



RECULL DE PREMSA

CAP DE SETMANA

30/03/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

90



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Títular/Medio	Pág.	Docs.
29/03/15	QUAN EL «PERIODISME CÍVIC» TAMBÉ EXPLICA QUÈ VA PASSAR ALS ALPS per Gonçal Mazcuñán i Boix / REGIO 7	8	1
30/03/15	¿EL BAÑO DE SEÑORAS? / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	9	1
30/03/15	MOR LA PERIODISTA MARGARITA RIVIÈRE / SEGRE	10	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Títular/Medio	Pág.	Docs.
28/03/15	"AIXÒ ÉS UNA PLAGA DE PERIODISTES, DEIXEU LA GENT EN PAU, SISPLAU" / ARA	12	1
28/03/15	DIRECTORAS DE COMUNICACIÓN. LA IMAGEN DE LA EMPRESA EN SUS MANOS / EL MUNDO (YO DONA)	13	7
28/03/15	MARGARITA RIVIERE, PERIODISMO Y ESTILO / EL PAIS (S MODA)	20	2
28/03/15	UMBERTO ECO: EL PERIODISME I ALTRES FORMES DE MENTIR / LA VANGUARDIA (ED. CAT) CULTURA/S	22	2
28/03/15	NARRAR LA TRANSFORMACIÓ SOCIAL / LA VANGUARDIA (ED. CAT) CULTURA/S	24	2
28/03/15	FACEBOOK VOL SER TOT EL TEU INTERNET / ARA	26	1
28/03/15	NACHTWEY: "OJALÁ NO HUBIERA HECHO NINGUNA DE ESAS FOTOS" / LA RAZON	27	2
28/03/15	CARLOS HERRERA CAMBIA DE ONDA, PERO DEJA EN EL AIRE SU DESTINO / ABC (EDICION NACIONAL)	29	1
28/03/15	MEDIASET DESTITUYE A JESÚS CINTORA / LA RAZON	30	1
28/03/15	James Nachtwey: «LO PEOR ES QUE ME APROVECHO DE LA DESGRACIA AJENA» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	31	2
28/03/15	AMOR AL JAZZ / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	33	1
28/03/15	ASÍ SE HACE ABC, PARA ESTUDIANTES / ABC (EDICION NACIONAL)	34	1
28/03/15	EL TOT GIRA' CELEBRA MIL PROGRAMES AMB UNA EDICIÓ ESPECIAL I UN CONCERT / ARA	35	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
28/03/15	EXCÉS I DEFECTE PER Josep Cuní / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	36	1
28/03/15	LA RÀDIO EN LA GUERRA / LA VANGUARDIA (ED. CAT) CULTURA/S	37	1
28/03/15	SÉBASTIEN JANIN: D'APPLE A WUAKI.TV / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	38	1
28/03/15	ABRIL-MARTORELL DIMITE COMO CONSEJERO DE PRISA / EL ECONOMISTA	39	1
28/03/15	PRÀCTICAMENT JA S'HAN ADAPTAT TOTES LES ANTENES / ARA	40	1
28/03/15	RAFAEL ANGULO, 'AGITADOR' DE LA CULTURA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	41	1
28/03/15	CUATRO PRESCINDEIX DEL PRESENTADOR JESÚS CINTORA / ARA	42	1
29/03/15	HISTORIA DE LA PRIMERA GRAN EXCLUSIVA PERIODÍSTICA QUE HUBO EN ESPAÑA / ABC (EDICION NACIONAL)	43	2
29/03/15	50 ANYS, 50 ENTREVISTES. "RES HA DE DESAPARÈIXER, TOT S'HA DE TRANSFORMAR" / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	45	2
29/03/15	LES VÍCTIMES TAMBÉ TENEN VEU / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	47	1
29/03/15	EL FOTÓGRAFO DE LAS MIL NOCHES / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	48	1
29/03/15	CONTINUEM ENDAVANT CINQUANTA ANYS DESPRÉS. Miquel Riera / Director de Presència / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	49	1
29/03/15	L'EDITORIAL. Periodisme respectuós al servei de la comunitat / ARA	50	1
29/03/15	ELS VIDEOTUITS QUE HAN SEMBRAT EL PÀNIC A TWITTER / ARA	51	2
29/03/15	DRAMA AERI: EUROPA REFLEXIONANT I AQUÍ DISSONÀNCIES / DIARI DE GIRONA	53	1
29/03/15	DILEMAS INFORMATIVOS DEL VUELO GWI9525. DEFENSORA DEL LECTOR / EL PAIS (ED. NACIONAL)	54	2
29/03/15	VOLS PUBLICITAT? POTS COMPRAR-LA SENSE GASTAR DINERS / ARA	56	1
29/03/15	EDITORIAL. LA PRESÈNCIA DE LES VÍCTIMES / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	57	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
29/03/15	INTERPRETAR ELS ERRORS. DEFENSOR DEL LECTOR Josep Rovirosa / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	58	1
29/03/15	TRAGEDIAS Y PERIODISTAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	59	1
29/03/15	JUAN ABREU, NUEVA 'VOZ' EN EL MUNDO / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	60	1
29/03/15	SALVADOR COT ABANDONA LA DIRECCIÓ DE NACIÓ DIGITAL / ARA	61	1
30/03/15	MARGARITA RIVIÈRE EL PERIODISME CRÍTIC I ENTUSIASTA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	62	2
30/03/15	MARGARITA RIVIÈRE, UNA PERIODISTA TENAZ Y UNA PROLÍFICA ENSAYISTA / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	64	1
30/03/15	DICK COSTOLO, CONSEJERO DELEGADO DE TWITTER: "TWITTER PRETENDE DIVERSIFICAR SU ESTRATEGIA A LARGO PLAZO" / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	65	1
30/03/15	EL PERIODISME PERD RIVIÈRE / ARA	66	1
30/03/15	LAS MULTAS DE LA SETSI 'REVIVEN' CONTRA MEDIASET / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	67	1
30/03/15	MOR LA PERIODISTA MARGARITA RIVIÈRE / DIARI DE GIRONA	68	1
30/03/15	Turquia va a la caça dels insults al president / ARA	69	1
30/03/15	RTVE Y EFE DEJAN UNAS PÉRDIDAS DE 140 MILLONES AL GOBIERNO EN 2014 / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	70	1
30/03/15	MUERE A LOS 70 AÑOS LA ESCRITORA Y PERIODISTA MARGARITA RIVIÈRE / DIARI DE TARRAGONA	71	1
30/03/15	RIVIÈRE, LA ETERNA REBELDE / LA RAZON	72	1
30/03/15	LA PERIODISTA MARGARITA RIVIÈRE MOR ALS 70 ANYS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	73	1
30/03/15	UNA PERIODISTA DE CARN I OSSOS / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	74	1
30/03/15	EL DIRECTOR DE LA BBC, AMENAÇAT DE MORT DESPRÉS D'UN ACOMIADAMENT / ARA	75	1
30/03/15	MÉS ENLLÀ DE LA TRAGÈDIA per MARTA ALÒS / SEGRE	76	1

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
30/03/15	EUROPA PERMITE AMPLIAR LOS DERECHOS TELEVISIVOS PARA SU USO EN INTERNET / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	77	1
30/03/15	Margarita Riviere (1944-2015). PERIODISTA DE BARCELONA / ABC (EDICION CATALUÑA)	78	1
30/03/15	CIENCIA PARA INFORMAR Y FORMAR / EL MUNDO (INNOVADORES)	79	1
30/03/15	LA PERIODISTA CATALANA MARGARITA RIVIÈRE MOR A BARCELONA ALS 70 ANYS / REGIO 7	80	1
30/03/15	JE SUIS CINTORA, EL BOICOT A MEDIASET / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	81	1
30/03/15	SET ANYS D'EBULLICIÓ A LA XARXA / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	82	1
30/03/15	UNIDAD EDITORIAL, PREMIO DE LA REAL FUNDACIÓN DE TOLEDO POR LA DIFUSIÓN DEL IV CENTENARIO DEL GRECO. UNIDAD EDITORIAL HA RECIBIDO EL PREMIO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA REAL FUNDACIÓN DE TOLEDO / EXPANSION	83	1
30/03/15	MOR MARGARITA RIVIÈRE / EL PUNT AVUI	84	1
30/03/15	UN SUPOSAT SERVEI PÚBLIC per Marc Salgas / EL PUNT AVUI	85	1
30/03/15	FALLECE MATILDE CONESA, UNA DOBLADORA HISTÓRICA / LA RAZON	86	1
30/03/15	EL JOC DE LA MALETA DE FIGUERES per Narcís Genís / EL PUNT AVUI (GIRONA)	87	1
30/03/15	MOVISTAR TV ADQUIERE LOS DERECHOS DE 'NON STOP PEOPLE' / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	88	1
30/03/15	MUERE LA PERIODISTA CATALANA MARGARITA RIVIÈRE A LOS 70 AÑOS / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	89	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



Quan el «periodisme cívic» també explica què va passar als Alps

Gonçal Mazcuñán i Boix
PERIODISTA. PRESIDENT
DEL CONSELL EDITORIAL
► gonzalmb@gmail.com



El desastre de l'avió estavellat als Alps ha tornat a posar damunt la taula el paper dels mitjans de comunicació a l'hora de recollir i transmetre informació de fets tràgics amb forta càrrega emocional. Dimarts ho expressava molt cruament un missatge d'aquells que apareixen en pantalla mentre els tertulians debaten sobre l'essència de la vida: «al trasbals que estan patint les famílies de les víctimes només els falta el flagell de les càmeres empaitant-los pels passadissos de l'aeroport». La queixa la signava una ciutadana anònima sensibilitzada per l'allau informativa que ens ha colgat aquesta setmana des de la serralada alpina.

El cert és que la magnitud de la tragèdia ha mobilitzat la professió periodística com feia temps que no passava. El desplegament de mitjans i l'esforç dels professionals han estat extraordinaris per no deixar cap detall ni hipòtesi per esbrinar. Globalment s'ha fet bona feina, amb les excepcions que calia esperar. Podríem matisar-ho si ho mirà-

«Allò que costa més de valorar és l'allau d'informació paral·lela que també ha aportat l'anomenat 'periodisme cívic' a Internet. La immediatesa ha substituït el rigor»

vem des de l'òptica del ciutadà contrari als espectacles informatius i la percepció que té la nostra societat a l'hora de valorar el descreït de l'ofici de periodista avui en dia, immediatament al darrere del que acumulen els professionals de la política. Una altra cosa és que tot l'explicat hagi estat agradable de veure, llegir, escoltar, interioritzar i pair. Allò que costa més de valorar, però, és l'allau d'informació paral·lela que també ha aportat l'anomenat «periodisme cívic» a les xarxes socials sobre el desastre. Internet, ja és veritat acceptada, ha revolucionat les relacions socials, ha democratitzat l'accés i la difusió gratuïta i universal de la informació, ha posat fi al monopoli informatiu dels grans grups de comunicació i està obligant a un reciclatge accelerat de la professió periodística. De moment, la immediatesa ha substituït el rigor, i la credibilitat és el valor que ara està amenaçat. El risc és que es deixi en mans de les lleis

del mercat, i no en l'exigència social que la pràctica periodística sigui honesta, amb una estricta aplicació deontològica. Tot el que ha circulat aquests dies per les xarxes ha posat en evidència el problema, el que està realment en joc.

«Una de les pitjors coses del món d'Internet és que ha estat ocupat per una mena de *bottle* lamentable. Espero que amb el temps això es vagi depurant. Un, de tant en tant, rep algunes esquitxades de porqueria, ara bé, seria de ximples dir que això és el que passa a Internet perquè hi passen moltes més coses», ha dit Iñaki Gabilondo en un acte sobre el periodisme del futur, organitzat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, on va coincidir amb Antoni Bassas. Aquest va reblar el clau: «el periodisme és un punt de vista, i per tenir un punt de vista s'han de veure tots, sospesar-los i decidir-se per un. Perquè una cosa és informació i una altra és periodisme». Gabilondo va sentenciar: «el primer que escasseja en les inundacions és l'aigua potable, i el primer que manca en les inundacions informatives (...) és informació solvent». Ho deixo escrit perquè hi reflexionem tots: periodistes i lectors.



Margarita Rivièrre, tercera por la izquierda, en un jovencísimo consejo de redacción del *Diario de Barcelona*.

¿El baño de señoras?

Rivièrre rompió moldes en un periodismo machista

CARLES GELI
 Barcelona

“Como fuimos las dos primeras mujeres en entrar en plantilla, no teníamos baño para nosotras y teníamos que ir muy lejos de la redacción, subiendo y bajando escaleras, para acceder al único que había, el de las telefonistas, que nos dejaban la llave para poder entrar”. Lo recordaba ayer la periodista Teresa Rubio. Era el año 1974 y las instalaciones, las del *Diario de Barcelona*. La colega era una Margarita Rivièrre que, años después, tampoco había borrado los sonrojantes comentarios y silbidos por partida doble de los trabajadores, todos hombres, de los talleres de la imprenta de plomo que a menudo no había más remedio que cruzar... para luego volver.

“En la prensa barcelonesa entonces había pocas mujeres, algunas colaboradoras y, si acaso, alguna redactora en algún medio pero solo en la sección de moda”, repasa Rubio. Rivièrre también rompió moldes en eso y dio un paso más: sería jefa de sección, tanto en el viejo Brusi como, posteriormente, en *El Periódico de Catalunya*, de cuyo equipo fundacional formó parte. “Era de trato exquisito, nunca tuvo una palabra alta para con nosotros y sí, era la jefa pero también era la primera en trabajar y arrancar la marcha”, recuer-

da Maria Eugènia Ibáñez, que cuando llegó a *El Periódico* en 1982 desde *Mundo Diario* la tuvo como responsable.

“Tenía las ideas claras y sabía de muchísimas cosas: moda, espectáculos, cine... Estaba enterada de todo y encima era la quintaesencia del trabajo”, retrata Rubio. Sin ir más lejos, su último artículo fue en este diario, el pasado martes, día 24: *Tal para cual*. “Demostró esa capacidad de trabajo hasta el último momento y su currículo lo demuestra: no se quedó apalancada; era inquieta por naturaleza”, certifica Ibáñez. Otra muestra: su participación en la primera Junta del Colegio de Periodistas de Cataluña (CPC), hija de la antigua Asociación de la Prensa, en una transición a la que Rivièrre no fue ajena. “Ahí se mostró como era también en lo profesional, rigurosa, insistente y combativa y asumiendo un feminismo bien entendido”, opina la actual decana del CPC, Neus Bonet.

