres autors gironins en la seva 51a edició

► El periodista i col·laborador de Diari de Girona Josep Lluís Micó obté de premi de Periodisme Salvador Reynaldós

Roser Albertí
BLANES



■ La 51a festa dels premis literaris Recull de Blanes va reconèixer ahir per partida triple les creacions de tres autors gironins, un fet que segons el director de l'esdeveniment, Vicenç Llorca, «ha passat molt poques vegades». Es tracta de la poetessa de Girona Isabel Oliva i Prat, de 90 anys; l'escriptor i dibuixant de Figueres Xavier Jové Lagunas; i l'escriptora de Sant Feliu de Pallderols Irene Tarrés i Canimas, de 36 anys. Tres generacions d'autors de la demarcació gironina que es van coronar en tres de les sis categories que atorguen els premis d'una Revista, la Recull, gairebé centenària -actualment compta 95 anys.

Passeig d'hivern és el títol del recull de poemes d'Isabel Oliva i Prat que ahir es va endur el Premi de Poesia Benet Ribas, dotat amb 1.500 euros. Aquesta mestra jubilada i poetessa tardana -es va iniciar en el món de l'escriptura als 70 anys- pren aquest nom d'una via de Calonge que la va inspirar per passar el seu «propri passeig per la vida que culmina en el mar, l'etapa de màxima satisfacció personal» deia l'autora qui tracta a més, temes com el pas del temps, la memòria,



MARC MARTÍ

Els guardonats de la 51a edició dels Premis Recull

► D'esquerra a dreta a la primera fila: Xavier Jové Lagunas, Esteve Molero i Olivella, Irene Tarrés Canimas, Isabel Oliva i Prat i Xavier Vidal Alemany; acompanyats pels membres del jurat del concurs literari i el president, Vicenç Llorca. El periodista Josep Lluís Micó Sanz no va poder assistir a l'entrega dels guardons per motius personals.

la música o el silenci.

I si Oliva va ser la premiada de més edat, Irene Tarrés i Canimas va ser la més jove, amb la seva primera peça teatral, *Chureca*, que va ser guardonada amb el Premi de Teatre Josep Atmetller, dotat amb 2.000 euros. «Chureca era un abocador d'escombraries de l'Amèrica Llati-

na que ja no existeix i que per mi es va convertir en el lloc d'un record que necessitava reconstruir a través de la ficció» va explicar Tarrés sobre la seva creació, que parla sobretot de donar forma a l'absència, el crit de les pèrdues i «de donar nom als qui el perden entre les escombraries»

L'obra *Els Equilibristes*, del figuerenc Xavier Jové Lagunas, va ser mereixedor del Premi Conte Infantil Joan Petit, nascut en l'edició passada -la del 50è aniversari dels Recull- en col·laboració amb l'associació Joan Petit-Nens amb càncer. La relació entre un avi i un nen centra aquest relat per a infants, en el

qual es vol reflexionar sobre el nen que tot adult porta a dins.

Els mitjans en línia

El premi Salvador Reynaldós de Periodisme va ser per al periodista i col·laborador de *Diari de Girona*, Josep Lluís Micó Sanz, per un article centrat en el món dels mitjans en línia i la transformació que està vivint el sector. El guionista, compositor i músic Esteve Molero i Olivella va ser el guanyador del Premi Retrat Literari Rafel Cornellà-Joaquim Abril amb *Manuel Rius*, autor de música anònima, una obra en la qual biografia la trajectòria del que va ser autor de sardanes i melodies populars catalanes. Finalment, el Premi de Narració Joaquim Ruyra, dotat amb 2.500 euros, va recaure en el periodista valencià Xavier Vidal Alemany per l'obra *Destins Inesperats*, en la qual, a través de sis contes, retrata la imprevistabilitat de la vida.

D'altra banda, durant la celebració dels premis es va presentar el llibre *Els Recull. 50 anys de premis literaris a Blanes*, d'Aitor Roger i Mònica Rabassa, els quals han creat una associació cultural sense ànim de lucre per assegurar el relleu generacional d'aquest acte que situa Blanes en el centre de la capitalitat literària catalana.

Josep Lluís Micó PERIODISTA, PROFESSOR I COL·LABORADOR DE «DIARI DE GIRONA»

«Quedar-me a les portes de la victòria va ser l'incentiu per intentar guanyar»



ROSER ALBERTÍ | GIRONA

El periodista Josep Lluís Micó Sanz va ser reconegut amb el Premi Periodisme Salvador Reynaldós per un article sobre els mitjans en línia. Micó no va poder assistir a l'entrega de premis per motius personals.

► Quan li van comunicar que

era guanyador, com va reaccionar?

■ Amb felicitat. Va ser una situació maca però estranya, perquè quan treballava a *Diari de Girona* sovint editava el tema dels Premis Recull i ser ara un dels guardonats resulta curiós.

► De què parla l'article premiat?

■ Doncs és un text peculiar perquè parla sobre el periodisme

actual, sobre la gran transformació digital que viu el sector de la informació. Explora els canvis que s'estan produint en el present en línia on vivim com a col·lectiu.

► D'on sorgeix aquest article? Era un encàrrec per algun mitjà o una creació personal?

■ Eren una sèrie d'idees que volia expressar, però no acabava de trobar el mitjà per fer-ho. El for-

mat dels Recull em va semblar ideal perquè tant l'extensió -4 o 6 fulls DIN A4- com el to em permetien la llibertat que necessitava per expressar tot el que volia transmetre.

► Era la primera vegada que es presentava als Recull?

■ No. M'hi vaig presentar fa uns 10 anys en la mateixa categoria, però vaig quedar finalista per darrere de Joquim Gibert. Per mi, quedar-me a les portes de la victòria va ser l'incentiu ideal per seguir intentant guanyar el premi.

► Serà l'últim cop que s'hi presenta?

■ No m'ho he plantejat, però un cop obtens el reconeixement, sempre és millor deixar que siguin altres autors els que hi optin.



“Aplicar el derecho al olvido a nivel global sería un gran error”

ENTREVISTA JOSÉ LUIS PIÑAR Miembro del consejo asesor de Google sobre el derecho al olvido / El catedrático apunta que la decisión del tribunal europeo no puede tener influencia en las normas de países ajenos a la UE.

V. Moreno. Madrid

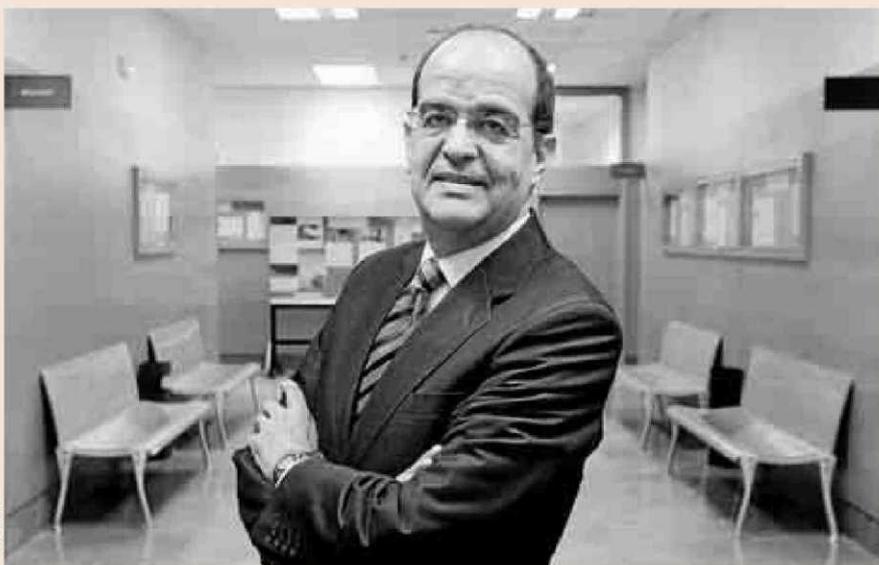
El caso *Costeja* y la decisión del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) sobre cómo debería actuar Google son protagonistas que han abierto la caja de Pandora del derecho al olvido. La corte ha dado el beneplácito europeo para que se aplique este derecho de oposición y cancelación de nuevo cuño, pero ahora queda saber cómo deben actuar los buscadores y el alcance territorial de esta resolución.

José Luis Piñar, único español del consejo asesor de Google sobre el derecho al olvido y antiguo director de la Agencia Española de Protección de Datos, tiene las cosas claras: “Muchos piden que el derecho al olvido se extienda a los dominios .com, pero aplicar este derecho a nivel global sería un error mayúsculo. Después de muchas discusiones, porque éste es un tema espinoso, desde el consejo hemos recomendado a Google que no elimine contenidos fuera del territorio europeo, ya que podríamos estar condicionando desde la Unión Europea derechos fundamentales que han sido definidos constitucionalmente en otros países”.

Diferentes conceptos

Para el catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad CEU San Pablo, muchos países como Estados Unidos no tienen la misma concepción de la protección de datos y prevalecen otros derechos, como el de la privacidad o el de la libertad de expresión y de información. Por esta razón, si desde Europa se impusiera una manera de actuar frente al derecho al olvido “se estarían extralimitando los efectos de la sentencia”.

“Nos encontramos ante la resolución de un tribunal europeo, que interpreta una directiva comunitaria, sobre el caso de un ciudadano y un medio de comunicación español... Resultaría excesivo que una decisión tan localizada



P. Dávila

JOSÉ LUIS PIÑAR

El catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad CEU San Pablo fue elegido en 2014 como uno de los miembros del comité de expertos de Google para evaluar el alcance del derecho al olvido en la Red. Entre 2002 y 2007, Piñar fue director de la Agencia Española de Protección de Datos.

tuviese un efecto y una aplicación internacional”, añade.

Aunque Piñar asegura que la sentencia del TJUE es una de las resoluciones sobre protección de datos más relevantes que ha dictado, también entiende que ha generado serias dudas. Por un lado, subraya la desconfianza que ha originado la propia eliminación de resultados en los buscadores. “Se ha hablado mucho de la posible manipulación de la Historia. Esto no es así. La información eliminada no desaparece de Internet, sólo se desindexa de un buscador y

“ Al extender el derecho al olvido al '.com' podríamos estar condicionando los derechos de otros países”

“ Google ha facilitado el acceso a la información, pero eso no significa que lo que no esté en Google no exista”

puede ser encontrada mediante otros criterios de búsqueda. Creo que compañías como Google han facilitado mucho el acceso a la información, pero eso no significa que lo que no esté en Google no exista”.

Por otro lado, el catedrático apunta que a su entender la sentencia ha terminado por otorgar demasiado poder a los buscadores. “Google ha pasado de ser un mero intermediario a tener que decidir qué derecho debe prevalecer. Ahora se encuentra en una posición de juez, que debe lle-

var una ponderación de derechos e intereses. Éste es un poder que antes no tenía y que, en el fondo, el buscador no quiere tener”.

Nuevo reglamento

Frente a este último apunte, Piñar está convencido de que se debería diseñar un marco jurídico para aclarar cuáles son los derechos y las obligaciones de los buscadores en nuestro entorno jurídico. Para el catedrático, el nuevo reglamento de protección de datos –que se aprobará en 2016– entrará en vigor en 2018– debería solucionar esta problemática, aunque tiene ciertas dudas sobre el alcance de la futura norma europea.

“El reglamento supondrá un avance en muchos aspectos, ya que va a remplazar una directiva de 1995. Pero no estoy seguro de que responderá a la realidad de Internet y la protección de datos en 2018. El texto quiere ser tan detallado que podría nacer viejo. Olvido, o define poco, asuntos relevantes como el *big data*, el *cloud computing* y la necesaria regulación de los buscadores. La norma debería ser mucho más breve y centrarse en principios simples para resolver los futuros problemas con facilidad”.

Por un acuerdo global sobre las reglas de la Red

Los modelos de protección de datos varían según la región del planeta. Algunos, como el estadounidense, antepone la privacidad y el derecho a la información frente a la protección de datos de los ciudadanos. Por esta razón, la Red genera muchos conflictos legales que podrían reducirse si se alcanzara un acuerdo internacional. “Cada vez es más importante intentar generar un pacto internacional

vinculante para determinar las reglas del juego de Internet. En particular habría que definir mejor conceptos como la libertad de expresión, la privacidad y la propiedad intelectual en la Red”, explica el catedrático de Derecho Administrativo de la Universidad CEU San Pablo. Aunque el objetivo es complicado, José Luis Piñar cree que las posiciones de los países, hasta hace unos años tan diferentes, cada

vez se acercan un poco más. “Este gran y complicado pacto internacional debería ser impulsado por Naciones Unidas, que es el único organismo que tiene una legitimidad reconocida por todos para poner en marcha un mecanismo de este tipo. Todavía queda mucho para llegar a este punto, pero cada vez se perciben más movimientos de acercamiento entre los países”.



Canal Sur, la urna catódica

A pesar de las constantes pérdidas, ninguno de los principales partidos propone su cierre

ANTONIO SALVADOR SEVILLA

Una plantilla de 1.467 trabajadores, pérdidas diarias de 61.692 euros, 137 millones anuales en transferencias de la Junta, un coste por habitante de 16,3 euros y una cuota de pantalla del 9,5%.

Ésta es la radiografía en datos de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA), la emisora que esta noche acoge el primer debate *a tres* de la campaña (PSOE, PP e IU). Permanece en el aire desde el 27 de febrero de 1989 —es la cuarta autonómica tras las del País Vasco, Cataluña y Galicia— y cuyo carácter público está garantizado por el Estatuto de Autonomía reformado en 2007.

Frente al cierre de Canal 9 o el *hachazo* a la plantilla de Telemadrid, el Gobierno andaluz ha blindado durante la crisis el mantenimiento de la cadena autonómica mediante la firma de un contrato-programa por el que le garantiza fondos anuales por 138 millones entre 2013 y 2015 en contrapartida por el servicio público que presta.

Entre 2007 y 2014, la RTVA ha recibido 1.250 millones de euros de los presupuestos de la Junta, acumulando pérdidas en esos ocho ejercicios por más de 144,3 millones. Además, ninguno de los principales partidos que concurre a las elecciones del próximo 22-M lleva en su programa dar el cerrojazo al ente, como hizo la Generalitat valenciana con su televisión autonómica.

Cierto es que, aunque en menor medida, la *tijera* de los recortes también ha alcanzado a Canal Sur, al que la Junta ha llegado a aportar hasta 180,8 millones en un ejercicio (2009). La reducción de las transferencias públicas y el hundimiento de los ingresos publicitarios le han llevado a reducir su plantilla un 11,3% en cuatro años —de 1.653 a 1.467 empleados—, a recortar el gasto corriente y a imponer una rebaja sustancial a las productoras privadas que le proveen de contenidos.

Pero sigue habiendo recortes pendientes. Susana Díaz puso fin a la legislatura a finales de enero sin que el primer ejecutivo de la cadena, Joaquín Durán, y otros 15 directivos se hayan bajado el sueldo para ganar menos que la presidenta de la Junta, a pesar de que la Ley de Presupuestos de Andalucía fija que ningún alto cargo de empresa pública puede cobrar más que la jefa del Ejecutivo.

Tampoco se ha producido la designación del nuevo director general, cargo que ocupa interinamente Durán tras la dimisión de Pablo Carrasco en marzo de 2013. A la luz de los hechos, el PSOE no ha considerado prioritario buscar un relevo para dirigir el ente.

Para el Partido Popular, Durán es «un señor de la casa» —«de Canal Sur y del PSOE», aclara Mateo Rísquez, vicepresidente del consejo de administración a propuesta

del PP— que «ha justificado» ahora haber sido promovido a la subdirección general tras la marcha de Carrasco, hace dos años.

En la propuesta de cobertura informativa para los comicios del 22-M, la RTVA ha descartado un debate *cara a cara* entre Susana Díaz y el líder de la oposición, Juan Manuel Moreno (PP), como pedían los *populares*. Canal Sur cambiaba el paso respecto a las elecciones autonómicas de 2008 y 2012, si bien en los últimos comicios el debate entre José Antonio Griñán y Javier Arenas no llegó a celebrarse por la negativa del candidato *popular* a participar.

La oposición (PP e IU) censura el uso partidista que hacen los socialistas de la cadena pública. «Canal Sur es un instrumento potente de comunicación al servicio del PSOE, como venimos denunciando desde hace años. El tono general de los informativos es de halago a lo que propone Susana Díaz y de crítica y acidez a lo que hace el PP, especialmente el Gobierno de Rajoy», resume Rísquez.

IU aprecia «cierta tendenciosidad» del ente a favor del partido de Gobierno. «Lo hemos visto en momentos importantes para el PSOE, como en la crisis de la Corrala Utopía, con un cierre de filas para dar sólo la visión de Susana Díaz, y cuando ésta ha disuelto el Parlamento», expone Juan de Dios Villanueva, representante a propues-

ta de IU en el consejo de la RTVA.

«Sería ingenuo pensar que no hay comunicación de la Junta o del PSOE con Canal Sur», añade Villanueva, que lamenta también que la cadena autonómica mantenga «excesivamente el tópic», al tiempo que aplaude que emita contenidos culturales y sociales que «no ofrecen otras televisiones públicas».

Frente a las críticas de la oposición, la dirección defiende que el

DATOS

164.293.453 €

Presupuesto. A esta cifra asciende el presupuesto de la Radio y Televisión de Andalucía (RTVA) para este año (un 0,5 millones más que el anterior). La Junta aporta 137 millones.

28.700.000 €

Pérdidas. La dirección de la cadena autonómica eleva a dicho importe las pérdidas previstas este ejercicio. El pasado año, la desviación negativa fue de 22.517.852,78 euros.

1.467

Personal. La RTVA tiene una plantilla actualmente de 1.467 trabajadores, de los que 910 están adscritos a Canal Sur Televisión. El ente ha llegado a tener 1.653 empleados.

16,3 €

Coste anual por habitante. Es el resultado de dividir la aportación de la Junta (137 millones de euros) entre el número total de andaluces (8.402.305, al cierre de 2014).

Consejo Audiovisual haya avalado con «datos objetivos» que es una cadena plural y en la que la aparición de los líderes políticos «es proporcional a los cargos de representación que tienen».



Vanessa, Jesús y Carlos mirando una de las fotografías tomadas. ÓSCAR ESPINOSA

Reporteros especiales

Una entidad de voluntarios enseña a discapacitados intelectuales a ser fotógrafos en Sabadell y Terrassa

JORDI RIBALAYGUE SABADELL

Monika piensa. El ejercicio consiste en inventarse una historia que habrá que interpretar y retratar. Carlos se ha colgado la cámara al cuello; Vanessa y Jesús también rastrean una idea. Los cuatro son discapacitados intelectuales, residen en el centro de la fundación Atendis en Sabadell, y dedican un par de horas a la semana al cursillo de la organización NwnPhoto, que ha extendido la fotografía a unas 120 personas con trastornos mentales desde 2011 en Galicia, Madrid y Cataluña.

Después de darle vueltas, Monika se decide por escenificar un cuento breve y fantástico sobre una chica a la

que caracteriza con «una enfermedad mental». De fondo, suena la música con la que bailan en la sala de al lado. Es *I will survive* de Gloria Gaynor.

«Son momentos mágicos en que la enfermedad aparece y se desdramatiza», percibe Carolina Conti, una voluntaria que acompaña a los alumnos para que la terapia del arte —a ratos la escritura, a ratos la interpretación, siempre la fotografía como envoltorio— sea no sólo entretenimiento, sino también un modo de cobrarse algo de autoestima: «Me motiva que tengan un espacio en que asumen más autonomía de la que suelen tener. Les proponemos un tema, pero la obra es autóno-

ma. Ellos escogerán el color, el enfoque... Tienen la libertad de elegir y pensar qué quieren».

A Conti le acompaña Óscar Espinosa, fotoperiodista de EL MUNDO de CATALUNYA. Guía en el uso de la cámara a los aprendices, con los que la pareja lleva un año en Sabadell; desde hace un par de meses, las mismas sesiones se realizan en la fundación Prodis de Terrassa. «Se sorprenden de la magia de la fotografía, de lo que son capaces de hacer y verse reconocidos por ello», resalta Espinosa.

No en vano, una veintena de instantáneas de estos reporteros especiales se exhiben en un pasillo de la residencia. Sin salir del psiquiátrico y los descampados que lo rodean en medio de un polígono, se juega con el color, la textura, la larga exposición... Hay crónica social en las habitaciones retratadas por los internos; hay una metáfora en la foto de un cielo azulísimo que asoma tras una reja alta y mínima.