Coinciden todas en que donde dejó más huella fue en el género de las entrevistas. “Rompió moldes, las sacó de un adocenamiento muy propio de la época y las convirtió en algo ágil, con preguntas incisivas”, resume Ibáñez; pero no al estilo de la mítica colega italiana Oriana Fallaci: “Para nada eran agresivas, pero llegaba al fondo”, cree Ibáñez. “Ofrecían siempre un conciso buen retrato

del entrevistado y eran aparentemente cordiales... Yo siempre le decía: ‘¿Pero cómo has conseguido que te diga eso?’, evoca Rubio.

La capacidad de empatía de Rivièrre ya es, desde ahora, leyenda. Y quizá explique su otra gran virtud: la discreción personal. “Nunca hablaba de su ascendencia social, no lo escondía pero tampoco alardeaba de ello; yo le decía en broma que era una desclasada; nunca se amparó en su procedencia de la alta burguesía catalana”, piensa Rubio.

Es más, lo pasaba fatal si el tema aparecía. De nuevo en el *Diario de Barcelona*: en los años setenta, el propietario José María Santacreu va presentando al nuevo director el consejo de redacción: “Antonio Franco, ilustre periodista; Enric Sopena, una gran pluma...” y cuando llega a mí, dice: ‘Margarita Rivièrre... de buena familia’. Me dio tanta vergüenza que estuve años callándolo, hasta que descubrí que no, que esto se había de explicar”, recordaba no hace mucho.

Nunca lució una joya. Bueno, una sí, una en la que Rubio e Ibáñez coinciden: una sonrisa desarmante. Una consecuencia de su cosmovisión, de esa primera estudiante de Filosofía que fue, como dijo hace apenas cinco días: “Sinceramente, la vida, sin ver las cosas positivas, no sé si vale mucho la pena”.



LLETRES OBIT

EFE



La periodista va formar part de l'equip fundacional d'El Periódico.

Mor la periodista Margarita Rivière

| BARCELONA | La periodista i assagista catalana Margarita Rivière va morir ahir als 70 anys a Barcelona a causa d'una malaltia pulmonar, va informar *El Periódico de Catalunya*, de l'equip fundacional del qual va formar part el 1978. Rivière (Barcelona, 1944) feia un any que lluitava contra la malaltia i dilluns passat ja no va poder assistir a la presentació del seu últim llibre, *Clave K*. La periodista catalana va treballar gairebé una dècada a l'esmentat mitjà, va ser responsa-

ble de la secció de Cultura i Espectacles i va dirigir el *Dominical* (1978-1981), i es va fer molt coneguda amb les entrevistes per a la contraportada que feia per a *La Vanguardia* durant els anys 90. També va ser col·laboradora d'*El País* i *El Correo*, a més va dirigir l'agència Efe a Catalunya entre els anys 1988 i 1992, i va liderar el projecte de la revista de llibres *Qué leer*. A més, també va ser membre de la primera junta del Col·legi de Periodistes de Catalunya.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Tragèdia aèria Centre mediàtic



EXPECTACIÓ
Periodistes de tot el món es van concentrar a casa dels pares de Lubitz. ROBERTO PFEIL / AFP

“Això és una plaga de periodistes, deixeu la gent en pau, sisplau”

Els veïns de Montabaur, el poble del copilot, reclamen respecte per passar el dol

Crònica

I.L.M.
ENVIAT ESPECIAL A MONTABOUR

Unfassbar. No hi ha cap dels 12.500 habitants de Montabaur que tinguin capacitat de parlar que no pronuncii aquesta paraula en cadascuna de les últimes converses. Unfassbar. Inconcebible. Perquè així és el que ha passat. Els ciutadans d'aquesta petita i benestant població entre Frankfurt i Colònia es fan creus que un d'ells hagués dut l'avió de Germanwings intencionadament a estavellar-se per provocar la mort de 149 persones.

Des de l'accident aeri la vida del poble ja no és la que era. A Montabaur estaven cofois de tenir una estació amb tren d'alta velocitat, un bon equip de futbol femení a Segona Divisió, un imminent projecte d'outlet de roba de moda o un bufó case antic dominat per un esplèndid castell dalt d'un turó. A Montabaur avui ningú no presumeix de res. Els carrers es buiden de persones i s'omplen de càmeres, micròfons i periodistes que escriuen notes en les seves llibretes. Un circ mediàtic trenca l'harmonia del

poble. I la pau precisament quan més falta fa: en temps de dol.

Els periodistes envaeixen literalment aquests dies Montabaur. Els hotels estan desbordats de capacitat. Pel carrer de l'ajuntament és fàcil veure en un tres i no res una desena de càmeres fotogràfiques, videogràfiques i micròfons. A un periodista de ràdio se li ha acudit, amb el braç aixecat, gravar fins i tot el so de les campanes que repiquen al poble. Sensacional. O sensacionalista. Aquests dies la frontera és molt prima.

“Això és una plaga de premsa, sisplau, deixeu la gent en pau. Això s'ha de pair. Ja prou llast és per a tothom”, deixa anar un home, tan cordialment com pot, davant les càmeres. Molts veïns opten per desviar el seu pas per no topa-se amb periodistes a la recerca i captura d'una declaració sucosa. Els reporters més matussers obren foc amb una primera pregunta temerària: “¿Coneixia Andreas Lubitz, el pilot?”

La desfilada de periodistes amunt i avall és contínua, però la majoria estan concentrats davant de la casa on Lubitz vivia amb els seus pares. Una casa unifamiliar, en un barri residencial, on no hi ha més moviment que veïns molestos per tanta presència mediàtica.

Circ
La vida dels 12.500 veïns de Montabaur ha quedat trasbalsada pel sinistre

Veïnatge
“Era un jove normal”, diu un jubilat dolgut pel tractament de la premsa

Una veïna surt amb el cotxe i demana a la policia que marqui més la ratlla als periodistes i els tregui d'allà, de la seva propietat. N'hi ha tants, que realment han acabat trepitjant les parcel·les privades del veïnatge. “Total per a què? ¿I durant el cap de setmana hauré de tornar? ¿De debò que fem bé?”, es pregunta autocrítica una periodista de televisió que necessita la imatge que validi que és realment allà, davant de la casa familiar de Lubitz, per molt que allà no hi passi ben bé res. Els pares del pilot acusat d'haver provocat l'accident de Germanwings no es deixen veure. L'únic que se sap és que van tornar a Alemanya ahir a la nit després d'haver volat dijous a la zona del sinistre en un vol diferent del dels familiars dels passatgers.

“No ho hem assimilat”

“Per què hi són els periodistes?”, es pregunta al centre del poble, en un moment que no el graven les càmeres, Martin Böttcher. És el responsable d'una botiga de telefonia i admet que tots els clients parlen aquests dies del mateix. “Unfassbar. Encara no ho hem assimilat. Però tampoc ens ajuda que hi hagi tanta premsa. En part ho entenem. Però tenim pànic als mitjans sensacionalistes. Han cri-

minalitzat un jove quan encara no se sap ben bé què ha passat. En tot cas és terrible i tots ens preguntem per què. Per què ha passat -assenyala, cada cop amb més ganes de desfogar-se-. És molt dur. Jo havia sigut company de classe de dos joves de la zona que van morir dimarts en l'accident”.

Fa fred. Uns cinc graus. Böttcher ha entrat a la botiga però al cap de poc ha de tornar a sortir. Uns periodistes russos i asiàtics li demanen permís per gravar-lo i preguntar-li: “Coneixia Andreas Lubitz?”

Un jubilat que circula pel carrer treu de sobte d'una bossa un exemplar del sensacionalista *Bild Zeitung*. La portada no pot ser més dura: ensenya una foto gegant de Lubitz corrent en una mitja maratón. El titular el tracta de “pilot boig” sense cap escrúpol. “Per a nosaltres era un jove normal. Tot això ens toca molt el cor. La gent està nerviosa, encara no ha paït el que ha passat”, assegura mentre es guarda un somriure: “Creuem els dits. D'aquí vuit dies viatja a Alacant amb Germanwings”.

També acaba somrient alleujada l'Alina, una noia de 19 anys que reconeix que necessita espolsar-se l'angúnia de les últimes notícies. “Molta gent aquí està en estat de xoc. Però jo recomano parlar del tema. Es pot veure com de buida està la ciutat. La gent està trista, perquè ha mort molta gent. Si el copilot tenia una malaltia mental, se la podia haver tractat. Jo mateixa estic malalta, sóc depressiva i vaig sovint al metge. I no per això agafó el cotxe amb els pares per estavellar-me”, conclou. La gent vol que els deixin passar el dol. Tot, absolutament tot a Montabaur és unfassbar. —



10 mujeres 10



Inés García Paine
BANKINTER

“A mi marido le da miedo que inventen móviles con implante mental”

Carmen Valera
BURSON MARSTELLER
ESPAÑA

“Nuestra labor se traduce en una mejora de los resultados financieros”

Nuria Vilanova
ATREVIA

“La comunicación de una compañía ha de implicar a todos sus empleados. Así se consigue el éxito”



Directoras de Comunicación

La imagen de la empresa en sus manos

Pendientes de un teléfono 24 horas al día: son las 'dircom'.

Una profesión crucial y con una función estratégica actualmente en las compañías, que ya no solo quieren dar a conocer resultados sino también sus valores. Cada vez más mujeres llegan a este puesto de gran responsabilidad.

Hemos reunido a 10 de las más importantes de nuestro país, que nos hablan de su trepidante día a día.

Por Isabel García-Zarza/ Fotos Pedro Walter



e

n ese mundo de las grandes corporaciones, donde con frecuencia el poder tiene su reflejo en metros cuadrados, número de ventanas, grosor de las alfombras y ausencia de ruidos, el despacho de Begoña Elices, directora general de Comunicación y gabinete de Presidencia de Repsol, no deja lugar a dudas. Se encuentra en la planta noble de la modernísima sede de la petrolera en el sur de Madrid. En ese piso VIP reina el silencio, el suelo está recubierto de moquetas blancas multidas y gigantescas puertas del mismo color se desplazan sin hacer ruido para abrir paso. Grande y luminoso, se encuentra junto al del presidente, Antonio Brufau, y cerca de la sala donde se reúne el consejo de dirección, del que ella forma parte (acompañada tan solo por otra mujer, Cristina Sanz Mendiola, directora general de Personas y Organización).

El gigante petrolero, actualmente con presencia en más de 50 países y una plantilla que supera los 30.000 empleados, siempre ha dado mucha importancia a la comunicación, asegura Begoña. «En cualquier empresa tiene una función clave, pero en esta, al ser una compañía cuyas actividades extractivas entrañan una tensión política, resulta absolutamente vital», añade, de tal importancia que el clima de opinión es un factor más que debe ser considerado, junto con los argumentos de los ingenieros, a la hora de emprender o no una nueva perforación o de seguir adelante con alguna ya en marcha. «La toma de decisiones en este sector es muy compleja, por eso se tiene también en cuenta la repercusión en la reputación a la hora de abordar nuevos proyectos», afirma Elices, casada y con un hijo.

Esto se vio claramente a raíz de la expropiación de YPF por parte del Gobierno argentino en 2012. Ese momento marcó un antes y un después en la forma en la que compañía valoraba la labor de la comunicación. «Nuestra función fue recordar permanentemente, en todos los foros internacionales, que nos habían confiscado algo nuestro y que nos debían dinero. Insistimos en que era Argentina quien tenía que compensarnos y logramos crear un clima de opinión favorable», recuerda Begoña. Debieron de hacerlo muy bien, porque el año pasado el Gobierno argentino accedió finalmente a otorgar a Repsol una indemnización de 4.500 millones de euros.

Antaño la comunicación se limitaba a gestionar las relaciones con los periodistas de los diferentes medios, a convocar ruedas de prensa y a enviar comunicados. Hoy en día, en un entorno globalizado, altamente competitivo, hiperconectado y donde hechos que ocurren en el otro extremo del globo pueden tener un impacto directo en una empresa, ha pasado de ser una labor meramente técnica a



María Echanove
MAPFRE

“Las redes sociales han marcado un antes y un después en nuestra tarea. Ahora convivimos todos permanentemente con la información”

adquirir un valor estratégico. «Es un elemento esencial para transmitir a la sociedad lo que hace diferente a tu compañía de las otras, y para dar a conocer sus valores», asegura María Echanove, directora de Comunicación del gigante asegurador Mapfre, líder en España, presente en 49 países y con actividad en más de cien.

El departamento que dirige Echanove se encarga de algo clave: la «defensa de la reputación» de esta aseguradora, que cuenta con más de 27 millones de clientes y 37.000 empleados en todo el mundo. Y esa labor puede tener un impacto directo en la cuenta de resultados: «La comunicación adecuada del objetivo de una empresa se traduce en una mejora de los resultados financieros superior al 17%», asegura Car-



Teresa García

ADECED Y KETCHUM ESPAÑA

“Una comunicación errónea, o negarse a darla, puede hundir una empresa, hacer desaparecer un producto o una institución”

Montserrat Tarrés
NOVARTIS

“Es un momento delicado para la gestión de la confianza. Por eso, ahora más que nunca nuestro valor está en alza”

María Umbert

MELIÁ HOTELS
INTERNATIONAL

“Damos forma al ‘storytelling’ de la compañía, velamos por sus intereses y potenciamos la reputación corporativa”

men Valera, presidenta desde hace nueve años de Burson-Marsteller España, una consultora internacional de Comunicación y Relaciones Públicas que pertenece a uno de los mayores grupos de este sector en el mundo.

En una época como la actual de profunda crisis, que ha hecho caer el consumo y ha generado una gran desconfianza en los ciudadanos y en los consumidores, la labor de estos equipos es más importante que nunca para lograr los objetivos de la compañía y hacer avanzar su estrategia de negocio. Así lo asegura Montserrat Tarrés, directora de Comunicación del Grupo Novartis España y desde hace pocos meses presidenta de Dircom, la asociación que reúne a estos profesionales en nuestro país. «Es una época delicada para

la gestión de la confianza. Por eso, ahora más que nunca el valor de la comunicación está en alza», afirma Tarrés, casada y con un hijo. Ella ha desarrollado toda su carrera en empresas farmacéuticas: empezó hace 20 años en Sandoz y desde 2000 trabaja para la multinacional Novartis, una de las mayores empresas de este sector del mundo.

Al igual que ocurre con otras profesiones, las mujeres ocupan cada vez más los puestos de dirección en los departamentos de Comunicación de todo tipo de empresas e instituciones. No hay cifras exactas de cuántas han logrado romper el techo de cristal que impide el ascenso femenino, pero para hacerse una idea sirve ese 48% de socias de la asociación →

**Begoña Elices**

REPSOL

**“Mi lema es pensar
en global pero actuar en
local. Nuestro personal
se convierte en los ojos
y la cara de la compañía
en cada país”**

Nieves Álvarez

DIA

**“Ponemos en valor a
la empresa y a sus
líderes. Creamos
marca, que es algo
vivo que hay que
alimentar si queremos
que permanezca en la
mente de todos”**



Dircom. El porcentaje de directivas en nuestro país apenas llega al 26%. La explicación a esta mayor presencia en el sector hay que buscarla en las palabras de Carmen Valera, de Burson Marsteller España, divorciada y sin hijos: «La empatía, la intuición, el perfeccionismo, saber escuchar y encontrar un punto de racionalidad dentro de la emoción son algunos de los parámetros fundamentales entre los que se mueve un buen *dircom* y se trata, sin duda, de habilidades con las que solemos identificarnos más nosotras».

Estos equipos se encargan, además, de crear marca. Es decir, de que la empresa sea conocida por los potenciales clientes o consumidores. «La marca es algo vivo, hay que alimentarla si queremos que permanezca en la mente de todos. Sin comunicación, no existe», afirma Nieves Álvarez, casada y con un hijo, y que desde 12 años es la directora de Relaciones Externas de DIA, el gigante español de la distribución que cuenta con una red de más de 4.000 tiendas (propias o en franquicia) en España, y otras 3.000 en Portugal, Brasil, Argentina, y China. En Dia, como en otras empresas que cotizan en Bolsa y que están obligadas a un ejercicio extra de transparencia, el equipo de comunicación se encarga también de

bajando como periodista en Antena 3 y Onda Cero.

María Umbert, directora de Comunicación corporativa del grupo Meliá Hotels International, recuerda, como ejemplo de caso en que no se supo aprovechar bien el potencial de la comunicación, la crisis desencadenada entre el Gobierno panameño y las empresas que realizaban la ampliación del Canal de Panamá. «Por ausencia de coordinación y de reacción no se valoraron las implicaciones para nuestra compañía y para la marca España. Panamá dominó los tiempos y los mensajes, y ganó la batalla de la opinión pública».

Las nuevas tecnologías y las redes sociales han cambiado radicalmente la forma de comunicar. «Existe un antes y un después», afirma María Echanove, idea en la que insiste Nuria Vilanova, casada y con tres hijos: «Se ha modificado la forma, pero también el fondo. Hoy en día tiene que ser más creativa, espontánea, menos jerárquica, rápida, de tú a tú y con mayor estrategia».

Un ejemplo de esta nueva forma de trabajar sería el blog de Bankinter, un portal de contenidos financieros que consultan periodistas y clientes. «Nos hemos convertido en un generador *elegante* de contenidos, es una nueva forma de llegar no

El porcentaje de directoras de Comunicación está por encima de la media de directivas en nuestro país: 48% (según cifras de la asociación Dircom) frente al 26%.

coordinar y elaborar la información que se proporciona periódicamente a los accionistas e inversores.

«Ayudamos a posicionar muy bien una empresa, un producto o una institución. Una comunicación errónea, o negarse a darla, puede hundir un negocio e incluso hacerlo desaparecer», afirma Teresa García, CEO de la agencia de Relaciones Públicas Ketchum y presidenta de ADECEC (Asociación de empresas consultoras en relaciones públicas y comunicación), que está casada y tiene dos hijos y dos nietos. Trabajan con algo intangible, etéreo, pero fundamental. «Nos referimos a la imagen de marca, al *know how*, a la reputación y la responsabilidad... Conceptos que suponen el 80% del valor de una compañía y que son, en definitiva, comunicación», asegura Felisa Martín, directora de Comunicación y Relaciones Institucionales de Enagás, la principal empresa de transporte de gas en España, que cuenta con 11.000 km de gasoductos en nuestro territorio y varias terminales de almacenamiento. «Una crisis es mi peor pesadilla. Por eso estamos preparados para gestionarlas si se producen. Contamos con protocolos de acción, mapas de riesgos, perspectivas... Los *dircom* nos hemos convertido en gestores de incertidumbres», afirma Felisa Martín (casada y con un hijo), que comenzó tra-

no solo a medios, sino a todo el público, gente a la que antes no accedías», cuenta Inés García Paine, directora de Comunicación Externa y Responsabilidad Corporativa de Bankinter. Y justamente esas nuevas tecnologías, sobre todo los imprescindibles *smartphones*, han hecho que esta sea una profesión sin horarios, que exige una dedicación prácticamente de 24 horas al día, 365 días al año. Son profesionales pegadas a sus teléfonos y tabletas. «A mi marido le da miedo que alguien invente móviles con formato de implante mental», comenta con humor Inés, que es madre de siete hijos. «Hace años podías recibir llamadas o *mails* en cualquier momento, pero si llegaban a una hora extraña sabías que, con una alta probabilidad, era una alerta o la semilla de una crisis. Ahora no. Actualmente, tienes un flujo de información constante a la que debes prestar atención de forma sistemática».

La situación se complica aún más cuando el negocio de la empresa se desarrolla en varios husos horarios, como ocurre en las grandes corporaciones. «Madrugamos con Asia Pacífico, seguimos con Oriente Próximo y Europa, y pasamos la tarde-noche pendientes de América», cuenta María Umbert, de Meliá, que está divorciada y tiene tres hijos.

Por eso, todas destacan la importancia de saber desconectar, →



Felisa Martín
 ENAGÁS

“Nos hemos convertido en gestores de incertidumbres. Lo que más tememos es una crisis en nuestra compañía”

Es una profesión que exige habilidades como la empatía, el perfeccionismo o la intuición, consideradas tradicionalmente femeninas.

de delegar y distinguir lo urgente de lo importante. «El gran reto es conseguir de verdad conciliar la vida personal y laboral para desarrollarte en ambos ámbitos, sin renunciar a nada», afirma María Echanove (casada y madre de dos hijas), de Mapfre. «He tenido la suerte de compaginar la maternidad y mi carrera profesional. Hacen falta esfuerzo, ganas y un marido que te apoye, condiciones que no es fácil que se den al mismo tiempo, pero que no son en absoluto utópicas», asegura Inés García Paine.

En la mayoría de las empresas estos equipos se encargan también de la comunicación interna, cuyo fin es informar a los trabajadores de los objetivos de la compañía y ponerles al día de su marcha. «Durante bastante tiempo fue una *asignatura maría*, pero nada más lejos de la realidad, muchas todavía la suspenden. Pero ha pasado a ser una de las prioridades, sobre todo en aquellas empresas que han atravesado situaciones difíciles. Sin comunicación no puede pedirse compromiso. Descuidarla es desperdiciar al mejor prescriptor de tu marca, tu empleado», afirma Carmen Valera, de Burson Marsteller. Y es que, como dice Nuria Vilanova, cuya consultora, Atravia –antes llamada Inforpress–, asesora a decenas de empresas en España y América Latina, se trata de «implicar a los empleados en el cambio para conseguir el éxito». Algo fundamental, especialmente en el caso de las multinacionales. «La comunicación es vital en el alineamiento de los equipos, para lograr su compromiso y motivación», afirma María Umbert, que tiene su oficina en Palma de Mallorca, en la sede del grupo Meliá, un gigante hotelero que cuenta con más de 38.000 empleados de 130 nacionalidades distintas y que gestiona casi 400 hoteles en 40 países.

Para desempeñar todas estas funciones los *dircom* y sus equipos tienen un arma: la credibilidad. «¿Esto implica decir siempre la verdad, toda la verdad y nada más que la verdad? No, pero sí no mentir nunca. Como dice Fito Cabrales en una de sus canciones: ‘No es porque digas la verdad. Es porque nunca me has mentido’. Ahí está el punto de equilibrio que te hace ganar o perder confianza. La relación con todos tus grupos de interés, y especialmente con los medios de comunicación, tiene que basarse en esta máxima absoluta», cuenta Inés García Paine. Y es que un buen *dircom* requiere una serie de cualidades: «Ha de ser una persona honesta, empática. Debe tener una visión global, así como la capacidad de dialogar de forma permanente en cualquier ámbito. Necesita saber escuchar y poseer dotes de dirección», asegura Teresa García, de ADECEC. ■



PLA
CE
RES

LIBROS

Margarita Rivière, periodismo y estilo

Pionera en distintos frentes –comunicación, moda y feminismo–, la escritora exhibe la sabiduría (y la estética) de una mujer que siempre ha defendido su independencia. Publica nuevo libro.

TEXTO — CARLES GÁMEZ FOTOS — PEP AVILA

Margarita Rivière lució en su boda un diseño del creador Andrés Andreu como ejercicio de esa modernidad barcelonesa que ha cultivado con inteligencia y discreción a lo largo de toda su vida. Casada con el periodista y crítico de cine Jorge de Cominges y madre de dos hijos, acaba de cumplir 70 años. «Creo que era la periodista y escritora Françoise Giroud quien decía que, una vez cumplida esta década, no había que dejarse fotografiar», ironiza. Pero Rivière nos deja retratarla, pacientemente, en su casa. La cita es por la mañana: «La tarde la reservo para escribir colaboraciones y compromisos», dice.

Estuvo en la primera fila del periodismo femenino que vivió los convulsos años del franquismo tardío y de la

Transición. Además, fue la primera mujer en dirigir Efe en Cataluña (de 1988 a 1992). En su trayectoria no han faltado temas prohibidos o considerados tabú en la época. «Hice un libro con el doctor Santiago Dexeus sobre métodos anticonceptivos cuando la anticoncepción era ilegal». Y vivió algunas polémicas. «Me sirvieron para curarme de un cierto tipo de feminismo», confiesa.

Pionera en el periodismo de moda, su estudio y comunicación ha vertebrado una parte de sus investigaciones, que resumió en el *Diccionario de la moda del siglo XX* (Random House). «Mi padre era publicista. Por eso, desde pequeña, me familiaricé con las revistas que llegaban a casa». Cumplidos los 20 se marchó a París: «Conseguí un *stage* en una empresa de diseño, donde coincidí con el futuro creador de Kenzo, y allí me curti realizando ilustraciones

La periodista, con un poncho de alpaca fina peruana, blusa de Ralph Lauren y un collar de semillas americanas que compró en Chicago. Como fondo, el cuadro *Polución televisiva* (1970), obra de Francesc Artigau.



Zapatillas marroquíes.



Margarita Rivière

Portada de *Clave K*, la primera novela de Rivière.





En París, donde se fue a vivir con 20 años, trabajó en una empresa de diseño en la que hacía ilustraciones.



Jarro azul de Venini (Venecia) y collar de plata y piedras egipcias.



Gusto por el color.

Su casa es muy vistosa. A la dcha., almohada UK de Zara Home.

de estilo». Al regresar a Barcelona, comenzó a colaborar con la revista *Marie Claire*. «Hoy en día las tendencias están en manos de las llamadas *celebrities*, y de la dictadura de la vestimenta hemos pasado a la dictadura del cuerpo, porque si no tienes unas medidas concretas, irremediablemente estás marginada de eso que llaman el canon», afirma. Y añade: «En la actualidad, la moda finalmente es libre pero, a cambio, la silueta se convierte en la prisionera».

Su primera novela. Ahora hace un intervalo en su trabajo ensayístico para publicar *Clave K* (Icaria), en la que cualquier parecido con la realidad, no es pura coincidencia. «Es una novela que estuvo congelada en los noventa por políticamente incorrecta, escrita en clave de *thriller* político y muy irónica», señala sin querer dar más pistas sobre la obra y su renacida actualidad, a juzgar por los últimos acontecimientos en la escena política catalana y española. «Sale de la necesidad de explicar realidades que no caben en un ensayo, que ha sido siempre el género de mis escritos».

En la librería de su casa hay una treintena de libros de distintas temáticas sobre los que ha ido reflexionando, ya sea la transformación de los medios de comunicación o cuestiones diversas sobre la mujer, como la reivindicación del placer femenino. «A mi generación, no hay que olvidarlo, la educaron diciendo que no había goce para las niñas». Ella, que sigue disfrutando de la vida a sus 70 años, continúa conservando el espíritu de la adolescente rebelde que leía a escondidas las novelas de Graham Greene.

Los primeros figurines

Rivièrre guarda los dibujos de moda que realizó entre 1967 y 1969.



Rebeca peruana y chaqueta china comprada en Nueva York. «Mi estilo es personal, fuera del tiempo. Me gusta la ropa que dura eternamente». Debajo, óleo y collage de Jordi Sabat.





reportatge

El proper 7 d'abril arriba a les llibreries la setena novel·la d'Umberto Eco, 'Número Zero'. L'autor d'"El nom de la rosa" es llança de ple sobre un tema que sempre l'ha apassionat i centra bona part dels seus assajos: el món de la informació

Umberto Eco: el periodisme i altres formes de mentir

ÁLVARO COLOMER

Umberto Eco és una biblioteca plena de seccions. Recorrent els seus passadissos es descobreixen exemplars de gairebé tots els gèneres literaris, alguns dels quals només estan a l'abast dels intel·lectuals, mentre que d'altres han estat creats per al comú dels lectors. Realment, aquest filòsof italià nascut a Alessandria (el Piemont) ja fa vuitanta-tres anys ha aixecat una obra que va des de l'assaig semiòtic fins a la novel·la erudita, i no hi ha cap ciutadà occidental interessat en la cultura que no hagi llegit com a mínim un dels seus títols, ja sigui la ficció històrico-policíaca *El nom de la rosa*, ja l'assaig sobre cultura popular *Apocalíptics i integrats*, ja els estudis acadèmics *Obra abierta* o *La estructura ausente*. De manera que hi ha un Umberto Eco per a cadascú de nosaltres i es pot afirmar sense por d'equivocar-nos que no hi ha a Europa cap intel·lectual tan complet com aquest home la barba del qual ja existia abans que naixés el hipster més veterà, les ulleres del qual ja adornaven el seu rostre abans que John Goodman lluis les seves a *El gran Lebowski* i el barret Fedora del qual ja guarnia el seu cap catedràtic abans que Indiana Jones fes oposicions a un càrrec a la Universitat de Barnett.