Las estampas no se esconden entre cuatro paredes. Una selección del trabajo de los distintos grupos que NwnPhoto ha reclutado recaló en una tienda de FNAC en Barcelona.

El padre del proyecto es el fotoperiodista Felipe Alonso. Su fin no está exento de osadía: convertirse en la primera agencia de fotógrafos discapacitados. «El objetivo es acompañarlos en el mundo profesional. El 20% quiere dedicarse a la fotografía profesional», concreta.

Los impedimentos existen, pero como piensa la directora técnica de Atendis en Sabadell, Eugènia Llovera, los alumnos siempre pueden ser los retratistas del centro: «Nos planteamos que sean los reporteros de nuestros actos. Por su patología no puede tener carácter profesional, pero daría un valor añadido a la actividad».

El reto es arduo, pero Alonso no se arredra: enseña, incluso, a invidentes. A veces, se han topado con incompreensión. «Ellos se dan cuenta», dice, «uno me dijo que le parecía que le hubiesen robado la vida. Un secreto es que les damos la parte canalla del fotoperiodismo: si no te dejan entrar en un sitio, tú entra».



TV-3 necessita el castellà

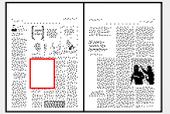
Fa uns dies, la diputada del PP **Marisa Xandri** va proposar la creació d'un canal de TV-3 en castellà, aduint que seria tot un detall per a aquell més del 50% de la població catalana que té com a llengua materna l'espanyol. Evidentment, la cosa no va prosperar. TV-3, es va dir, té la missió sagrada de protegir el català i, a més, ja se sintonitzen a Catalunya un munt de canals que emeten exclusivament en castellà. Aquestes explicacions resultarien raonables si TV-3 fos una televisió pública més o menys normal, però en la seva condició d'aparell d'agitació i propaganda del Règim, *la nostra* hauria de prendre's seriosament la proposta de la senyora **Xandri**, encara que amb unes intencions oposades a les seves.

Amb tots els canals en català, l'únic que aconsegueix TV-3 és predicar als conversos. Als que s'ha de captar és els desafectes que no sintonitzen *la nostra* ni que els matin i sotmetre'ls a la mateixa intoxicació massiva de què ja disfrutem

Amb el català, l'únic que aconsegueix la cadena és predicar als conversos

la resta. És molt fàcil informar del procés un públic captiu, però la causa requereix un esforç especial, encara que per a això s'hagi de parlar la llengua de l'opressor. Jo posaria de director d'aquest nou canal el figura en cap de Súmate, **Eduardo Reyes**, que és la nostra versió bufa dels mítics Lord Chow Chow i Rosa de Tokió. Tampoc seria el primer tipus sense talent ni estudis que ocupa un despatx a Sant Joan Despí. I si no s'hi aclareix gaire, se li posen uns assessors consensuats entre CiU, ERC i la CUP i aquí pau i després glòria.

Amb un canal en castellà, TV-3 faria arribar les notícies més impactants a gent que ara les ignora. Penso en la meva assistenta -que ha estat esllomant-se des dels 14 anys, quan va arribar a Barcelona des del seu poble sevillà-, a la qual li encantaria saber que **Carme Forcadell** i **Muriel Casals** han sigut premiades per l'alcalde **Trias** en la seva condició de dones treballadores, una informació que mai li facilitarà Tele 5. TV-3 ha deixat escapar una ocasió d'or, destorbant així el procés a la independència. Que sàpiguen els senyors **Duart** i **Sallent** que ja figuren en la meua llista d'enemics de Catalunya. ≡



Mujeres periodistas

**CARTA
DEL DÍA**

Sr. Director:

Con motivo del Día de la Mujer, ayer 8 de marzo, se celebró una manifestación multitudinaria en el centro de Madrid. La calle Alcalá se visitó de lila –no por la influencia de Podemos, ni mucho menos–, el color de la reivindicación femenina, para celebrar los derechos que las mujeres hemos adquiri-



GORKA SAMPEDRO

do, pero también para gritar por los que nos faltan por alcanzar que, dicho sea, no son pocos. Un ambiente sano, amenizado por una *batucada feminista* que consiguió que desde los más pequeños hasta los mayores bailaran. Entre el bullicio me perdí y observé el panorama: jóvenes estudiantes en favor del aborto, niños y niñas acompañadas de sus dos madres, mujeres migrantes, trabajadoras del hogar pidiendo un reconocimiento de su labor –ellas son trabajadoras, quizás no asalariadas–, chicas con discapacidad recordando que «ellas también son mujeres», así hasta un largo etcétera. De repente eché en falta a mis colegas, a las periodistas. Nosotras informamos pero también debemos recordar que nuestro gremio aún está muy lejos de la igualdad y la paridad. ¿Cuántas directoras de medios de comunicación hay en España? Pocas. ¿Cuántas mujeres periodistas sublimes hay en España? Muchas. **Fabiola B.** Correo electrónico.



Fallece el cámara de 'Frank de la Jungla' en un accidente de moto

El cámara de televisión Santi Tranco, que trabajó en *Frank de la Jungla* y *Callejeros* entre otros programas, falleció este sábado, a los 32 años, en la localidad madrileña de Galapagar, al colisionar la motocicleta que conducía contra

un camión y quedar su cuerpo atrapado bajo el vehículo. Al parecer, los dos vehículos circulaban en el mismo sentido cuando se produjo el siniestro, que provocó que el cuerpo de Santi Tranco quedara atrapado debajo y muriera en el acto.



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.
07/03/15	Colegio Periodistas denuncia intento partidos de mantener bloques electorales / La Vanguardia	62	1
07/03/15	El Col·legi de Periodistes denuncia lintent dels partits de perpetuar els blocs electorals / Tarragona 21	63	1
07/03/15	El Col·legi de Periodistes denuncia l'intent dels partits de 'perpetuar els blocs electorals' / Reus Digital.cat	64	1
07/03/15	El Col·legi de Periodistes veu un intent dels partits de perpetuar els blocs electorals / NacioDigital.cat	65	1
07/03/15	El Col·legi de Periodistes denuncia l'intent dels partits de 'perpetuar els blocs electorals' / VilaWeb	66	2
08/03/15	La llei electoral flexibilitzarà els blocs informatius / El Periódico de Catalunya	68	1
08/03/15	Pioneres de la ràdio a Catalunya al Col·legi de Periodistes / Bonart.cat	69	1
09/03/15	Set partits i un sobre electoral / El Punt Avui	70	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
07/03/15	Ministerio de Comunicación marroquí-RSF, dura polémica / Periodistas en Español	72	3
07/03/15	Contra el maltrato laboral y profesional de periodistas y comunicadoras / Periodistas en Español	75	1
08/03/15	Marcela Turati: cofundadora de Periodistas de a pie en México / Periodistas en Español	76	1
08/03/15	Las cinco mujeres todoterreno que han sabido hacerse un hueco entre las ondas radiofónicas / PRNoticias	77	1
08/03/15	¿Quiénes son las cinco mujeres más influyentes de la televisión? / PRNoticias	78	1
08/03/15	Innumerables condolencias de los rostros más conocidos de televisión tras la muerte de Santi Tranco / PRNoticias	79	1
08/03/15	Brankica Stankovic: periodista serbia de investigación / Periodistas en Español	80	1
08/03/15	Ser mujer y periodista: un compromiso, muchos retos / Periodistas en Español	81	2
08/03/15	Farida Nekzad, periodista afgana fundadora de Wakht News Agency / Periodistas en Español	83	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
08/03/15	Ángeles Rivero, La Nueva España, única directora en los 15 primeros diarios del EMG / PRNoticias	84	1
09/03/15	Blocs electorals. No han entès res / Sindicat de Periodistes de Catalunya	85	2
09/03/15	Dia Internacional de la Dona, urgeix la regulació de les col·laboradores / Sindicat de Periodistes de Catalunya	87	1
09/03/15	VÍDEO ¿Cuáles son los retos y las oportunidades del director de Comunicación en la actualidad? / PRNoticias	88	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Colegio Periodistas denuncia intento partidos de mantener bloques electorales

Sábado, 7 de marzo de 2015

Barcelona, 7 mar (EFE).- El Colegio de Periodistas de Cataluña ha denunciado hoy el intento de los partidos políticos de perpetuar los denominados 'bloques electorales', lo que considera "una injerencia intolerable" en el trabajo periodístico. En un comunicado, el Colegio de Periodistas reclama a los miembros de la ponencia de la nueva Ley Electoral catalana que "recapaciten" a la hora de aprobarla incluyendo los bloques y considera que la ley "no ha de servir para oficializar la censura previa". También recuerda que buena parte de las fuerzas políticas han dicho en público, y en privado, que la nueva Ley Electoral ha de servir, entre otras cosas, para superar los bloques y "enterrar este viejo conflicto que ya hace treinta años que se arrastra". "Los diputados deberían recapacitar seriamente si éste es el legado que quieren dejar, con una ley tan trascendental y que marcará las próximas décadas", indica en la nota..

El Col·legi de Periodistes denuncia lintent dels partits de perpetuar els blocs electorals

Sábado, 7 de marzo de 2015

El Col·legi de Periodistes denuncia lintent dels partits de perpetuar els blocs electorals El Col·legi de Periodistes de Catalunya considera extremadament preocupants les informacions que han transcendit sobre el principi dacord de la ponència sobre la nova Llei Electoral Catalana (LEC). En un comunicat, el Col·legi lamenta que els partits es resisteixin a renunciar al control polític dels ens públics. Assegura que la LEC fixarà la censura prèvia que suposa que els partits decideixin el temps de les notícies i intervinguin en les escaletes dels informatius. També recorda que els blocs electorals generen rebuig entre els periodistes i descrèdit entre els ciutadans i vulneren principis bàsics duna democràcia, entre els quals la llibertat de premsa. El col·legi de Periodistes considera que si sacaba aprovant el text incloent els blocs, se sacralitzarà una ingerència intolerable, i selearà a rang de llei una aberració. El Col·legi recorda que bona part de les forces polítiques han dit en públic i en privat que la nova Llei Electoral Catalana hauria de servir, entre altres, per superar els blocs i enterrar aquest vell conflicte que ja fa trenta anys que sarrossega. I reclama que compleixin la seva paraula. Qualifica d'intolerable que en ple s.XXI encara vulguin fixar el temps de les notícies i intervenir en les escaletes i demana als diputats que recapacitin seriosament sobre la llei. Assegura que els blocs electorals vulneren principis bàsics en qualsevol democràcia com són la llibertat de premsa i el dret dels ciutadans a estar informats sense ingerències polítiques. El Col·legi de Periodistes reitera la necessitat que els polítics facin la seva feina i deixin fer la seva als periodistes. I troba encara més preocupant que aquestes obligacions es vulguin estendre també als mitjans privats. En aquest sentit, els remetem als articles 44 i 45 de la Iniciativa Legislativa Popular per a una llei electoral, on es garanteix el pluralisme i la professionalitat, i no parla de blocs ni els maquilla com vol fer la ponència.