Ara Umberto Eco ens lliura la seva setena novel·la, *Número Zero*, en la qual uneix algunes de les temàtiques més recurrents en la se-

va narrativa, com són les teories conspiradores (*El pèndul de Foucault*), les mentides de la història (*Baudolino*) i les intrigues polítiques (*El cementiri de Praga*), afegint-los un altre dels seus objectes d'estudi més habituals: la comunicació de masses.

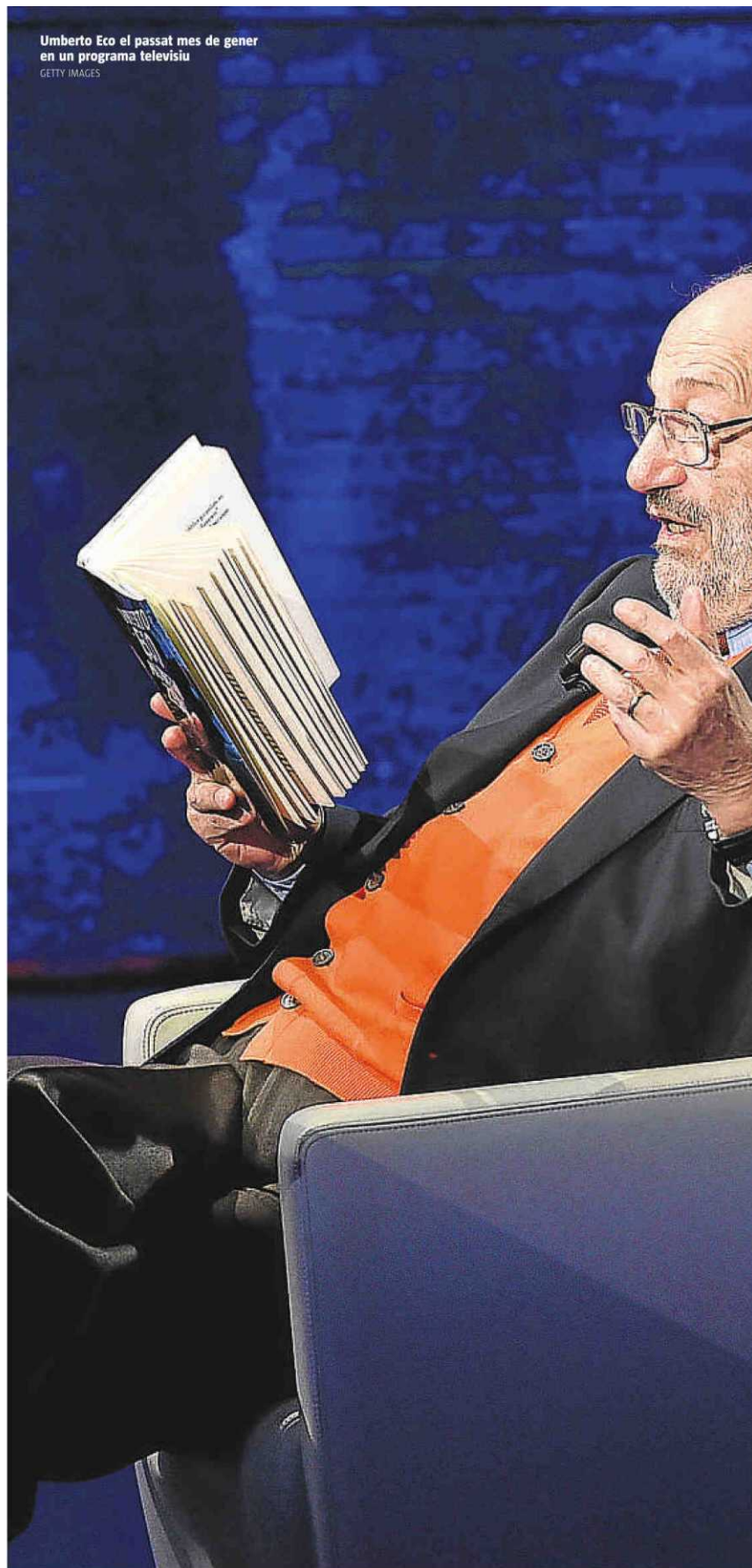
El llibre narra l'elaboració del número zero (així s'anomena l'exemplar de prova que es crea abans de llançar una publicació al mercat) d'un diari que un empresari italià vol treure als quioscos no tant per ampliar l'oferta informativa com per intimidar els seus ri-

Narra el llançament d'un diari que busca no pas informar, sinó desacreditar i influir en la política

vals, desacreditar els seus enemics i influir en la política. Així doncs, l'esmentat mitjà de comunicació neix directament afectat per l'estigma dels temps en què vivim, que no és cap altre que el de la manipulació informativa, i Umberto Eco aprofita aquesta circumstància per convertir el procés de creació d'aquest rotatiu en una sàtira que ridiculitza d'una manera demolidora la presunta honestetat del periodisme.

Tot i així, amb el que ningú no compta en aquest diari és amb l'aparició d'un redactor que, tot sem-

Umberto Eco el passat mes de gener en un programa televisiu
 GETTY IMAGES





Eco i l'ofici informatiu

La publicació de 'Número Zero' ha obert un debat sobre la manipulació informativa a Itàlia –i Occident– i alguns intel·lectuals han volgut dialogar amb Eco sobre el tema. Heus aquí alguns extractes de les con-

verses mantingudes pel filòsof amb Paolo Mieli (ex-director de 'La Stampa' i del 'Corriere della Sera') i amb Roberto Saviano en diversos mitjans de comunicació

El canvi de paradigma periodístic: "Als Estats Units, quan vivia John Fitzgerald Kennedy, mai no es va publicar que es ficava al llit amb Marilyn Monroe, i Richard Nixon va ser acusat per motius polítics, no per afers privats. El gir es va produir amb Bill Clinton, quan el president va ser acusat d'actes privats realitzats dins del seu despatx de la Casa Blanca".

La premsa italiana: "El problema és l'estat de la nostra informació. Agafes el diari al matí, fins i tot el més important, i et trobes tres o quatre pàgines de xafarderies sobre fets polítics del nostre país. En canvi, si agafes 'Le Monde', et trobes informació sobre el que succeeix a l'Àfrica o a Àsia, fins al punt que gairebé em pregunto: però per què em parlen d'aquestes coses i no de l'amant d'Hollande?".

El sensacionalisme en la premsa seriosa: "Abans ja existien les institucions de la maquinària del fang (mecanisme de manipulació mediàtica per desprestigiar l'enemic). Es tractava dels diaris especialitzats. Però era impensable una maquinària del fang posada en marxa per un gran diari".

blant un ximplet amb el cap ple de teories conspiradores, assegura tenir la notícia del segle: la demostració que Benito Mussolini no va ser ajusticiat pels partisans comunistes el 28 d'abril del 1945, sinó que va aconseguir refugiar-se al Vaticà, a l'Argentina o fins i tot en algun paradís habilitat per la CIA, deixant que fos un dels seus dobles qui morís afusellat a la vila de Giulino di Mezzegra.

Un gir inesperat

A mesura que avança la novel·la, Umberto Eco abandona la temàtica de la corrupció periodística per centrar-se en aquesta subtrama de caràcter històric, aconseguint desconcertar un lector que, havent-se enganxat a un argument, de cop i volta es veu immers en un altre. Aquest canvi de direcció no és, malgrat el que pugui semblar, un error estructural, ja que la segona part de *Número Zero* complementa la tesi que l'autor volia demostrar en la primera, això és: que vivim immersos en una enorme mentida.

Perquè, si aquell diari no aspirava a cap altra cosa que no fos la manipulació informativa, la investigació sobre la mort de Benito Mussolini afegeix més llenya al foc en demostrar la facilitat amb la qual també es poden alterar els fets històrics. Només cal plantejar un dubte raonable; igual que en el periodisme.

Número Zero està ambientada el

Com manipular el lector

'Número Zero' pot ser llegit com un manual de la perfecta manipulació periodística. Aquí donem alguns consells llançats pels protagonistes d'aquesta novel·la per alterar la informació.

■ **LES FONTS** Les fonts secretes no existeixen: "(...) no es diuen les fonts, però se suggereix que el diari té fonts reservades. (...) Després es recorre al bloc de notes del periodista. Aquest bloc no el veurà mai ningú, però la idea d'una transcripció de la conversa infon confiança en el periòdic, fa pensar que hi ha documents".

■ **INSINUACIÓ** La insinuació perjudica el rival: "Insinuar no significa dir res concret, serveix únicament per estendre una ombra de sospita sobre el replicat".

■ **DOSSIER** Fingir que es té informació intimida l'enemic: "A més la força d'un dossier és que no cal ni ensenyar-lo: només cal fer circular el rumor que existeix i que conté informacions –diguem-ne– interessants".

■ **CREAR OPINIÓ** "De notícies per donar en aquest món n'hi ha milers, però per què s'hauria de dir que hi ha hagut un accident a Bèrgam i ignorar que n'hi ha hagut un altre a Mesina?".

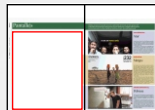
■ **LA CONCLUSIÓ** "Els diaris diuen mentides, els historiadors diuen mentides, avui la televisió diu mentides".

1992, una data cabdal per a la política italiana, ja que va ser l'any en què va esclatar l'escàndol Tangentopoli, un cas de corrupció que va esquitxar el partit socialista, que va destapar els tripijocs de la classe dirigent i que va provocar un profund debat entorn del funcionament de la premsa.

En ubicar la seva novel·la en aquest marc temporal, Umberto Eco posa data al canvi de paradigma en el periodisme italià, assenyalant amb el dit acusador el moment en què es va fer patent que l'honradesa dels mitjans de comunicació havia estat substituïda pels interessos particulars.

A partir d'aquell moment, no hi ha lector de premsa escrita, oient de ràdio o espectador de televisió que no s'enfronti a una notícia sense prendre com a premissa el comentari llançat per un dels personatges d'aquesta novel·la: "Les sospites mai no són exagerades. Sospitar, sospitar, només d'aquesta manera es troba la veritat". Perquè, potser no fem nosaltres el mateix quan, en fixar-nos en una mateixa informació publicada en diferents mitjans de comunicació, descobrim que les conclusions obtingudes pels diferents periodistes són absolutament diferents? |

Umberto Eco
Número Zero / *Número Cero*
 ROSA DELS VENTS / LUMEN, TRADUCCIÓ AL CATALÀ D'ANNA CASASSAS FIGUERAS I AL CASTELLÀ D'HELENA LOZANO MIRALLAS. 217 / 218 PÀGINES. 20,90 EUROS



Narrar la transformació social

MORROSKO VILA-SAN-JUAN

Ja fa temps que el documental s'ha consolidat com una eina molt potent no només per narrar, sino també per incidir en la transformació social. És un gènere que no para de créixer, expandir-se i hibridar-se, sobretot amb internet i les seves infinites possibilitats narratives. Han nascut així nous conceptes com webdoc, documental expandit, interactiu o multimèdia.

Són formats que arriben per quedar-se, dels quals ningú no en dubta i que ja

han demostrat la seva eficàcia per apel·lar a les emocions, mobilitzar al voltant d'una causa i empoderar el ciutadà. "Ara tenim la capacitat d'impulsar temes, de contaminar les agendes dels grans mitjans", diu Gabriel Pecot, fotoperiodista que està al darrere d'alguns dels webdocs més vistos i comentats recentment, com *1 de cada 5, No job land o Los que se quedan*. "Podem parlar d'una narrativa, d'un periodisme global, de la capacitat, avui més que mai, de traslladar el lector al lloc dels fets, d'oferir-li

una experiència vivencial i un contingut més comprensiu amb la realitat", assegura Xavier Mas de Xaxàs, periodista d'aquest diari per al qual ha realitzat el reportatge multimèdia *El tren fantasma de Àfrica*, amb el realitzador Poldo Pomés.

InterDocsBarcelona, secció interactiva del consolidat festival DocsBarcelona, és un dels punts de trobada i observatori de referència de l'univers webdoc. Se celebrarà del 25 al 31 de maig i se centrarà en treballs sobre la transformació i el canvi social. Per Arnau Gifreu, el seu principal responsable i expert en el tema, el més important a l'hora d'enfrontar-se a un treball d'aquest tipus és el canvi de mentalitat. "Venim de 110 anys de consum lineal, per als nadius digitals la manera d'estructurar la narració és una altra..." assegura. La recepta de traslladar un contingut documental a interactiu no funciona. Ara la interacció i la navegació són part del relat. | <http://www.docsbarcelona.com>

Intermón Oxfam

Conflictes

Moltes organitzacions i plataformes estan començant a prioritzar continguts periodístics sobre propostes de comunicació més corporatives per donar a conèixer el seu missatge. "Ja no es tracta de comunicar el que s'està fent, sinó de donar a conèixer els motius reals pels quals s'està actuant en determinats conflictes", ens explica Pablo Tosco, fotoperiodista i comunicador d'Intermón Oxfam, per a qui aquests nous formats "et permeten fer una radiografia completa, gràcies a la interacció de dades, text, fotos i vídeo".

Pablo intenta construir nous relats a través de l'observació i la vivència per poder transmetre la complexitat de problemes estructurals. "Tu salvas vides" és la nova plataforma en què donen visibilitat a realitats tan difícils d'explicar com les de Síria, el Sudan del Sud o la República Centreafricana. www.tusalvasvidas.org



El tren fantasma de Àfrica

Diferències

El tren fantasma de Àfrica és un especial multimèdia que ha comptat amb suport de *La Vanguardia* i parla del dilema del progrés i les diferències entre països industrialitzats i endarrerits, i la violència que generen aquestes tensions, a través de les inversions xineses a l'Àfrica.

És una obra del periodista Xavier Mas de Xaxàs i el realitzador Poldo Pomés, amb finançament de la Fundació Bill & Melinda Gates. "El reportatge multimèdia és el futur necessari del periodisme", afirma Xavier, per a qui la viabilitat dels mitjans passa per oferir continguts de qualitat i profunditat a l'usuari. reportajes.lavanguardia.com





Webdoc, documental expandit, interactiu o multimèdia són formats que han aparegut amb la hibridació del documental i amb internet. Diverses institucions i oenagés utilitzen aquesta nova forma de narrar i arribar al públic per incidir en el canvi i la transformació social


www.nojobland.com

Atur

Gabriel Pecot, Olmo Calvo i Eva Filgueira, periodistes independents, fa un parell d'anys van decidir que calia explicar la realitat de l'atur i la indefensió de moltes famílies sense recursos durant els pitjors moments de la crisi.

El resultat és una de les peces multimèdia més vistes darrerament, premiada i ressenyada en mitjans com *The Telegraph*. "He crescut pensant en l'audiència d'internet", diu Pecot, "la narrativa, el ritme i els terminis de producció són diferents... Encara que la necessitat d'atrapar l'espectador és la mateixa que en un documental lineal".

EXODOS

Grandes movimientos de población del siglo XXI y sus protagonistas: el refugiado, el desplazado y el migrante.

Agus Hinojosa / Anna Surinyach / Berta Zubizarreta



ENYES IDE

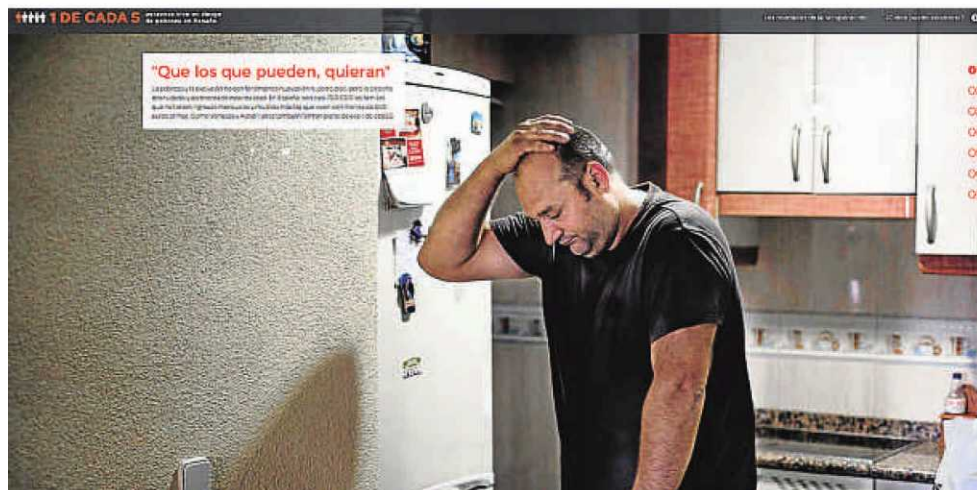
EN EL MUNDO HAY
232
 MILLONES DE
 MIGRANTES

exodus.msf.org

Metges

Lali Cambra i Anna Surinyach, periodista i realitzadora de Metges Sense Fronteres, estan al darrere dels dos primers webdocs que ha dut a terme l'organització: *Atrapats al Marroc* i *Exodos*. Totes dues tenen clar que aquest format els permet explicar històries amb més profunditat. És una manera de donar veu a les poblacions afectades perquè siguin elles mateixes les que expliquin directament el problema. També és la manera més atractiva d'oferir contextos geogràfics, històrics i visualització de dades.

En la realització de cada webdoc han intervingut almenys quatre persones: periodista, realitzador, programador i dissenyador gràfic. La idea és que la interactivitat sigui cada cop més gran i que la manera de navegar aportí contingut. "Tots estem buscant nous espais i maneres de comunicar que siguin autèntiques", conclou la Lali.


1deca5.ayudaenaccion.org

Pobresa

Els autors de *No job land* tornen a retratar la pobresa a Espanya, ara amb la producció d'Ajuda en acció i la col·laboració d'eldiario.es, que també ha publicat l'impactant multimèdia *Las muertes de Ceuta*.

Gabriel Pecot i Celia Hernández parteixen de tres històries narrades en primera persona. 1 de cada 5 són les persones que viuen en risc de pobresa i exclusió social al nostre país. "Quan no hi ha mitjans cal refugiar-se en el guió", assegura Pecot. El guió és un dels punts forts d'aquest treball, a més de l'aliança entre Ajuda en Acció i el diari, que li ha donat visibilitat.



DÍGITS I ANDRÒMINES

ALBERT CUESTA

TWITTER: @ALBERTCUESTA

La xarxa social s'orienta cap als xats de mòbil, incorporant a Messenger trucades de veu, transferències de diners i descàrrega d'aplicacions

Facebook vol ser tot el teu internet

Marcant paquet. Així va inaugurar Mark Zuckerberg dimecres la convenció anual de Facebook per a desenvolupadors d'aplicacions, amb una diapositiva que mostrava les icones de la seva família de serveis i les audiències respectives: 1.400 milions d'usuaris mensuals de Facebook, la matriarca del clan; 700 milions de Facebook Groups; 700 milions de WhatsApp; 300 milions d'Instagram, i 600 milions de Messenger. Aquesta última és la protagonista de la nova estratègia de l'empresa, que treu pes al tradicional mur de la xarxa social per pivotar cap a la missatgeria mòbil com a centre de l'activitat digital dels internautes.

Que Messenger ja tinguí 600 milions d'usuaris mensuals és tot un èxit: fa només un any, la funció de xat de Facebook estava integrada en l'aplicació principal, fins que a l'abril l'empresa va sorprendre els usuaris obligant-los a descarregar una nova aplicació separada si volien seguir xerrant amb els seus amics. Ara s'entén millor aquella mesura: Facebook vol seguir amb el seu xat les passes dels grans serveis asiàtics, com Line i WeChat, on els usuaris no només es comuniquen, sinó que també juguen, compren productes físics i virtuals i fan transferències de diners. Des d'aquesta setmana, el Messenger de Facebook és una plataforma que permet descarregar i instal·lar aplicacions complementàries creades per tercers. Aquesta setmana n'ha presentat més de 40: la majoria serveixen per adornar els missatges amb animacions, efectes especials o memes creats sobre la marxa amb la càmera del tel·lèfon, però també n'hi ha per enviar la previsió meteorològica o el marcador del partit que estem comentant.



En tots els casos, quan un amic t'envia algun element creat amb una d'aquestes aplicacions, també reps un enllaç per descarregar-la si encara no la tens. Amb aquesta evolució, Facebook aspira a combatre el domini aclaparador que Google i Apple exerceixen sobre el mercat de les aplis.

Aquesta aposta per Messenger com a plataforma principal té una altra pota encara més poderosa: la possibilitat de xatejar amb empreses. Des d'ara, les empreses poden integrar la missatgeria en les seves webs i aplicacions de mòbil: les botigues en línia poden canalitzar via Messenger totes les interaccions amb els compradors, des de la confirmació de les comandes, el seguiment i la notificació d'enviament del producte fins a la gestió dels canvis i altres incidències, que queden agrupades en una mateixa conversa del xat en comptes de quedar disperses en diversos missatges de correu elec-

01. Mark Zuckerberg a la conferència F8.
02. Les botigues es poden comunicar amb els clients per Messenger.
03. Des d'una conversa es permet iniciar una descàrrega d'apli.

trònic com passa ara. Segons l'empresa, a aquesta funció també s'hi apuntaran plataformes d'atenció al client com Zendesk, que fan servir moltes empreses d'internet per gestionar consultes tècniques.

Facebook insisteix així en el vell objectiu de fer irrellevant el correu electrònic. En la mateixa línia, altres funcions de Messenger afavoreixen que l'internauta faci les màximes operacions sense sortir-ne. Fa uns mesos que es poden fer trucades de veu i de vídeo i des de la setmana passada es poden transferir diners entre amics, sempre que hagin donat d'alta a la xarxa social el número de la seva targeta. Altres serveis de missatgeria també ho ofereixen, però via serveis externs; Facebook, en canvi, té una infraestructura pròpia de transaccions financeres, que segons els seus responsables és tan segura com la d'un banc. David Marcus, el director de Facebook Messenger, en deu saber alguna cosa: abans havia sigut president de PayPal, la filial de pagaments digitals d'eBay.

Altres novetats presentades per Facebook aquesta setmana també van en la direcció de retenir l'usuari, sigui de manera directa o indirecta. Per exemple, des d'ara ja no cal pujar un vídeo a YouTube per posar-lo en una pàgina web, perquè el nou reproductor de vídeos de Facebook ja es pot incrustar. I els mitjans de comunicació que ho vulguin, des de diaris fins a blogs, poden configurar la funció de comentaris de manera que mostri els que els lectors hagin fet a

Facebook. En aquest àmbit, també vol exercir de quiosc: Zuckerberg va anunciar aliances amb mitjans com el Huffington Post per mostrar les seves notícies dins de Facebook. Es tracta de comerciar amb la nostra atenció: les versions digitals de les grans marques informatives tradicionals reben menys d'un 20% del trànsit de xarxes socials, però també cal tenir en compte que un diari digital compta la permanència mensual dels lectors en minuts, mentre que Facebook ho fa en hores.

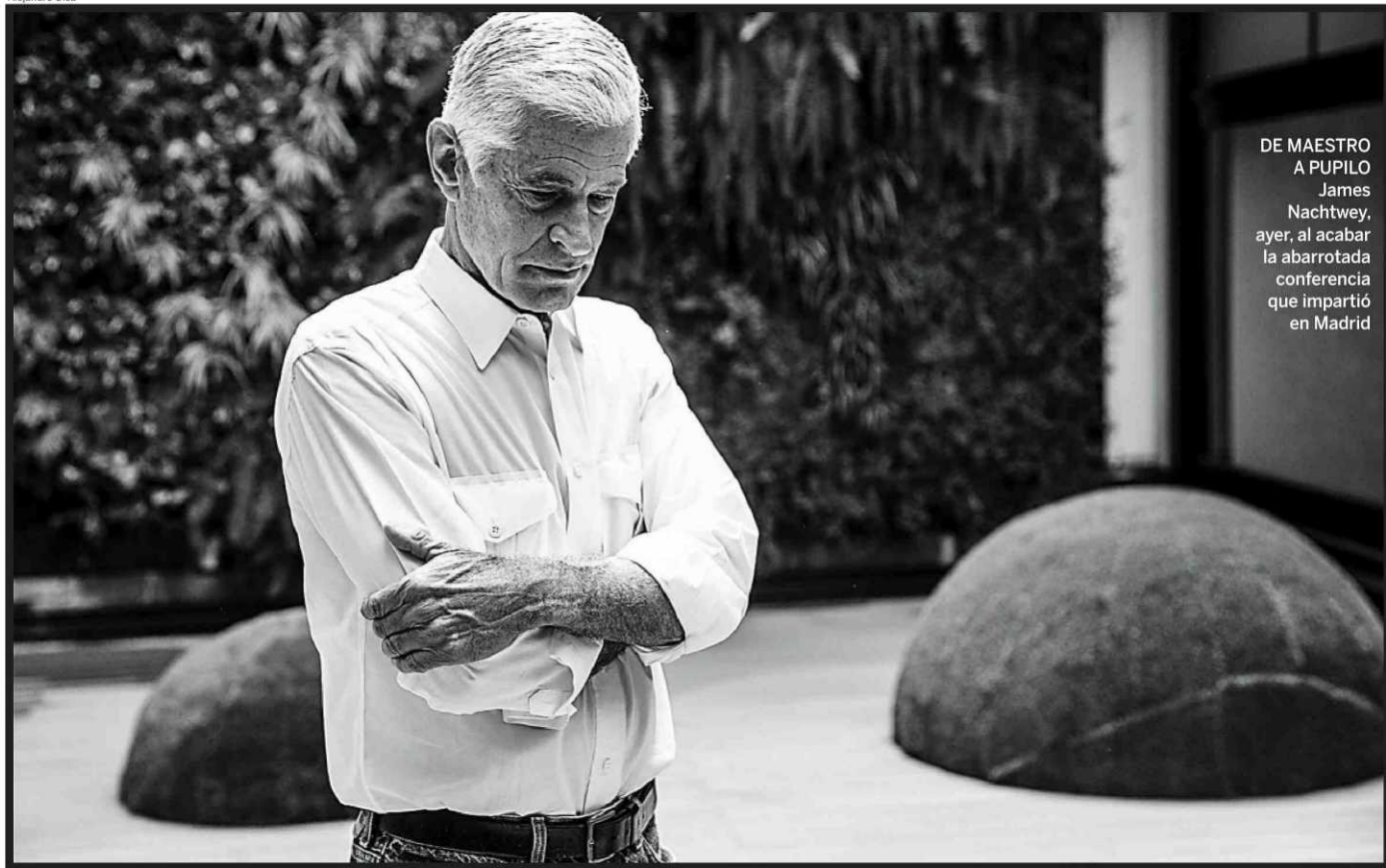
Els directius de Facebook també han explicat que es podran publicar fàcilment vídeos de 360 graus, i es donarà sentit així a la compra de l'empresa Oculus VR de realitat virtual. Però l'autèntica mesura de les ambicions de Zuckerberg la donen les eines que posarà a disposició dels desenvolupadors per connectar a la xarxa social els objectes de l'internet de les coses, que faran encara més grossa la muntanya de dades que l'empresa acumula sobre cada usuari. I no oblidem que té a punt el desplegament dels primers *drones* gegants –amb l'envergadura d'un 737, poca broma–, que, alimentats amb energia solar, proporcionaran connectivitat de xarxa a les zones encara desconectades del nostre planeta. Facebook vol ser un immens jardí tancat on trobem tot l'internet que vulguem consumir.