El Col·legi de Periodistes denuncia l'intent dels partits de 'perpetuar els blocs electorals'

Sábado, 7 de marzo de 2015

El Col·legi de Periodistes de Catalunya considera "extremadament preocupants" les informacions que han transcendit sobre el principi d'acord de la ponència sobre la nova Llei Electoral Catalana (LEC). En un comunicat, el Col·legi lamenta que els partits es resisteixin a renunciar al control polític dels ens públics. Assegura que la LEC fixarà la "censura prèvia" que suposa que els partits decideixin "el temps de les notícies" i intervinguin en les escaletes dels informatius. També recorda que els blocs electorals generen rebuig entre els periodistes i "descrèdit entre els ciutadans" i "vulneren principis bàsics" d'una democràcia, entre els quals la llibertat de premsa. El col·legi de Periodistes considera que si s'acaba aprovant el text incloent els blocs, "se sacralitzarà una ingerència intolerable, i s'eleva a rang de llei una aberració". El Col·legi recorda que bona part de les forces polítiques han dit en públic i en privat que la nova Llei Electoral Catalana hauria de servir, entre altres, per "superar els blocs i enterrar aquest vell conflicte que ja fa trenta anys que s'arrossega". I reclama que "compleixin la seva paraula". Qualifica d'"intolerable" que en ple s.XXI "encara vulguin fixar el temps de les notícies i intervenir en les escaletes" i demana als diputats que "recapacitin seriosament" sobre la llei. Assegura que els blocs electorals "vulneren principis bàsics en qualsevol democràcia com són la llibertat de premsa i el dret dels ciutadans a estar informats sense ingerències polítiques". El Col·legi de Periodistes reitera "la necessitat que els polítics facin la seva feina i deixin fer la seva als periodistes". I troba encara "més preocupant que aquestes obligacions es vulguin estendre també als mitjans privats". En aquest sentit, els remeten als articles 44 i 45 de la Iniciativa Legislativa Popular per a una llei electoral, on es garanteix el pluralisme i la professionalitat, "i no parla de blocs ni els maquilla com vol fer la ponència".

El Col·legi de Periodistes veu un intent dels partits de perpetuar els blocs electorals

Sábado, 7 de marzo de 2015

Una enquesta d'"El Periódico" dona fins a 24 diputats a C's Critica el principi d'acord de la ponència sobre la nova Llei Electoral Catalana El Col·legi de Periodistes de Catalunya considera "extremadament preocupants" les informacions que han transcendit sobre el principi d'acord de la ponència sobre la nova Llei Electoral Catalana (LEC). En un comunicat, lamenta que les formacions es resisteixin a renunciar al control polític dels ens públics. Assegura que la LEC fixarà la "censura prèvia" que suposa que els partits decideixin "el temps de les notícies" i intervinguin en les escaletes dels informatius. També recorda que els blocs electorals generen rebuig entre els periodistes i "descrèdit entre els ciutadans" i "vulneren principis bàsics" d'una democràcia, entre els quals la llibertat de premsa. El col·legi de Periodistes considera que si s'acaba aprovant el text incloent els blocs, "se sacralitzarà una ingerència intolerable, i s'eleva a rang de llei una aberració". El Col·legi recorda que bona part de les forces polítiques han dit en públic i en privat que la nova Llei Electoral Catalana hauria de servir, entre altres, per "superar els blocs i enterrar aquest vell conflicte que ja fa trenta anys que s'arrossega". I reclama que "compleixin la seva paraula". Qualifica d'"intolerable" que en ple s.XXI "encara vulguin fixar el temps de les notícies i intervenir en les escaletes" i demana als diputats que "recapacitin seriosament" sobre la llei. Assegura que els blocs electorals "vulneren principis bàsics en qualsevol democràcia com són la llibertat de premsa i el dret dels ciutadans a estar informats sense ingerències polítiques". El Col·legi de Periodistes reitera "la necessitat que els polítics facin la seva feina i deixin fer la seva als periodistes". I troba encara "més preocupant que aquestes obligacions es vulguin estendre també als mitjans privats". En aquest sentit, els remeten als articles 44 i 45 de la Iniciativa Legislativa Popular per a una llei electoral, on es garanteix el pluralisme i la professionalitat, "i no parla de blocs ni els maquilla com vol fer la ponència".

El Col·legi de Periodistes denuncia l'intent dels partits de 'perpetuar els blocs electorals'

Sábado, 7 de marzo de 2015

Els grups del Parlament de Catalunya acorden que la llei electoral obligui a fer un enviament conjunt de la propaganda dels partits amb representació parlamentària. El Col·legi de Periodistes de Catalunya considera 'extremadament preocupants' les informacions que han transcendit sobre el principi d'acord de la ponència sobre la nova Llei Electoral Catalana (LEC). En un comunicat, el Col·legi lamenta que els partits es resisteixin a renunciar al control polític dels ens públics. Assegura que la LEC fixarà la 'censura prèvia' que suposa que els partits decideixin 'el temps de les notícies' i intervinguin en les escaletes dels informatius. També recorda que els blocs electorals generen rebuig entre els periodistes i 'descrèdit entre els ciutadans' i 'vulneren principis bàsics' d'una democràcia, entre els quals la llibertat de premsa. El col·legi de Periodistes considera que si s'acaba aprovant el text incloent els blocs, 'se sacralitzarà una ingerència intolerable, i s'eleva a rang de llei una aberració'. El Col·legi recorda que bona part de les forces polítiques han dit en públic i en privat que la nova Llei Electoral Catalana hauria de servir, entre altres, per 'superar els blocs i enterrar aquest vell conflicte que ja fa trenta anys que s'arrossega'. I reclama que 'compleixin la seva paraula'. Qualifica d'"intolerable" que en ple s.XXI 'encara vulguin fixar el temps de les notícies i intervenir en les escaletes' i demana als diputats que 'recapacitin seriosament' sobre la llei. Assegura que els blocs electorals 'vulneren principis bàsics en qualsevol democràcia com són la llibertat de premsa i el dret dels ciutadans a estar informats sense ingerències polítiques'. El Col·legi de Periodistes reitera 'la necessitat que els polítics facin la seva feina i deixin fer la seva als periodistes'. I troba encara 'més preocupant que aquestes obligacions es vulguin estendre també als mitjans privats'. En aquest sentit, els remet als articles 44 i 45 de la Iniciativa Legislativa Popular per a una llei electoral, on es garanteix el pluralisme i la professionalitat, 'i no parla de blocs ni els maquilla com vol fer la ponència'. La ponència de la llei electoral s'ha reunit de nou aquesta setmana i els grups han consensuat la redefinició dels blocs electorals als mitjans durant la campanya. Tot i no tenir encara el redactat tancat, pretenen 'superar els minutatges encotillats' a la informació política d'aquells quinze dies i establir un sistema més general que garanteixi 'la pluralitat, la neutralitat i la proporcionalitat a la representació'. Així, serà la Sindicatura Electoral de Catalunya qui, amb el CAC, controlarà que aquests principis es compleixin tant als mitjans públics com als privats, emetent informes diaris que els partits podran valorar i utilitzar com a argument corrector. La Sindicatura, aleshores, podrà sancionar si s'escau el mitjà en qüestió. 'Es tracta de superar el sistema de minutatge encotillat i tancat que hi ha ara'. És la reflexió que gairebé tots els membres de la ponència sobre la futura llei electoral han repetit quan explicaven, informalment, els acords de la reunió d'aquest divendres. I és que, després de pactar de deixar per a la setmana vinent el debat sobre el sistema electoral que vol cada partit, han decidit de centrar-se en el tractament de la informació política durant la

campanya als mitjans, els blocs de propaganda electoral i els enviaments de publicitat i paperetes a les llars catalanes. De moment, encara no han acordat quin serà el redactat concret i, per tant, encara poden haver-hi certes discrepàncies. Però sembla que el consens és total en la necessitat de canviar el tractament i el control que hi ha ara mateix de la informació política en campanya, sobretot als mitjans públics. La proposta passa per modificar l'estricta minutatge sense incomplir els criteris que ja marca la llei orgànica de règim electoral general (Loreg) i que no poden deixar-se de banda. Així, els grups volen que la llei expliqui que serà la Sindicatura Electoral de Catalunya l'encarregada de fer el seguiment i el control de la informació de la campanya, amb l'ajuda del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), que és l'ens que disposa dels mitjans tècnics. Diàriament es faran informes que avaluaran el compliment dels principis de 'neutralitat, pluralitat i proporcionalitat amb la representació' per a tots els partits, però també s'introdueix el criteri periodístic com a element cabdal en l'avaluació dels continguts. Aquests informes i la monitorització de la informació s'aplicarà tant a mitjans públics com a privats, de manera que si algun partit creu que un diari, una televisió, una ràdio o una agència incompleix algun d'aquests principis, podrà reclamar i presentar una queixa davant la Sindicatura, que serà qui decidirà si el mitjà incorre en alguna irregularitat durant la campanya. A més, és previst dotar la Sindicatura de capacitat sancionadora, amb un sistema de faltes lleus, greus i molt greus. Aquesta possibilitat de reclamar a mitjans públics i privats ja la recull la Loreg, però mai s'ha fet servir a Catalunya per part de cap partit, i generalment la Junta Electoral manté el minutatge com a principal criteri per avaluar la informació apareguda. Els partits de la ponència també estudien que, juntament amb la Sindicatura i el CAC, el Consell de la Informació de Catalunya i el Col·legi de Periodistes puguin tenir també un paper en l'elaboració dels informes amb un caràcter consultiu. D'una altra banda, els grups han acordat que la futura llei modifiqui els enviaments de propaganda i paperetes electorals. Així, la norma obligarà els partits amb representació parlamentària a participar d'una única tramesa postal conjunta. D'aquesta manera, cada ciutadà amb dret de vot rebrà un sol sobre amb informació i papereta de tots els partits que tenen representació al parlament, afavorint així un estalvi en els enviaments que calculen que suposarà reduir per cinc el cost final. Les formacions que no tenen representació parlamentària hauran de fer l'enviament pel seu compte, però si aconsegueixen entrar a la cambra, podran demanar una subvenció a posteriori per sufragar aquesta despesa.

La llei electoral flexibilitzará els blocs informatius

Domingo, 8 de marzo de 2015

Dissabte, 7 de març del 2015 Si no fos per la missió impossible de consensuar un sistema electoral, la negociació de la llei electoral catalana seria aquesta vegada bufar i fer ampolles. I és que aspectes de la norma que fa molt pocs anys enfrontaven els partits sense pietat ara aconsegueixen desencallar-se amb sorprenent facilitat. Un exemple es va donar ahir: els grups parlamentaris van pactar que la futura llei flexibilitzi els encotillats blocs informatius que imposen als mitjans de comunicació públics les quotes de temps que han de dedicar a cada candidatura. Una llarga reivindicació del sector periodístic que suscitava recels en moltes forces polítiques. El principi d'acord, pendent encara de ser redactat, no significa que els partits renunciïn a tutelar la dinàmica informativa durant els 15 dies de campanya electoral. Es tracta que els criteris de «proporcionalitat i representació» que marca la llei electoral estatal per al tractament de les notícies de campanya es conjuguin amb els de «professionalitat periodística i interès informatiu», de manera que els mitjans públics tinguin cert marge per ordenar les informacions de les diferents forces polítiques a partir de criteris professionals. Per garantir aquesta flexibilitat, la nova llei encarregarà el control de la informació electoral no només a la futura sindicatura electoral catalana, sinó també al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i al Consell de la Informació de Catalunya, organisme dependent del Col·legi de Periodistes. Aquests tres òrgans podran minutar la informació electoral dels mitjans públics i privats i actuar en conseqüència si detecten que no informen amb proporcionalitat i equitat, o si hi ha partits que reben un tracte privilegiat o són marginats.

ENVIAMENT CONJUNT DE PROPAGANDA Un altre apartat que la ponència va deixar encarrilat és l'enviament conjunt de la publicitat electoral i de les paperetes de vot. Si s'aprova la llei, els catalans deixaran de rebre un sobre per cada força política i, en el seu lloc, es distribuirà un únic sobre pagat amb recursos públics que contindrà la propaganda de totes les candidatures amb representació parlamentària.

Pioneres de la ràdio a Catalunya al Col·legi de Periodistes

Domingo, 8 de marzo de 2015

La Demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes de Catalunya és la primera seu itinerant de l'exposició-homenatge a les pioneres de la ràdio a Catalunya. Es tracta d'una mostra de petit format que es va inaugurar a la seu del Col·legi a Barcelona coincidint amb la primera celebració de la Jornada Dones i Ràdio al segle XXI, el mes de novembre. L'exposició recull 28 antigues fotografies i alguns textos per contextualitzar l'època que hi il·lustra, la dels pioners de la radiodifusió als anys 20 i 30 del segle XX. La mostra, tal com explica la seva comissària, la professora de la Universitat de Girona Sílvia Espinosa es complementa amb uns clips de vídeo d'algunes de les primeres locutores protagonistes de les fotografies on expliquen la feina que portaven a terme. La mostra es podrà visitar fins al 10 d'abril del 2015. **Etiquetes:** Col·legi de Periodistes de Girona · Pioneres de la ràdio **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**

Set partits i un sobre electoral

Lunes, 9 de marzo de 2015

Els partits polítics continuen traient suc a l'esborrany de llei electoral per tal de disposar d'un text prou engrescador que acabi sumant els suports necessaris per aprovar un text abans que s'acabi la legislatura a finals de juliol. Els diputats, reunits ahir en comissió, van constatar un cop més les discrepàncies pel que fa a la fórmula que ha de distribuir els vots en escons amb un resultat més proporcional que l'actual i amb la mateixa representativitat territorial. Però han decidit no llançar encara la tovallola i donar-se més temps, concretament una setmana, per cercar el consens en aquest tema a partir de trobades bilaterals. Paral·lelament espremen altres articles de la llei que permetin innovar l'actual llei espanyola, la Lorig, que regula les eleccions catalanes. Després d'intentar escurçar els dies de campanya electoral i eliminar la jornada de reflexió sense èxit, perquè són criteris que depenen, en última instància, de la llei estatal, ahir va tocar el torn a la propaganda electoral i als blocs informatius. I hi va haver acord. Així, un cop entri en vigor la nova llei, i amb l'objectiu de reduir despeses, s'enviarà una única tramesa electoral a cada votant que inclourà informació de totes les candidatures amb representació parlamentària. L'enviament també inclourà set paperetes -una per cada partit amb representació- i el sobre per introduir a l'urna. La resta de partits no estaran inclosos en el correu conjunt, però, com fins ara, podran enviar informació al votant i, en cas de ser escollits, l'administració els retornarà els diners. Un segon acord que els partits acabaran de perfilar en la comissió següent afecta els blocs electorals. El consens passa per prioritzar el criteri periodístic a l'hora d'informar dels partits durant la campanya electoral. El Consell de l'Audiovisual i el Consell de la Informació de Catalunya vetllaran per la representativitat.



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Ministerio de Comunicación marroquí-RSF, dura polémica

Sábado, 7 de marzo de 2015

Reporteros sin Fronteras (RSF) hizo público el pasado 5 de marzo una declaración denunciando un endurecimiento del control sobre la prensa en Marruecos y que determinados temas sensibles no son tratados con libertad e independencia. Mustapha El Khalfi RSF considera que en los últimos meses, la libertad de prensa en Marruecos estuvo marcada por una intensificación de la represión contra los periodistas. La respuesta del Ministerio de Comunicación marroquí fue rápida. En un comunicado, el departamento que dirige el islamista del Partido Justicia y Desarrollo (PJD), Mustapha El Khalfi , asegura que el informe de RSF es injusto, infundado y en desacuerdo con la realidad de la libertad de prensa en Marruecos y está lleno de casos aislados. El Ministerio dice que RSF no se molestó en ponerse en contacto con las autoridades marroquíes, simplemente para presentar una única versión de casos aislados [e] ignorando detalles hizo público críticas de gran calado a las autoridades marroquíes. RSF recordó el caso de la detención y deportación el pasado 16 de febrero de dos periodistas, Jean-Louis Pérez y Pierre Chautard , de una productora francesa que realizaban un documental. La expulsión fue criticada como censura odiosa por RSF. Los dos estaban informando en nombre del canal France 3 sobre la situación económica y social, cuatro años después del estallido de la primavera marroquí del 20 de febrero y fueron devueltos a París después de que su equipo fuera confiscado. Antes de ser expulsados, los dos periodistas fueron detenidos en la sede de la Asociación Marroquí de Derechos Humanos (AMDH). En respuesta, el jurado del Premio Albert Londres, -premio de periodismo más importante de Francia- anunció que iría a Tánger, donde iba a celebrarse la ceremonia programada para el 9 de mayo en el marco del Salón del Libro francés. El premio de la institución, en su 77 edición, será presentado en Bruselas el 30 de mayo. RSF también denuncia la intimidación de la filmación del programa show Hadith Al Awassim (Está en las capitales) por Francia 24 horas en Rabat en enero. Un funcionario del Ministerio del Interior, acompañado por miembros de las fuerzas de seguridad, interrumpió a los periodistas la emisión en la habitación de un hotel, que se titulaba ¿Podemos reírnos de todo? exigiendo que les entregaran sus registros, antes de regresar al día siguiente, después de ser visionado. Por último, el comunicado de la ONG dijo que el 22 de enero, a iniciativa de la fundación alemana Friedrich Naumann, una reunión internacional sobre periodismo de investigación que se celebraría en Rabat (con la participación del ministro Mustapha El Khalfi) finalmente fue prohibida por las autoridades marroquíes sin justificación alguna y celebrada en la Asociación Marroquí de Derechos Humanos. Por otra parte, el pasado 25 de febrero, el corresponsal del canal de televisión del Frente Polisario, RASD TV, Mahmod Al Lhaissan , fue puesto en libertad bajo fianza tras más de ocho meses de detención. Su juicio, sin embargo, continúa. En julio de 2014, el periodista saharauí fue arrestado y llevado ante un juez en El Aaiún, capital del Sáhara Occidental, administrado por Marruecos desde 1975. Fue acusado de montaje armado, obstruyendo la carretera,