Llegiu l'article amb enllaços





Alejandro Olea



DE MAESTRO
A PUPILO
James
Nachtwey,
ayer, al acabar
la abarrotada
conferencia
que impartió
en Madrid

Nachtwey: «Ojalá no hubiera hecho ninguna de esas fotos»

Alejandro Olea- Madrid

Todos los fotógrafos viven dos guerras: la que fotografían y la que llevan en su conciencia. Son los demonios de un oficio que quedan fijados a la retina igual que las imágenes se adhieren al papel durante el revelado. «Ojalá no hubiera hecho ninguna de esas fotos», asegura James Nachtwey, que lleva media vida pagando el peaje por contar lo que sucede en el mundo. Y añade con pesadumbre una frase de Robert Capa, aquel pionero del fotoperiodismo que también conoció muy pronto las devastaciones personales que dejan los conflictos bélicos: «El mayor deseo de cualquier fotógrafo de guerra es quedarse sin trabajo.»

Nachtwey, ciudadano de Nueva York, licenciado en Historia Arte, es considerado como uno de los mejores reporteros gráficos de la historia, y no sólo de las últimas décadas. Uno de esos clásicos cuyos méritos todavía se pueden conjugar en presente y no en pasado. Ha conocido lo mejor y lo

**El mejor
fotoperiodista de
guerra del mundo,
un maestro que lo ha
visto y retratado casi
todo, reflexionó en
Madrid sobre
su trabajo antes
de visitar el Museo
del Prado**

peor que da la naturaleza humana. Ha estado en los conflictos que asolan países enteros, en las hambrunas que han despoblado áreas completas de África y en docenas de desastres que ha cubierto, jugándose la vida, como sucedió durante el 11-S, cuando casi muere aplastado por una de las Torres Gemelas o en Irak cuando la explosión de una granada le hirió gravemente mientras iba empotrado en un vehículo con tropas norteamericanas. Gajes del oficio.

Fe en el hombre

Pero su mayor éxito no son los premios que ha recibido (decenas, entre ellos, dos World Press Photo) ni las portadas publicadas (todas memorables, algunas forman parte de la historia del fotoperiodismo), sino porque después de todo lo que ha presenciado, cuando aún lo tienes enfrente ves que no ha perdido un ápice de humanidad ni de fe en el hombre. No ha dejado atrás la esperanza como le sucede a los héroes del «horror» de Joseph Conrad. «Todo lo que tenemos es eso: a unos y a otros. No podemos renunciar a

ellos. A nosotros. Este es nuestro mundo. Si hubiera renunciado a las personas que fotografío y perdido la esperanza, ¿por qué iba a retratarlas?». Vital, optimista, llegó a sujetar una cámara empujado por la necesidad de contar qué pasaba en la actualidad y cambiar las injusticias. Y, después de tantos años, todavía sigue creyendo que el trabajo puede ayudar a las personas y que, al contrario de lo que anuncian los pesimistas, aún se puede enderezar el rumbo de la historia y tomar la dirección correcta. Y no es una utopía. Ya lo consiguió en Darfur, cuando las imágenes que captó y publicó la revista «Time» provocaron una ola de indignación en el planeta y desencadenaron quejas y movilizaciones que acabaron salvando a más de 1.5 millones de personas. «Creo que la sociedad no puede funcionar correctamente sin conocer las historias que contamos», dice.

Nachtwey, que, tras recibir en la Universidad de Navarra el XIII Premio Luka Brajnovic de Comunicación, hizo ayer una breve parada en Madrid para mantener un encuentro con periodistas, fotógrafos y



entusiastas de su labor. En una conferencia, conducida por el fotoperiodista español Gervasio Sánchez, que llenó la sala, y con las luces oportunamente apagadas, repasó su trayectoria foto a foto, desde sus inicios en las contiendas y enfrentamientos que sacudían Centroamérica pasando por el Líbano, Somalia, Bosnia, Ruanda, Zaire, Chechenia y Kosovo. Del color de las selvas de Nicaragua al blanco y negro de las arenas de Darfur.

Nunca más

Y lo ha hecho de una manera inusual, rehuyendo los tópicos, dejando de lado los detalles técnicos de exposición, encuadres o los socorridos trucos para aprendices. Solo estaba él, la imagen que un proyector dejaba en una pantalla, y su voz grave, lenta, entreteniéndose en el relato hipnótico de esas narraciones de barbarie que ha presenciado a lo largo de su trayectoria. «Que estos hechos no sean olvidados ni repetidos jamás».

Para Gervasio Sánchez, Nachtwey es un

faro que ilumina a sus compañeros, a los colegas con los que coincide en la primera línea de las noticias pero, también, que inspira a los que empiezan y a muchos de los que ayer acudieron a verle y escucharle. Él representa, hoy en día, cuando se dañan de mil maneras los muros de la integridad y la moral, los valores más sagrados del periodismo, no solo el fotoperiodismo. Nachtwey encarna la denuncia como misión y el respeto al indefenso y al oprimido como arma para agitar las dormidas miradas de hoy. Mientras pasa sus imágenes, una a una, las caras de aquellos que acudieron ayer al auditorio reflejan mil preguntas, que, muchas veces, son más bien pensamientos admirativos: «¿Cómo lo ha conseguido?». Acercarse a una persona que presenta amputaciones por la explosión de una mina o a un hombre reducido a las láminas de su esqueleto por la falta de alimento, no es una

PARA EL FOTÓGRAFO,
Goya ha sido no sólo un referente, sino el motivo por el que se eligió su profesión

lección que se enseñe en un taller de fotografía: «Con respeto, siempre tienes que tener respeto. E ir despacio, que ellos sepan que estás allí, porque la única manera de hacerlo es si la gente a la que estas fotografiando quiere que estés con ellos».

En cuanto a la mente que un periodista debe tener para ver lo que él ha visto y saber digerirlo, sentencia con sencillez: «Nadie puede estar preparado para algo así».

—¿Qué le ha resultado más difícil cubrir: las hambrunas o las contiendas armadas?

—Es imposible de decidir, porque no se refiere a mí; este trabajo es sobre la gente que estoy fotografiando. La forma en que cada uno de ellos lo sufre.

—¿Y lo más importante de fotografiar en una guerra?

—Descubrir la verdad. Intentar ser sincero y honesto. Transmitir la lucha y el dolor de las personas.

Nachtwey acudió ayer a Madrid, pero con una intención: visitar el Museo de El Prado. Hace años, cuando terminó la carrera, decidió dedicar su vida a retratar los horrores de la humanidad delante de unos grabados «brutalmente honestos»: «Los desastres de la guerra». «Goya me puso en el camino», reconoce sin duda. En el pintor encontró una vocación y, también, una premisa que nunca ha olvidado: pese al mensaje de dolor y realidad que intenta transmitir un lienzo o una fotografía no se debe prescindir de la belleza, porque en el fondo, la belleza no es más que otro vehículo que emplea la verdad para llegar a las personas. Sus fotos comparten similitudes con la pintura que él mismo ha admirado desde su juventud (por algo es historiador de arte). Y un ejemplo es el cuerpo de aquel hombre quemado en una carretera y que a Nachtwey siempre le ha recordado a una pintura rupestre, quizá porque el arte, como la crueldad, lamentablemente han caminado juntos desde los albores de la humanidad.



Carlos Herrera cambia de onda, pero deja en el aire su destino

► El periodista se despide de Onda Cero, con la COPE y una oferta fuera de España en el horizonte

M. A./F. M.
MADRID

Ayer se cumplían quince años del día que Carlos Herrera abrió un paquete bomba. Lo abrió y no estalló. «Yo volví a nacer y de alguna manera todos volvemos a nacer todos los días. La radio es una manera de volver a nacer, una y otra vez», declaró el periodista, que se despidió de sus oyentes de «Herrera en la onda» en Onda Cero. El pasado martes, ya los había emplazado a conocer de primera mano su futuro profesional, ante «las cosas que se están diciendo y publicando», algunas «fantasías animadas de ayer y hoy».

Herrera confirmó lo que ya se sabía, que termina su contrato con Onda Cero y que pondrá punto y final a su etapa en esta emisora, después de «15 años vividos, satisfactorios, inolvidables, tanto en el plano profesional como personal». «En esta casa se me ofreció continuar», confirmó también. «Lo estudié y sopesé todas las cosas», pero «tras muchas meditaciones, pensé que había concluido un ciclo».

El mismo se formuló «la pregunta del millón: ¿Y usted qué va hacer?».



Carlos Herrera

VANESSA GÓMEZ

«Les doy mi palabra que no lo sé», se respondió. «Sé que cambio el ciclo. Y tengo algunas posibilidades y alternativas dentro y fuera de España que ahora debo estudiar con serenidad», añadió. Y ante los rumores de que la COPE le ha formulado una oferta de ocho millones de euros, sugirió con su habitual ironía a quienes lo quieran contratar: «Lean lo que se ha publicado en los medios y se apliquen a esas cifras, por favor».

Y después de agradecer a sus oyentes y a sus jefes el trato recibido, cerró la puerta a quince años en la emisora:

«Somos tan jóvenes, que aún no nos ha nacido la sombra. Buenos días», se despidió el sevillano, que cierra un ciclo sin desvelar su futuro.

Alsina y Lucas, sus sustitutos

El propio Herrera avanzó también que Carlos Alsina y Juan Ramón Lucas serán sus sustitutos en Onda Cero, donde tomarán las riendas de las mañanas después de Semana Santa. Alsina se hará cargo de la franja de 6.00 a 10.00 horas y Lucas cogerá el testigo hasta las 12.30, a partir del 8 de abril, en el programa «Más de uno».

Onda Cero confirmaba ayer en un comunicado que apuesta por «el talento interno» con la elección de Carlos Alsina y con la recuperación de Juan Ramón Lucas, «una de las personalidades más destacadas del periodismo audiovisual».

En la primera franja, Alsina se hará cargo de la información en directo, las grandes entrevistas políticas y el análisis. Lucas recogerá el testigo para acercar la actualidad a los oyentes de una forma más desenfadada. «Es mi mayor desafío radiofónico de los últimos tiempos», dijo el primero, «mantener la tradición de los grandes programas matinales y recibir el micrófono de manos de un grande de nuestro oficio, Carlos Herrera». Juan Ramón Lucas confesó que había «echado mucho de menos el micrófono, el calor de la audiencia y esa dulce responsabilidad de compartir historias y emociones con los oyentes».

Jesús Cintora, apartado de «Las mañanas de Cuatro»



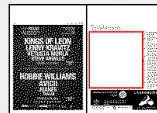
El presentador de «Las mañanas de Cuatro», Jesús Cintora, fue destituido ayer del espacio, que conducirá Javier Ruiz. Mediaset justificó el cambio y afirmó que pretenden «informar y no formar», con «pluralismo» y «presentadores objetivos». Se sugería así que Cintora, del que también se conocían problemas con su equipo, no cumplía esta premisa, aunque el periodista acometerá otros proyectos en el grupo.

El minuto de gloria



Eurocopa en juego (La 1)

La selección española siempre es un valor seguro para TVE. Ayer, ante Ucrania y en Sevilla, el genio Iniesta, la calidad técnica de Isco y el gol de Morata desataron de nuevo la pasión por los hombres de Del Bosque.



Mediaset destituye a Jesús Cintora

El grupo decide, de forma fulminante, que abandone «Las mañanas de Cuatro»

C. García

MADRID- Nada hacía prever que Mediaset prescindiese de uno de sus rostros más reconocibles, Jesús Cintora, para presentar «Las mañanas de Cuatro», uno de los programas que más han hecho por crear marca en la cadena. Ayer ya fue sustituido por Javier Ruiz, que siempre ha relevado a Cintora cuando éste estaba de vacaciones. El grupo publicó en Twitter un comunicado a las tres y media de la tarde en el que explicaba el por qué de esta decisión. Según Mediaset, su línea editorial «es coherente en toda su programación y tiene el claro objetivo de informar, que no formar, a los espectadores a través de un pluralismo con el que dar voz a absolutamente todas las opiniones políticas y con unos presentadores que traten la información de manera objetiva». Su compromiso con la audiencia, continúa, «nos hace responsables de acometer algunos cambios para la tertulia matinal de Cuatro». Cintora no abandonará Mediaset, puesto que, según el comunicado: «Contaremos con él para nuevos proyectos». Con contrato de cadena, por ahora, no se sabe si éstos serán en Telecinco o en Cuatro, como también se ignora si se incorporará a los servicios informativos o a algún programa en la franja de tarde. Su futuro por ahora es una incógnita.

LA RAZÓN se quiso poner ayer en contacto con el periodista para

que explicase su versión sobre los motivos por los que se prescindía de sus servicios para «Las mañanas de Cuatro». Sin embargo, estuvo todo el día ilocalizable. Tampoco se pronunció a través de su cuenta de Twitter, en la que tiene más de 98.000 seguidores. Su último «tuit», publicado el 26 de marzo, era #26MStopMordazas, como si anticipase lo que le iba a ocurrir o ya se lo hubiesen comunicado. En la web periodistadigital se comentaba que una de las posibles razones sobre la destitución eran sus permanentes desencuentros con parte de su equipo.

Una buena cuota de pantalla

El último día que presentó «Las mañanas de Cuatro», el pasado jueves, el programa tuvo un 12,8 por ciento de cuota de pantalla y 822.000 espectadores. En la temporada 2013/14 tuvo una media de un 8,1 por ciento de «share» y casi medio millón de televidentes.

El espacio comenzó su emisión en 2006 con Concha García Campoy como presentadora. La periodista estuvo presente las cinco primeras temporadas y en 2010 fue sustituida por Marta Fernández. Cintora se incorporó en 2013 para dar un nuevo rumbo al programa, en el que se priorizarían las conexiones en directo con los distintos puntos de actualidad diarios. También se buscaba un perfil más político e informativo. Ese mismo año se hizo cargo



Jesús Cintora en el plató de «Las mañanas de Cuatro»

Su marcha, «trending topic»

En cuanto se conoció la noticia, las redes sociales, y especialmente Twitter, ardieron en menciones y comentarios sobre el presentador. Se convirtió en «trending topic» en el momento en el que se anunció y se mantuvo entre los temas más comentados del día. Los internautas mandaron, en su mayoría, mensajes de apoyo al presentador.

de «The Wall», un magacín informativo de Cuatro que fue cancelado después de tres entregas. La cadena informó que le daba un descanso hasta después de Navidades pero no volvió a la programación.

Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad de Navarra, su trayectoria se ha desarrollado en la cadena SER. Entre 2002 y 2006 fue el coordinador de la parte informativa de «Hoy por hoy». Posteriormente dirigió «Hora 14» y «Hora 25 fin de semana», hasta marzo de 2011. Ese mismo año fue despedido por la cadena en una nueva reestructuración de los servicios informativos de la cadena.



FOTOGRAFÍA EL HEREDERO DE ROBERT CAPA

«LO PEOR ES QUE ME APROVECHO DE LA DESGRACIA AJENA»

El mítico fotoreportero estadounidense James Nachtwey repasa su trayectoria y el oficio en su visita a Madrid

ANTONIO LUCAS MADRID James Nachtwey va con camisa impecable, blanca, y el pelo a juego. Camina lento, que es el sondeo de los elegantes. Y con esa misma tracción demorada va deshilando su vida según explica algunas de las fotografías que ha tomado en los últimos albañales, infiernos y cloacas en los que el mundo se malogra. Comenzó en la Guerra de Vietnam y aún sigue con la cámara colgada a un hombro buscando a los invisibles, a los que están al vaivén de lo que dos tiranos aceptan, de lo que las democracias olvidan, de lo que los poderosos provocan, de lo que no le importa a la mayoría. «Las estadísticas nunca dan cuenta de las verdaderas tragedias de las guerras. Sólo los hombres y las mujeres que las sufren saben lo que es estar en ellas», sostiene el autor de libros memorables como *Deeds of War e Infierno*.

Antes de hundir el calcañar en los barroes más feroces, Nachtwey se licenció en Ciencias Políticas y en Historia del Arte. Conoció el Museo del Prado. Flipó con los aguafuertes de Goya. Por entonces aquel flaco nacido en Syracuse (EEUU) andaba buscando un camino para su vida sin saber muy bien qué es esto de la vida ni a dónde llevan sus caminos. Se embarcó en buques de transporte como marino

mercante, probó como interino en la edición de documentales y condujo camiones mientras iba buscando su senderito y jugando con una cámara de fotos.

Hasta que llegó la primera guerra y de ahí todo recto. «Mi interés por la fotografía comenzó en los años 60, influido por lo

que ocurría en esos momentos en el mundo, desde Vietnam a los conflictos por la segregación racial en EEUU. Entonces pensé que podría participar en esos cambios sociales y en la denuncia de esos hechos con la fotografía. Una imagen de una guerra puede ser una eficaz protesta contra esa misma guerra», explica.

Nunca ha sido un artista de la situación límite, sino los ojos de la abstracción. Tampoco va de mártir doblado. Él es, exactamente, la memoria del desastre fijada en varitado. Y así quiere que se le vea, siempre por detrás de sus instantáneas. Se echó a todas las guerras que desde finales de los 70 gusanearon Latinoamérica, madurando entre la metralla cuando

la bomba es una bomba antes de ser noticia. En los 80 se mudó a Nueva York como fotógrafo *freelance*. Desde 1984 es miembro de la revista *Time* y de 1986 a 2001 formó parte de la escudería de la agencia *Magnum*. Nachtwey tiene algo de icono, de exvoto sagrado del oficio. Pero ayer habló para un aforo de periodistas y

SIGUE EN PÁGINA 43

«LA ESTADÍSTICA NUNCA DA CUENTA DE LAS VERDADERAS TRAGEDIAS DE LAS GUERRAS»

«UNA IMAGEN DE UN CONFLICTO PUEDE SER UNA EFICAZ PROTESTA CONTRA ESE CONFLICTO»



El fotoperiodista James Nachtwey, en un momento de la conferencia celebrada ayer en Madrid. OLMO CALVO



VIENE DE PÁGINA 42

admiradores convocados en la sede del ISEM Fashion Business School de la Universidad de Navarra en Madrid, donde lo presentó otro referente guerrillero del oficio: Gervasio Sánchez. Habló Nachtwey quitándose aura. Habló sin querer acumular protagonismo. Habló de sus fotos certificando con palabras exactas y limpias aquello que arrojaban.

BÚSQUEDA DE VERDAD

Nicaragua, Irlanda del Norte, los orfanatos de Rumanía, Somalia, Ruanda, la Guerra de los Balcanes, Chechenia, Afganistán, las víctimas del sida, el Nueva York del 11S... Esos son los territorios míticos de un cimarrón como James Nachtwey. En tantas geografías dañadas despliega los ojos y de mirar extrae unas imágenes que (sin perder elegancia) cambia el corazón de sitio al que se pone delante. «Lo peor es que, como fotógrafo, me aprovecho de las desgracias ajenas», comenta. Pero si alguien piensa que este fotorreportero mercadea con la miseria ajena debe redefinir qué es entonces lo que hacen los señores de la guerra (occidentales y orientales) con el negocio de las bombas. O con la perversión de las hambrunas. O con el crimen del olvido. Y más aún: la hambruna inmensa de Somalia, donde millones de seres vivían a un nivel muy alto de muerte, se conoció por los reportajes de Nachtwey. Sus imágenes activaron un protocolo masivo de ayuda humanitaria. La campaña de rescate más fuerte de Cruz Roja desde la Segunda Guerra Mundial. Por aquel trabajo ganó el primer World Press Photo. El segundo destacaba la campaña salvaje de Ruanda cuando las matanzas de hutus y tutsis.

«Si todos pudieran ver por sí mismos el miedo y el pesar, solo una vez, comprenderían que nada justifica que eso le ocurra a una persona, y mucho menos a miles», dice. «El fotoperiodismo es una de las formas de búsqueda de la verdad, que se refleja en el sufrimiento y la lucha por sobrevivir de las personas que retratamos». Quizá por esto, James Nachtwey sigue creyendo en el ser humano. «Sólo nos tenemos a nosotros», ataja. «He retratado a gente en infiernos en los que aún manifestaban algo de esperanza. Si ellos no la pierden, cómo vamos a perderla nosotros».

La última polémica que le hoció el prestigio saltó por los aires tras la publicación de un reportaje para *Vogue* de Asma al-Asad, mujer del sanguinario presidente sirio Bashar al-Asad. Pero ayer de esto no se habló. La forja de James Nachtwey es la de un maestro del oficio. No hay duda de eso. «De mi carrera lo que me importa es que se vean las fotos. Lo importante son las imágenes y no mi trayectoria. Que el mundo se dé cuenta de las atrocidades que están sucediendo. Esa idea me persigue. Todos los días. Porque sé que si en algún momento dejo que mi carrera sea más importante que mi compasión, habré vendido mi alma». Dicho queda.



OBITUARIS



JOSÉ HUESCA / EFE

Amor al jazz

JUAN CLAUDIO CIFUENTES, 'CIFU' (1941-2015)

Periodista i divulgador

El jazz s'ha tenyit de dol amb la mort de Juan Claudio Cifuentes a causa d'un ictus. Amb ell desapareix un dels principals divulgadors del jazz al nostre país, per ràdio, premsa escrita o televisió. En aquest últim mitjà va adquirir gran popularitat com a guionista i presentador del programa *Jazz entre amigos*, que es va emetre durant set anys (1984-1991) a la Segona Cadena de TVE. Al peu del canó fins a l'últim dia, i en un exemple de rara longevitat en les ones, Cifu va mantenir en actiu el seu programa de ràdio *Jazz porque sí* durant la increïble quantitat de 44 anys. També presentava *A todo jazz* a Radio 3.

Juan Claudio Cifuentes de Benito va néixer a París, fill de pares espanyols, el 20 d'abril del 1941. A França va començar a tocar la bateria en un grup de dixieland durant el batxillerat. Però la seva vocació de músic es va esvaïr en arribar a Espanya el 1961, com ell mateix explicava en una darrera entrevista concedida a *Jazz Butlletí*: "Ja aquí, a la universitat, vaig preguntar si hi havia alguna activitat musical i em van dir que sí, que al final del passadís, a l'esquerra. Vaig entrar i allà hi havia l'estudiantina. Llavors em vaig adonar que s'havia acabat la meua vocació de percussionista i em vaig dedicar a col·leccionar discos, a escriure articles i a especialitzar-me en la història del jazz. I crec que vaig aconseguir satisfer els meus desitjos de continuar vivint amb el jazz ficat sota la pell".

Als anys seixanta, Cifu va ser un pioner del periodisme escrit

de jazz al nostre país, amb articles per a la llegendària revista *Aria*. I va entrar a la indústria discogràfica, on va ser responsable de nombrosos llançaments de discos de jazz al mercat espanyol.

El març del 1971 va iniciar la seva singladura a la ràdio amb el seu ja mític *Jazz porque sí*. El programa va néixer a Radio Popular-FM de Madrid, on va continuar fins al 1974, per passar després a Radio España de Madrid (1974-1982), Antena 3 de Radio (1982-1987), Cadena Cien (1987-1998), i des del 1998 i fins aquest mateix mes de març, a Radio Clásica de RNE.

El 1984 va adquirir una enorme popularitat com a presentador i guionista del programa televisiu *Jazz entre amigos*, que es va mantenir en antena amb bons índexs d'audiència fins a la seva inexplicable desaparició ja als noranta. "A la 2 hi havia molt bona música -deia-, fins que l'any 1992 es van carregar no només el jazz, sinó tot: el flamenc, el folk... per uns responsables interessats a posar fi a la producció pròpia".

Juan Claudio Cifuentes va rebre en vida nombrosos guardons i reconeixements. Entre altres, el premi d'honor de la Biennial SGAE de jazz Tete Montoliu (2003), el premi especial del jurat del premi Ondas el 2010 o el premi Donostiako Jazzaldia del Festival de Sant Sebastià (2013). Al desembre va ser a Barcelona per recollir el premi especial de la Junta Directiva de l'Associació de Músics de Jazz i Música Moderna de Catalunya. Un reconeixement que li va fer especial il·lusió "perquè venia dels músics".

KARLES TORRA



Así se hace ABC, para estudiantes

S. L.
MADRID

La desconexión entre el mundo de la empresa y la enseñanza tiene arreglo. Al menos Paula Doce, Paula Gurdolich, Bianca Manea, Marina Hortelano, Nuria Carrascosa, Guillermo de Rute, Marta Moreno, Candela Sánchez, Laura Anguis y Hajar El Mahassani (en la foto, de izquierda a derecha) han pasado cuatro mañanas de esta semana descubriendo cómo se hace un periódico como ABC.

Fruto de un convenio entre la Comunidad de Madrid y empresas radicadas en la región (el llamado 4º+Empresa), alumnos de Secundaria de entre 15 y 16 años procedentes de institutos como el Margarita Salas, el Ramiro de Maeztu, el Duque de Rivas, el Carpe Diem de Colmenar y La Estrella han podido ver cómo se seleccionan las noticias de cada día en un diario centenario y liberal como ABC, cómo se maquetan sus páginas, cómo se escribe un reportaje para secciones como Familia o Deportes o cómo funciona la hemeroteca (donde se puede encontrar desde el naufragio del «Titanic» a la

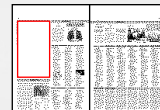


El grupo de escolares, en la redacción de ABC

ABC

irrupción de internet). La mayor parte de los diez jóvenes que eligieron ABC quieren ser periodistas. No solo tomaron nota de la necesidad de «leer, leer y leer» (como les recomendó más de un redactor) y de alimen-

tar virtudes como la curiosidad y la humildad, sino que también hicieron valiosas sugerencias a los responsables del diario para captar su atención y que ABC seduzca a lectores como ellos.



elradar



David Clupés presenta el *Tot gira* cada cap de setmana. CATALUNYA RÀDIO

El 'Tot gira' celebra mil programes amb una edició especial i un concert

A.C.R.
BARCELONA

El programa esportiu de Catalunya Ràdio *Tot gira* arriba avui a les mil edicions i ho celebrarà amb un programa especial que s'emetrà aquesta tarda, de 18.00 a 21.00, des de l'Antiga Fàbrica Damm. Tots els presentadors que ha tingut el programa des del seu naixement, el curs 2004-2005 -Xavier Graset, Òscar Fernández, Kiku Sanchis, Marc Negre i David Clupés-, conduiran conjuntament aquesta entrega del programa, en què també participaran tots els col·laboradors que ha tingut l'espai al llarg d'aquestes onze temporades i "esportistes que s'han fet grans durant aquests anys, campions del món i medallistes olímpics".

L'especial comptarà també amb les actuacions musicals de Lexu's, Rosa Luxemburg i

Joan Colomo, i organitzarà un concurs entre els assistents, que es podran endur diversos regals. "L'objectiu de la festa és girar-ho tot. Els rols habituals canviaran per un dia", explica Catalunya Ràdio en un comunicat.

A partir de les 21.00, un cop acabat el programa, el mateix escenari acollirà un concert a càrrec del cantant ebrenc Miquel del Roig i els grups Strombers i Oques Grasses. Les actuacions s'allargaran fins a les 23.30. A partir de les 17.30 i durant tota la tarda, l'entrada a l'Antiga Fàbrica Damm serà lliure i gratuïta, fins que s'arribi al límit de l'aforament.

Presentat actualment per David Clupés, *Tot gira* s'emet els dissabtes de 17.00 a 24.00 i els diumenges de 16.00 a 23.00, i recull tota l'actualitat esportiva dels caps de setmana. Segons l'última onada de l'EGM, corresponent al mes de desembre, el programa té 229.000 oients els dissabtes i 185.000 els diumenges. —



Josep Cuní



Excés i defecte

No consideres excessiva la permanència informativa de la catàstrofe? M'ho va preguntar Eulàlia Vintró durant una pausa publicitària i, sense pensar la resposta, em vaig sentir contestar-li que depèn. Sí, va improvisar el meu instint personal, acostumat a qüestionar-s'ho tot per sistema malgrat l'experiència en moments semblants. Però la justificació professional, al seu torn, pugnava per exposar una llista de raons que pretenia neutralitzar el que potser s'hauria de quedar a la tauleta de nit. Així se'n va sortint un periodista de l'audiovisual en el seu dia a dia, vaig remugar mentre buscava la complicitat de companys que no necessàriament comparteixen els meus dubtes. Unes raons que han anat canviant amb el temps i amb l'evolució tecnològica fins a confluir en uns interessos col·lectius que ens fan consumir l'actualitat al ritme frenètic de la vida. O al revés.