agresión a funcionarios en el desempeño de sus funciones y dañar la propiedad pública. Según las ONG locales, Mahmud Al-Lhaissan hacía la cobertura de los sucesos tras el partido Argelia-Alemania, de la última Copa del Mundo de fútbol (30 de junio), que había llevado a su detención en El Aaiún. Los sucesos tomaron rápidamente una dimensión política a favor de la independencia y Mahmoud Al-Lhaissan había informado de un uso desproporcionado de la fuerza por la policía marroquí para dispersar a los manifestantes saharauis. RSF lamenta que tres proyectos de ley sobre la prensa y la edición, sobre la situación del periodista profesional y el Consejo Nacional de Prensa fueron presentados por el Ministerio de Comunicaciones el 18 de octubre de 2014. Estos textos aún no se han adoptado. La nueva ley de prensa, presentada en octubre de 2014 por el Consejo de Gobierno, no ha sido aún aprobado, y señala que sus disposiciones podrían tener el riesgo de que la privación de la libertad, que ha desaparecido del Código, se sustituya por multas desproporcionadas y excesivas. En su réplica a todas estas duras críticas, Mustapha El Khalfi recuerda que las autoridades habían justificado la acción de la expulsión de los periodistas franceses en repetidas ocasiones por la ausencia de permiso de filmación -una afirmación negada por la empresa First Lines y por los periodistas, que dicen que no habían recibido ninguna respuesta por escrito a pesar de existir un acuerdo verbal o la falta de acreditación de la cadena Francia 24 horas. Lo mismo entiende para la reunión internacional, el Ministerio alegó que finalmente se celebró en la sede de la AMDH y no había sido prohibida por ninguna decisión oficial. El Khalfi respondió también que el Código de la Prensa y demás legislación está pendiente del diálogo con los periodistas [y.] un enfoque participativo, y que los procedimientos judiciales llevados a cabo en 2014 están en línea con multas leves y sanciones con multas y no el encarcelamiento de periodistas. Por último, recordó que ningún periódico nacional ha sido incautado y ningún sitio de información electrónica ha sufrido prohibición administrativa. En cuanto al caso planteado en las provincias del sur del Reino, (denominación oficial que se le da a Marruecos al Sáhara) este caso está en manos de la justicia y el poder ejecutivo se abstendrá de toda injerencia en la justicia, de conformidad con el principio de separación de poderes, al tiempo que garantiza que las garantías de un juicio justo son respetados en este caso, dijo el ministerio, agregando que el Consejo Nacional de Derechos Humanos trata este caso de cerca. Durante la presentación de su informe anual sobre la libertad de prensa en 2014, el 18 de febrero, Mustapha El Khalfi anunció de nuevo una fecha de entrega para el nuevo código de la prensa. Así, el texto debía estar listo para el mes de marzo y ser presentado al Parlamento en abril. El Ministerio de Comunicación, finalmente, expresó su apertura y disposición para interactuar con los comentarios o solicitudes de información de las organizaciones que trabajan en el ámbito de la defensa de la libertad de expresión y de prensa a través del mundo como RSF con el fin de dar una visión completa de la realidad de la prensa en Marruecos. Marruecos ocupa el puesto 130 de 180 en la clasificación mundial de la libertad de prensa de 2015, habiendo mejorado seis puestos. Hay que recordar, no obstante, que en 2014 prohibió un total de 30 publicaciones extranjeras en base al artículo 29 del Código de Prensa. En 2012 también prohibió por dos veces la entrada a su territorio del periódico español El País. Ese año también fue impedida la entrada de 29 periódicos y revistas extranjeras. Otro detalle, el espejo político del PJD es el PJD turco, de hecho tienen el mismo símbolo, el candil y Turquía como se sabe, está en una

Periodistas en Español

<http://periodistas-es.com/ministerio-de-comunicacion-marroqui-rsf-dura-polemica-48803>

Sáb, 7 de mar de 2015 14:15

Audiencia: 4.190

Ranking: 4

VPE: 11

Página: 3

Tipología: online

situación muy difícil en cuanto a la libertad de expresión.

Contra el maltrato laboral y profesional de periodistas y comunicadoras

Sábado, 7 de marzo de 2015

8 de marzo: Día Internacional de la Mujer Con motivo del 8 de marzo, el Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA) ha publicado un comunicado de solidaridad con todas las compañeras que son y han sido maltratadas, algunas asesinadas, por realizar su labor como periodistas y comunicadoras. Mujeres Periodistas en Sevilla El SPA expresa apoyo y reconocimiento a todas estas profesionales valientes que arriesgan sus vidas en el que hacer diario de informar en aldeas, pueblos y ciudades de todo el mundo, sin más protección que su conciencia a la hora de ejercer la libertad y el deber de informar de forma veraz a la ciudadanía. El 8 de marzo, día de las mujeres trabajadoras, las compañeras y compañeros del Sindicato de Periodistas de Andalucía denunciamos el maltrato salarial y profesional, el acoso y la violencia hacia las mujeres, en general, y hacia las periodistas, en particular, en el sector de la comunicación sostiene el sindicato. Agregan que, en el 20 aniversario de la Declaración y la Plataforma de Acción de Pekín, adoptada en 1995 por la IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres, hay que denunciar el poco avance e incumplimiento de lo aprobado en su esfera dedicada a los medios de difusión, en la que se insta a aumentar el acceso de las mujeres y su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los medios de comunicación y por conducto de ellos, así como a fomentar una imagen equilibrada y no estereotipada de las mujeres en los medios. Desde el SPA a la acción porque es momento de exigir el cumplimiento de programas que terminen con la bochornosa actuación cosmética que en materia de igualdad se está llevando a cabo por parte de instituciones, organizaciones políticas y empresas del sector de la comunicación y ya no vale lamentarse cada año cuando salen los informes sobre la situación de las mujeres en España. Añaden que la única manera de cambiar esos informes es actuando, cumpliendo los programas la legislación y los programas electorales que en materia de igualdad equiparan a hombres y mujeres. Todo lo demás es mera pose para salir en la foto. Por ello, manifiestan el compromiso de seguir denunciando la dejación y el incumplimiento de un derecho fundamental, la igualdad: un año más manifestamos la necesidad de seguir trabajando contra los contratos precarios, las medias jornadas y la violencia salarial y profesional que supone el techo de cristal en la promoción laboral y la invisibilidad de las trabajadoras de los medios. Para el SPA una sociedad donde no existe igualdad es una sociedad malograda porque, como ya quedó recogido hace 20 años por la IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres, la igualdad entre mujeres y hombres es una cuestión de derechos humanos y una condición de justicia social; es también una cuestión básica, indispensable y fundamental para la igualdad entre las personas, para el desarrollo y para la paz.

Marcela Turati: cofundadora de Periodistas de a pie en México

Domingo, 8 de marzo de 2015

Marcela Turati, periodista mexicana colaboradora de la revista Proceso y cofundadora de la Red de Periodistas Sociales Periodistas de a pie, se convirtió en periodista pensando que era un medio de cambiar las cosas. ¿Su objetivo? Sensibilizar a los lectores y acercarlos a las víctimas, informa Reporteros Sin Fronteras (RSF). Marcela se especializó en investigaciones sobre la violencia, en particular la relacionada con los cárteles, y sus efectos en la sociedad mexicana. Una elección que está lejos de ser fácil: México es el país más mortífero del continente americano para el gremio periodístico; en él, la seguridad física es un reto permanente para aquellos que investigan asuntos delicados. Al principio, Marcela pensaba que no había diferencias entre un hombre y una mujer periodista. Su opinión ha cambiado: Es más difícil que te envíen a lugares peligrosos [] hay que trabajar dos o tres veces más duro para ir allá; no sé si es machismo o sobreprotección, pero hay que trabajar más que los hombres. A Marcela le preocupa esta discriminación, pero también el acoso sexual, muy frecuente, al que se enfrentan las periodistas. Asimismo, señala que estos riesgos no se toman en serio: cuando las mujeres periodistas dan a conocer estas presiones, se cierne la duda. Les dicen que están locas o histéricas. Se piensa que quieren llamar la atención. Para mejorar la situación de las periodistas, Marcela insiste en la importancia de acabar con la impunidad, de emprender investigaciones con una perspectiva de género y de ofrecer una protección adaptada a las víctimas.

Las cinco mujeres todoterreno que han sabido hacerse un hueco entre las ondas radiofónicas

Domingo, 8 de marzo de 2015

En un mundo claramente poblado de hombres como es el de la radio, algunas mujeres han conseguido hacerse un hueco y destacar en el periodismo gracias a las ondas. La mayoría de ellas también se han desenvuelto en el mundo de la televisión, pero realmente, la radio es su medio de comunicación estrella. Una de ellas es Pepa Bueno, actualmente directora y presentadora de Hoy por hoy en la Cadena SER desde el año 2012, pero siempre ha estado muy ligada al mundo televisivo. Ella fue durante muchos años un rostro visible en TVE, conduciendo el programa de Los desayunos de TVE desde 2009 a 2012. Fue en este año cuando dio el salto definitivo a la radio y ahora comparte estudio y programa con Gemma Nierga. Sin embargo, no deja de lado la televisión, ya que será la sustituta de Risto Mejide en la nueva temporada de Viajando con Chester. Como ya hemos dicho, su compañera Gemma Nierga, también es una de las caras más conocidas de la Cadena SER, emisora a la que ha dedicado prácticamente su vida entera. En 1987 comenzó con Hablar por hablar y no fue hasta una década después cuando comenzó su andadura con otro programa de la casa La ventana. En la actualidad, y desde 2012 también presentadora y directora de Hoy por hoy junto a Pepa Bueno. Otra de las reinas de las ondas es Julia Otero, pero en este caso, en Onda Cero, emisora a la que llegó en 2007 después de su paso por Punto Radio. En la actualidad, es la dueña de las tardes en la emisora del Grupo Atresmedia, y cuenta en su haber con cuatro premios Onda, el último lo recibió en 2013, cuando fue galardonada con el Premio Nacional de Radio a la trayectoria más destacada. Cristina López Schlichting quien a día de hoy es la encargada de dirigir el Fin de semana de la cadena COPE. Además tiene una amplia trayectoria en el periodismo, tras pasar por medios como ABC o El Mundo. En la actualidad compagina su trabajo en la radio con sus colaboraciones en La Razón y con su trabajo como contertulia en 13 TV. Otra de las voces femeninas más destacadas de la radio es la de Angels Barceló, actualmente al frente de Hora 25 desde el año 2007. Dos años antes había comenzado su andadura en el conocido como medio caliente gracias a A vivir que son dos días. Sin duda todos recuerdan su paso por la televisión, donde trabajó casi una década presentando los informativos de Telecinco. Ellas han sabido encontrar su lugar en el periodismo y brillar en su profesión, por eso, en el Día de la Mujer hemos querido recordar a mujeres todoterreno como ellas que han logrado su sitio en el mundo del periodismo.

¿Quiénes son las cinco mujeres más influyentes de la televisión?

Domingo, 8 de marzo de 2015

Hoy, 8 de marzo y Día de la mujer, hacemos un repaso por las periodistas de la televisión que son más influyentes. Algunas llevan décadas en el mundo del periodismo, otras son la savia nueva que esta profesión necesita. Lo cierto, es que por una cosa o por otra, se han convertido en referentes de esta profesión y en periodistas reconocidas.

Comenzamos por Ana Rosa Quintana . A día de hoy, y desde el año 2005 , presenta en Telecinco El programa de Ana Rosa , pero comenzó su andadura en el mundo del periodismo hace más de tres décadas, en 1982 . Hoy es un referente y una de las mujeres más reconocidas en el mundo del periodismo.

Ella lleva menos tiempo en el mundo periodístico. Mónica Carrillo es una de las imágenes de los servicios informativos de Antena 3, actualmente, forma el tándem de los fines de semana con Matías Prats , y también ha probado suerte como escritora con su libro La luz de Candela. Ella es un clásico, y aunque ha protagonizado numerosas polémicas, tiene el don de no dejar indiferente a nadie.

Mariló Monteró es la dueña de la mañana de TVE con su programa Las mañanas de La 1 , espacio que lleva conduciendo desde el año 2009 . Sandra Barneda es una mujer reivindicativa y con convicciones. Es una de las caras de Telecinco , donde ha trabajado desde 2009 , año en el que empezó con el programa De buena ley . Actualmente es la conductora del espacio Un tiempo nuevo aunque su carrera profesional es amplia en el sector de la comunicación.

Ana Pastor es conocida por sus preguntas directas, concretas e incisivas. Es una de las mujeres con más carácter de laSexta y ha sabido hacerse un destacado hueco en esta profesión. Cada domingo interroga a representantes públicos que se sientan junto a ella en El Objetivo . Antes de su etapa en laSexta , fue la conductora Los desayunos de TVE . Seguiremos informando

Innumerables condolencias de los rostros más conocidos de televisión tras la muerte de Santi Trancho

Domingo, 8 de marzo de 2015

Hoy nos despertábamos con la triste noticia del fallecimiento de Santi Trancho a los 32 años de edad. Las redes sociales se han llenado de mensajes de condolencias y respeto para su familia y amigos de muchos de los rostros que han trabajado con el cámara de televisión. Actores, actrices y numerosos rostros del periodismo y de la televisión se han acordado hoy de Santi Trancho y han querido mostrar su dolor y su respeto a sus familiares a través de sus mensajes de Twitter después de conocer la noticia de su muerte. Santi Trancho descansa en paz, hoy todos estamos muy tristes.. @Frank_Cuesta lo siento enormemente amigo Jesús Calleja (@JesusCalleja) marzo 7, 2015 Nuestro recuerdo para Santi Trancho @JungleCam y ánimo para su familia #Milenio3 #CuartoMilenio pic.twitter.com/8Crh9SfiuS ikerjimenez.com (@navedelmisterio) marzo 8, 2015 Todavía en shock por la noticia.... Todo mi cariño y energía para @carlotagarcia89 y la familia de Santi Trancho. ????? Clara Lago (@ClaraLago1) marzo 8, 2015 No puedo creerme el fallecimiento de Santi Trancho. Una broma macabra de la vida. Todo mi cariño a Ana y a su familia. DEP berta collado (@colladoberta) marzo 8, 2015 Gracias a todos por seguirnos en la @SextaNocheTV de hoy y un abrazo enorme a la familia y amigos del cámara Santi Trancho. Iñaki López (@_InakiLopez_) marzo 8, 2015 Sobran las palabras.. Fuerza y ánimo para la familia de Santi Trancho, para sus amigos y para Ana. Michelle Jenner (@MichelleJWeb) marzo 8, 2015 Se van los mejores, gracias por todo Santi Trancho y mis sinceras condolencias a @carlotagarcia89 y @Frank_Cuesta pic.twitter.com/uwNHx2rDVT Hombre de Negro (@hdnegro) marzo 8, 2015 Fallece Santi Trancho, cámara en 'Frank de la Jungla'. Nuestro más sentido pésame a su familia <http://t.co/CQK7Ajx5AL> pic.twitter.com/6lVsyqjkJm Cuatro (@cuatro) marzo 7, 2015 Fallece Santi Trancho, cámara en 'Frank de la Jungla'. Nuestro más sentido pésame a su familia <http://t.co/xCUgl99an6> pic.twitter.com/90ZWYqK9wa Telecinco.es (@telecincoes) marzo 7, 2

Brankica Stankovic: periodista serbia de investigación

Domingo, 8 de marzo de 2015

Brankica Stankovic dirige Insajder programa de investigación estrella del canal serbio de televisión B92 desde su creación, en 2004. Ha pagado un alto precio por atreverse a denunciar la corrupción y sacar a la luz los vínculos entre el mundo del hampa, los políticos y hombres de negocios serbios. Brankica Stankovic Las amenazas contra ella han aumentado con los años, hasta el punto de que una escolta policial de cuatro agentes la acompaña a todas partes desde 2009, informa Reporteros Sin Fronteras (RSF). El Ministerio del Interior ordenó esta medida de seguridad, incómoda pero necesaria, en un momento en que Brankica fue objeto de un extraordinario número de amenazas e insultos, especialmente en las redes sociales. Después de una emisión de Insajder que trataba el fracaso del sistema judicial para hacer frente a los delitos de los hinchas del club de fútbol Partizan de Belgrado, el 16 de diciembre de 2009, durante un partido europeo, se exhibió una muñeca hinchable que representaba a Stankovi en las gradas del estadio de dicho equipo. Los hinchas corearon que la puta Brankica correría la misma suerte que Slavko uruvija , periodista asesinado en 1999. Finalmente, apuñalaron a la muñeca. Stankovi no ha cesado su actividad de reporterismo de investigación, a pesar de las continuas amenazas y las limitaciones de ir con escolta policial. También escribió un libro titulado Insajder: My Story en 2013. El año pasado, fue incluida en la lista de los 100 Héroes de la Información de Reporteros Sin Fronteras y recibió el Premio al Valor en el Periodismo de la Fundación Internacional de Mujeres en los Medios.

Ser mujer y periodista: un compromiso, muchos retos

Domingo, 8 de marzo de 2015

El Día Internacional de la Mujer, que se celebra el 8 de marzo, brinda a Reporteros sin Fronteras (RSF) la ocasión de destacar las figuras de diez periodistas, mujeres con perfiles diferentes y procedentes de diversas latitudes del mundo que nos hablan de su oficio y de su compromiso, así como de los desafíos y los riesgos concretos que afrontan en el ámbito de su profesión. Cada vez más mujeres ejercen el oficio de periodista, que durante mucho tiempo estuvo reservado a los hombres. Algunas de ellas eligieron dedicarse al periodismo de investigación y denuncian las violaciones a los derechos humanos, la corrupción, o abordan temas tabú en una sociedad determinada. Su trabajo sobre temas delicados molesta y, al igual que sus colegas masculinos, estas periodistas son víctimas de intimidaciones, amenazas, agresiones, e incluso asesinatos. Pero, por el hecho de ser mujeres, debido a su género, en ocasiones las presiones toman ciertas formas: desde campañas de difamación a violencia de tipo sexual, pasando por amenazas a sus familias. El simple hecho de ser mujer periodista puede considerarse en ciertas sociedades contrario a las normas sociales y ser causa de represalias. Muchas mujeres prefieren guardar silencio sobre las dificultades y los riesgos a los que se enfrentan en el ejercicio de una profesión que sigue siendo mayoritariamente masculina. Los resultados del Informe Global sobre el Estatus de las Mujeres en los Medios de Comunicación, publicado en 2014 por la Fundación Internacional de Mujeres en los Medios (Global Report on the Status of Women in the News Media, International Womens Media Foundation, IWMF), son indiscutibles. Cerca de dos tercios de las 977 mujeres periodistas entrevistadas afirman haber sido víctimas de intimidaciones, amenazas o abusos relacionados con su actividad profesional. En una tercera parte de los casos, el responsable era su jefe. Casi la mitad de las mujeres periodistas se han enfrentado al acoso sexual, y más de una quinta parte, a la violencia física. Pese al impacto psicológico de estos abusos, el silencio sigue siendo la regla; la denuncia, la excepción. Algunas de ellas optan por dar a conocer su historia. Durante dos años, me amenazaron constantemente por teléfono y con cartas anónimas [] me decían que dejara mi trabajo o que, de lo contrario, sería responsable de la muerte de mi familia, es el triste relato que una periodista afgana compartió con RSF en 2014. La periodista, finalmente, tomó la decisión de renunciar a su trabajo y de hacer públicas las presiones que sufrió. En una sociedad patriarcal, la falta de protección por parte de las autoridades y la impunidad generalizada alimentan este ciclo de violencia e incitan a algunas mujeres a renunciar a su oficio. La seguridad física sigue siendo un reto constante para la siria Zaina Erhaim , que forma a periodistas ciudadanos en el norte del país, así como para la afgana Farida Nekzad , fundadora de la Wakht News Agency . Hla Hla Htay , corresponsal de la Agence France Presse en Birmania, y Marcela Turati , periodista freelance que colabora con la revista Proceso en México, señalan las dificultades de ser una mujer en un oficio de hombres. Noushin Ahmadi Khorasani en Irán y Mae Azango en Liberia dan testimonio del acoso que han padecido debido a su compromiso periodístico

en la defensa de los derechos de las mujeres. Khadija Ismayilova , figura destacada del periodismo de investigación en Azerbaiyán, y Brankica Stankovi , gran periodista serbia, han sufrido amenazas de carácter sexual. En la República Democrática del Congo, Solange Lusiku Nsimire , la única directora de un diario en Kivu, se preocupa por su familia, víctima de ataques y de amenazas. Una inquietud que también padece la marroquí Fatima Al Ifriki , quien suspendió sus publicaciones para proteger a los suyos. Tomando nota de los peligros a los que las mujeres periodistas se ven expuestas, el Plan de Acción de las Naciones Unidas sobre la seguridad de los periodistas y la cuestión de la impunidad subraya la necesidad de un enfoque sensible al género. Un enfoque que requiere aplicarse urgentemente.

Farida Nekzad, periodista afgana fundadora de Wakht News Agency

Domingo, 8 de marzo de 2015

Cofundadora y exredactora jefe de la agencia Pajhwok Afghan News, Farida Nekzad ha pasado los últimos 12 años bajo las amenazas de los enemigos de la libertad de prensa, que han tratado repetidamente de secuestrarla o matarla, informa Reporteros Sin Fronteras (RSF). Farida Nekzad Cuando investigaba el asesinato de la periodista Zakia Zaki en 2007, recibió llamadas telefónicas y correos electrónicos que le vaticinaban el mismo destino. Lo único que consiguieron fue reforzar su determinación de defender la libertad de información y los derechos de las mujeres. Puso en marcha la Agencia de Noticias Wakht en 2008 y todavía la dirige. Emplea a mujeres periodistas para cubrir una amplia gama de asuntos, especialmente los derechos de las mujeres. A pesar de las dificultades financieras, la agencia cuenta con una red de corresponsales en todo Afganistán y sigue siendo uno de los principales medios de comunicación independientes del país. Desde 2014, Nekzad preside la Comisión de medios, órgano de la Comisión Electoral Independiente, cuyo cometido es velar por la imparcialidad de los medios de comunicación durante la campaña electoral presidencial. A pesar del clima de extrema tensión, pasó varios meses investigando las violaciones de las normas por parte de los medios así como las quejas electorales de los ciudadanos por la cobertura de las elecciones. Ganadora de muchos premios internacionales, entre ellos el del Valor en el Periodismo de la Fundación Internacional de Mujeres en los Medios, Nekzad sigue liderando la lucha por los derechos de las mujeres en Afganistán y haciendo campaña por la reforma de la legislación sobre los medios de comunicación con el objetivo de conseguir una mayor protección para los periodistas en su trabajo, a menudo peligroso.

Ángeles Rivero, La Nueva España, única directora en los 15 primeros diarios del EMG

Domingo, 8 de marzo de 2015

Hoy, Día Internacional de la Mujer, queremos hacer un homenaje a las mujeres del mundo del periodismo en España, que han logrado alcanzar los puestos más destacados. Si hablamos de prensa, es de obligado cumplimiento referirnos a Ángeles Rivero, directora de La Nueva España. Ángeles Rivero destaca en su profesión por ser la directora de La Nueva España y por ser la única mujer que, en la actualidad, lidera la única cabecera de las quince que encabezan las listas del EGM en 2014. En el año 2008 logró imponerse en un puesto que es poco habitual encontrar a una mujer. Hace siete años fue nombrada directora de La Nueva España, publicación de la que sigue al frente, en sustitución de Isidoro Nicieza. Ella fue la primera mujer que alcanzó la dirección de un periódico en Asturias, aunque antes de todo esto, había ocupado diferentes responsabilidades en las delegaciones de La Nueva España, en Gijón y Avilés. Aunque en 2008 alcanzó la dirección del periódico, anteriormente había trabajado en el puesto de redactora jefe en la redacción de El diario de Oviedo. Ella es una de las pocas mujeres que ha logrado imponerse en un mundo plagado de hombres. Y es que, tal y como ha denunciado la FAPE, hay una amplia brecha laboral en el mundo de los medios de comunicación entre hombres y mujeres. Según este informe, sólo el 17% de los puestos en los consejos de administración de los medios de comunicación está ocupado por mujeres, y Ángela Rivero, es una de ellas.

Blocs electorals. No han entès res

Lunes, 9 de marzo de 2015

Des de fa més d'una dècada, moltes vegades hem vist anunciat que els blocs electorals desapareixien o bé que "se superaven". Fins ara havien estat anuncis falsos i demagògics emesos des de Consells d'Administració de corporacions audiovisuals, de Presidents dels Consell, o bé del Consell Audiovisual de Catalunya. Si hem de creure les informacions d'agència conegudes avui, estem com sempre o pitjor encara. Els partits diuen que volen superar els blocs cronometrats introduint criteris professionals, però mantenen el criteri antiperiodístic de la "proporcionalitat", proposen un còmput diari de la informació electoral als mitjans públics i privats, i avalen que la futura Sindicatura Electoral sancioni els mitjans que no segueixin aquesta proporcionalitat ni el criteri de neutralitat, que és un concepte contradictori amb la proporcionalitat. Ses senyories semblen ignorar que la llibertat d'informació consagrada a l'article 20 de la Constitució espanyola no té altre límit que la vulneració d'altres drets fonamentals, com el dret a la imatge, a l'honor, o en l'extrem, si afecta a la seguretat de l'Estat. Per tant, cap Llei reguladora de les campanyes electorals, tot i que entri en l'àmbit de la propaganda, no pot interferir en el dret fonamental a la lliure informació, que en aquest cas vol dir la forma en que els mitjans audiovisuals decideixin cobrir la informació electoral en els informatius. Més encara -per respondre a l'argument que quan hi ha eleccions cal extremar la imparcialitat de la informació- quan la regulació legal d'aquests mitjans ja incorpora l'exigència de pluralisme, imparcialitat i neutralitat. Principis que no casualment són criteris deontològics de la professió periodística. És a dir, que no sols és sobrer la proposta de minutar i ordenar la informació de les candidatures en funció de la seva representació anterior, que margina les que no la tenen i discrimina les minoritàries, i no sols crea distorsions antiprofessionals que lesionen el dret a la informació, sinó que la translació d'aquesta doctrina que s'aplica als espais gratuïts de propaganda electoral (primer per les Juntes Electorals, i després incorporada a la LOREG) és una vulneració de l'article 20 de la Constitució perquè condiona i encotilla la feina dels professionals, que es veuen sotmesos a uns criteris de "proporcionalitat" que contradictòriament no s'apliquen, o s'apliquen a l'inrevés, en els debats o les entrevistes electorals. A més, i com és una evidència en l'actualitat, l'emergència de noves forces polítiques topa de ple amb els criteris restrictius dels blocs electorals, que semblen fets per a l'autoreproducció endogàmica del sistema actual de partits, i que no poden posar portes al camp a l'hora d'informar d'aquestes noves realitats. Ha estat patètic veure que a Andalusia la pròpia Junta Electoral ha instat RTVE i RTVA a que incorporin forces emergents com Podemos o Ciudadanos en la informació electoral (de manera que es qüestionava el criteri de la proporcionalitat), i els directius d'aquests ens s'hi han negat, apellant als criteris de la LOREG i de la Junta Electoral Central. Pel que fa a la LEC, els il·lustres diputats sembla que no han entès que una norma reguladora de la propaganda electoral no ha d'entrar en com es fa la informació electoral, com no ho fa cap altre en els països europeus. I que per tant el que reclamem els professionals que volem

exercir la nostra feina amb llibertat per assegurar a la ciutadania una bona informació i no propaganda dosificada és que desaparegui del projecte de la LEC qualsevol referència a la regulació administrativa del dret constitucional a la informació. Ras i curt. Perquè esperàvem d'aquest Parlament una comprensió més cabdal d'això i no un seguidisme partitocràtic d'una tradició hispànica absolutament excèntrica a l'Europa democràtica. Sant Joan Despí, 6 de març de 2

Dia Internacional de la Dona, urgeix la regulació de les col·laboradores

Lunes, 9 de marzo de 2015

La Federació de Sindicats de Periodistes exigeix que siguin regulats per llei amb urgència els periodistes a la peça, un col·lectiu fortament feminitzat. La Federació de Sindicats de Periodistes (FeSP) reitera la necessitat que el Govern i el Congrés dels Diputats regulin per llei, d'una vegada per sempre i amb urgència, els i les periodistes a la peça. I ho fa coincidint amb el Dia Internacional de la Dona, que es commemora el 8 de març, perquè és un col·lectiu fortament feminitzat. La majoria d'ells qui treballen amb aquesta figura professional, sense cap tipus de protecció social, pateixen una doble discriminació: ser periodista a la peça i ser dona. El sector de la comunicació és, després de la construcció, el segon en destrucció d'ocupació en xifres relatives. Això ha provocat un augment sense precedents de professionals que intenten sobreviure col·laborant en els mitjans. La falta de mesures eficaces per conciliar la vida laboral i familiar té com a conseqüència que moltes dones han traslladat el seu lloc de treball al seu domicili particular per poder atendre assumptes que els homes encara estan lluny d'assumir en igualtat de condicions. Per aquest motiu reivindicuem la necessitat de regular la figura dels col·laboradors també com un acte de justícia de gènere i de millora de les condicions en què treballa un col·lectiu cada vegada més nombrós de professionals de la informació. La FeSP assumeix la petició feta per la Comissió de Gènere de la Federació Internacional de Periodistes (FIP) de buscar fórmules per obrir les portes a les dones periodistes i acabar amb la violència generalitzada contra elles. Així mateix, dóna suport al Consell de Gènere de la FIP en la seva proposta de pressionar l'Organització Internacional del Treball (OIT) perquè impulsi mesures contra la violència de gènere en el lloc de treball. L'òrgan rector de l'OIT discutirà aquesta petició a partir del 12 de març. La FeSP s'adhereix a aquesta crida i demana als seus sindicats membres i al conjunt dels treballadors que enviïn a l'OIT cartes en aquesta línia. 7 de març de 2015

VÍDEO ¿Cuáles son los retos y las oportunidades del director de Comunicación en la actualidad?

Lunes, 9 de marzo de 2015

pnoticias y Axicom han presentado el estudio Nuevos Retos y Oportunidades de los Departamentos de Comunicación en España, un informe que pretende dar respuesta a la problemática a la que se enfrentan los dircoms en la actualidad, así como conocer el aspecto más positivo de un sector que reclama formación más específica y profesionales especializados en la materia. El estudio Nuevos Retos y Oportunidades de los Departamentos de Comunicación en España es una investigación periodística realizada por pnoticias y axicom en el que hemos tomado como referencia entrevistas realizadas a dircoms y responsables de las áreas de Comunicación de más de un centenar de empresas de nuestro país, asegura Gonzalo Fernández, de pnoticias. Entre las conclusiones del estudio destacan el descenso de los presupuestos de los departamentos de Comunicación, así como la aparición de nuevas tendencias como el storytelling o el branded content dentro de las funciones de los directores de Comunicación. Además, de este trabajo se desprende la implementación definitiva de los canales de Comunicación online como la redes sociales. Hay conclusiones interesantes. Aunque nadie cuestiona ya la figura del dircom como órgano de decisión dentro de las empresas, los últimos años a raíz de la crisis sí que han cambiado algunas cosas: profesionales que quizá no están relacionados con esta disciplina que ocupan cargos de Comunicación, las nuevas tendencias como el branded content que se están incorporando dentro de la compañía, hacia dónde van los presupuestos, si es nuestra profesión una de las que más han sufrido o no o la relación entre empresas y agencias. Además, una de las cuestiones que más me han llamado la atención es que prácticamente todos los que nos dedicamos a esto estamos de acuerdo en que sería deseable que los MBAs y las escuelas de dirección incorporaran un poquito más de conocimiento sobre nuestra disciplina, asegura Mónica González Ortín, directora general AxiCom. Asimismo, la directiva afirma que el objetivo del estudio es hacer una fotografía de la realidad de esta profesión a día de hoy. En los últimos años, las cosas han cambiado mucho a raíz de la irrupción de las redes sociales, cómo nos comunicamos con los diferentes audiencias y es interesante saber cómo estamos ahora, cómo estábamos hace unos años y hacia dónde van las tendencias de los próximos tres a cinco años. En definitiva, el papel del director de Comunicación en España sigue evolucionando y transformándose a la velocidad que marca la cada vez más creciente necesidad de las empresas y organizaciones de relacionarse con sus diferentes públicos. from pnoticias