Primer van ser els canals temàtics de ràdio i televisió. 24 hores ininterrompudes de notícies que van fer que ens acostuméssim a saber que, passi el que passi, ho podem conèixer al mateix moment que succeeix. O gairebé. Un encertat eslògan que s'ha convertit en la prova del cotó fluix dels que ho practiquen. Després va venir internet amb les seves grandeses i les seves misèries ampliades per les xarxes socials, que avui han passat a condi-

La mateixa allau informativa ens pot portar a la desinformació per excés

onar-ho tot, al sector informatiu. Ajuden a conèixer impressions i impactes que, degudament polits pel procés d'objectivització de la notícia, amplien composicions abans reduïdes. Per descomptat que el frenesi que imposen porta una sèrie de riscos que poden pervertir el missatge. Des de fa anys, aquest és un perill permanent en ràdio i televisió que provoca una perillosa pressa per ser els primers d'explicar-ho per pocs segons de diferència amb la competència. Oblidem que aquest és un premi autoconcedit per satisfer l'ego de la redacció, perquè l'oient o l'espectador si està amb tu ho sabrà quan tu ho expliquis. Ni abans ni després. Excepte, i aquesta és la gran diferència actual, si forma part d'una xarxa que li faci arribar el rumor o li avanci la notícia.

Aquesta allau de dades, sospites, xafardejos, insults i coneixements condiciona l'actualitat com no sospitàvem fa només 25 anys. I aquesta mateixa allau informativa ens pot portar a la desinformació per excés, ja que ens posa al nivell dels que antigament es mantenien en la inòpia per defecte. Per això, la pregunta de Vintró era pertinent encara que sonés com una crítica. El desplegament de mitjans convencionals per causes excepcionals, com el desastre aeri, convida a la reflexió. Però no per la quantitat d'hores dedicades i especulacions abocades, sinó per la qualitat informativa a causa del ritme lent de les novetats en comparació amb la inundació especulativa de les sospites. La quantitat la demanen oients i espectadors. La qualitat només depèn dels periodistes. ●



Història

La ràdio en la guerra

MIQUEL ESCUDERO

Va ser el 1920, i als Estats Units, quan van començar a operar les emissores de ràdio de caràcter informatiu. Daniel Arasa acaba de publicar una documentada monografia sobre el paper de la ràdio en la nostra Guerra Civil, una arma de propaganda psicològica que podia ser sentida a la rereguarda enemiga. Al començament d'aquesta hi havia declarats a Espanya uns

El 1937 van inaugurar Radio Nacional, amb un comunicat de guerra diari a les deu de la nit

300.000 receptors (per a 24 milions de persones) i existien 67 emissores –totes privades– que pa-

gaven a l'Estat una cinquena part dels seus ingressos de publicitat. Per falta de suport tècnic no es guardava el que s'emetia, en la guerra es reutilitzaven les cintes gravades. Arasa –garantia de veracitat– distingeix els estils de ràdio dels dos bàndols. Els *nacionals* feien passar com a rebels els fidels a la legalitat i els responsabilitzaven del vessament de sang. El 1937 van inaugurar Radio Nacional, amb un comu-

nicat de guerra diari a les 10 de la nit, missatges curts i militars. El sanguinari Queipo es va quedar sense programa el 1938, un barroer i brutal llenguatge que va penetrar socialment. Van destacar Millán Astray, Pemán, Ruiz Albéniz i l'humor càustic de Pérez Madrigal. Els republicans, amb missatges més ideològics, van demonitzar els moros de Franco "como el súmmum de la crueldad, el saqueo y el robo, violación de las mujeres, degüello de los hombres". Van destacar Teodor Garriga, Miravittles, Barea i la singular veu de Fernández Sastre. |

Daniel Arasa

La batalla de las ondas en la Guerra Civil española

GREGAL. 328 PÁGINES. 19,50 EUROS



Sébastien Janin: d'Apple a Wuaki.tv

M. GALTÉS Barcelona

La companyia de *video on demand* Wuaki.tv, fundada i amb seu a Barcelona i des del 2012 propietat del grup japonès Rakuten, continua el seu procés d'expansió europea i acaba d'anunciar la incorporació com a responsable de desenvolupament internacional de negoci de Sébastien Janin, executiu d'Apple durant els darrers vuit anys, en els quals va ser responsable del llança-



WUAKI

Sébastien Janin

ment del servei de vídeo d'iTunes a Europa i Amèrica Llatina.

A finals de l'any passat, la companyia que dirigeix Jacinto Roca va incorporar com a director global de producte Sidharth Jayant, que abans era director de productes de vídeo de Samsung per a Europa.

Wuaki.tv, amb 2 milions d'usuaris, ja opera a Espanya, el Regne Unit, França, Alemanya i Itàlia, i té previst ser present en almenys

deu països a finals d'aquest any; ha anunciat que Irlanda i Àustria seran els següents.

El negoci del videoclub en línia, per veure les pel·lícules o sèries a qualsevol pantalla i en qualsevol moment, està disparat: les americanes Netflix, Amazon i Apple van al capdavant, i des de Barcelona competeixen pel mercat europeu Wuaki.tv i la també catalana (amb participació francesa) Filmin.●



Abril-Martorell dimite como consejero de Prisa

Deja también el
consejo Emmanuel
Roman, de GLG

C. P. MADRID.

Fernando Abril-Martorell continúa su desvinculación de compañías cotizadas en cuyos consejos de administración venía siendo miembro, tras haber sido nombrado presidente ejecutivo de Indra a finales de enero. El grupo Prisa comunicó ayer a la CNMV la dimisión presentada por Abril-Martorell como consejero, puesto que ocupaba desde junio de 2011.

Hace un mes ya abandonó su puesto como consejero independiente en Aena. Abril-Martorell llegó a Prisa en 2011 como adjunto al consejero delegado y di-

14

MIEMBROS

Es el número de directivos con
que contará el consejo de Prisa
tras las dos dimisiones.

rector financiero, y en julio de 2012 fue nombrado consejero delegado.

Junto a él, también sale del consejo Emmanuel Román, miembro desde noviembre de 2010. En ambos casos, explica el hecho relevante de Prisa, "sus respectivos compromisos profesionales les impiden ejercer el cargo con adecuada dedicación". Román es directivo del *hedge fund* británico GLG Partners. La compañía de medios de comunicación agradece a ambos "su dedicación personal y profesional a la compañía desde su incorporación al consejo".

Con estas salidas, el órgano de gestión de Prisa pasa a tener catorce miembros.



Pràcticament ja s'han adaptat totes les antenes

A.C.R.
BARCELONA

Més del 90% dels 182.000 edificis catalans que s'havien de reantenitzar ho hauran fet dimarts, l'últim dia abans de l'alliberament del dividend digital, que tindrà lloc l'1 d'abril. Segons la Federació Catalana d'Empresaris Instal·ladors de Telecomunicacions (Feceminte), el percentatge d'edificis que no hauran completat el procés a temps se situarà entre el 6% i el 8%. L'entitat afirma que els antenistes hauran atès totes les peticions que hagin rebut i que només quedaran pendents les comunitats de veïns que no hagin contactat amb l'instal·lador. Fins i tot en aquests casos, però, està garantida la pràctica totalitat de l'oferta de TDT: només es perdran Boing, Energy, Gol Televisión i els canals d'alta definició de TVE.

Des de Feceminte recorden que ells van ser els primers que van demanar que el termini per antenitzar –que inicialment s'acabava el 31 de desembre– s'allargués tres mesos. “Crèiem que amb aquest temps seria possible atendre tota la demanda. Era el termini adequat”, ha explicat a l'ARA una portaveu de l'entitat. Tot i així, els instal·ladors creuen que “tot el procés ha sigut bastant desastrós” i critiquen que el govern espanyol no aprovés fins al 26 de desembre una pròrroga que ells demanaven des del 13 de novembre. ■



RAFAEL ANGULO

Impulsó diversos proyectos en Aragón, como su edición de la revista 'MundoSonoro'

'Agitador' de la cultura

JAVIER ORTEGA

Rafael Angulo Torres era un apasionado de la música y la cultura e impulsor de diversos proyectos. Será recordado como un verdadero agitador cultural en la capital aragonesa. Como periodista, en la década de los 90 impulsó la edición aragonesa de la revista musical *MundoSonoro*, fundó el sello discográfico King of Patio desde el que apostó por artistas como Bigott y trabajó en la productora El Fantasma. Formaba parte del colectivo de creadores Voxcapo puesto en marcha en 2010 por varios artistas, periodistas musicales y productores para desarrollar proyectos en los diversos ámbitos de la cultura. Con el nombre artístico de *Rey Mugre* ejerció de pinchadiscos.

Rafa Angulo se enamoró de Filipinas durante una gira. Allí vivió los efectos del ciclón Yolanda en noviembre de 2013. Conmovido ante la catástrofe, puso en marcha diversas iniciativas. Su muerte ha conmocionado al mundo nacional de la cultura.

Rafael Angulo Torres, periodista, nació en Zaragoza el 27 de abril de 1970 y murió en Mala Pascua (Filipinas) el 26 de marzo de 2015.



Cuatro prescindeix del presentador Jesús Cintora

Mediaset ha deixat caure el presentador de *Las mañanas de Cuatro*, Jesús Cintora. El periodista va piular dijous un missatge que només deia “#26MStopMordasses”. L’endemà transcendia la decisió de la cadena de no comptar més amb ell. El fet que hagués sigut el periodista que

més havia parlat de Podem a Mediaset s’apunta com a possible causa de la seva destitució, per les tensions que això generava a la cadena. Mediaset, de fet, va emetre ahir un comunicat en què suggeria que Cintora no tractava la informació “de manera objectiva”.



El sumario del atentado contra Alfonso XIII en exclusiva de ABC (I)



Historia de la primera gran exclusiva periodística que hubo en España

► La fotografía del atentado contra los Reyes Alfonso XIII y Victoria Eugenia, tomada por Mesonero Romanos en 1906, se convirtió en un hito mundial

FEDERICO AYALA SÖRENSSEN
MADRID

La tarde del 30 de mayo de 1906 es intensa en la redacción de ABC. Torcuato Luca de Tena se reúne en su despacho con sus hombres de confianza: Luis Romea, Ángel María Castell, Carlos Luis de Cuenca y Sixto Pérez Rojas. Hay que volver a repasar, una vez más, la cobertura de la boda del Rey Alfonso XIII con Victoria Eugenia de Battenberg. Desde que en marzo se conoció el programa del enlace, las reuniones se suceden para no dejar nada al azar. Hay que preparar el número especial de ABC y el de Blanco y Negro del día 2 de junio. Se estudia cómo cubrir el enlace de manera que no se escape detalle alguno. Luis París se pondrá al frente de los reporteros. Para la información gráfica se decide que Francisco Goni se sitúe en el Ministerio de Marina, desde don-

de saldrá Victoria Eugenia. Irigoyen irá a la Iglesia de los Jerónimos, donde se celebrará el enlace. Y Christian Franzen estará en la calle de Alcalá, por donde pasará la comitiva Real tras el enlace, camino de Palacio. Además se cuenta con las fotos que puedan llegar por el anuncio que se publica las últimas semanas, en la que se ofrece 10 pesetas a los fotógrafos particulares o profesionales por cada una de las imágenes del enlace que se publiquen.

El 31 de mayo amanece despejado y luminoso. Los fotógrafos preparan sus placas con cuidado, deseando que dure la luz todo lo posible. A las 9.30 horas de la mañana parte de Palacio la comitiva y a las 10.40 Alfonso XIII entra en los Jerónimos. Todo marcha según lo

previsto. Al finalizar el enlace, los Reyes departen un rato con las Familias Reales y el cuerpo diplomático. De vuelta a Palacio son aclamados por los miles de madrileños que inundan las ca-

lles de un Madrid radiante. A las 14.15 horas la comitiva Real llega a la calle Mayor. Al pasar a la altura del número 88 se escucha una formidable explosión. Los cuatro troncos de caballos tor-

Así fue el atentado

Bomba Orsini

La inventó el revolucionario italiano Felice Orsini a finales de 1857. Es un artefacto explosivo esférico que en lugar de activarse mediante una espoleta o un mecanismo cronométrico, se dispara por contacto de los salientes llenos de fulminato de mercurio que rodean la bomba y hacen que explote

Puntas detonadoras



Las víctimas

23
muertos



FUENTE: Hemeroteca de ABC y elaboración propia



ABC DOMINGO, 29 DE MARZO DE 2015
abc.es/cultura

CULTURA 63

El sumario del atentado contra Alfonso XIII en exclusiva de ABC (I)

dos claros que arrastran el carruaje de los Reyes se espantan y emprenden una carrera en la que acometen al caballo de varas de la derecha y hacen caer al cochero. Los Reyes se asoman por la ventana para tranquilizar a su comitiva. Ellos están bien, pero hay mucha confusión.

Los fotógrafos de ABC regresan con urgencia a la sede del periódico. Tienen que revelar y elegir las imágenes. No hay ninguna fotografía del atentado. La mejor es una del colaborador zaragozano Eduardo de Leti, en la que se ve la carroza regia en la calle Mayor y el caballo de varas muerto. Hay también una fotografía del número 88 desde donde el criminal arrojó la bomba.

El joven fotógrafo

Pero Torcuato Luca de Tena es un hombre metódico y no termina de estar satisfecho. La crónica del atentado es muy buena, pero le falta una imagen. Mientras valora el material disponible le avisan de que un joven estudiante de diecisiete años quiere verle. Dice haber fotografiado la comitiva Real desde un balcón de una casa en la calle Mayor. Al escucharlo, Luca de Tena le hace llamar. El muchacho, de nombre Eugenio, dice ser descendiente de Ramón Mesonero Romanos. Tomó la fotografía con una máquina regalada por su padre. Le quedaba una sola placa que reservó para el paso de la carroza Real. Pero los nervios no le permiten recordar si disparó antes o después de la explosión, que escuchó muy cerca. Se envía la cámara al revelado. Torcuato Luca de Tena se pasea nervioso. Ha contado con los mejores

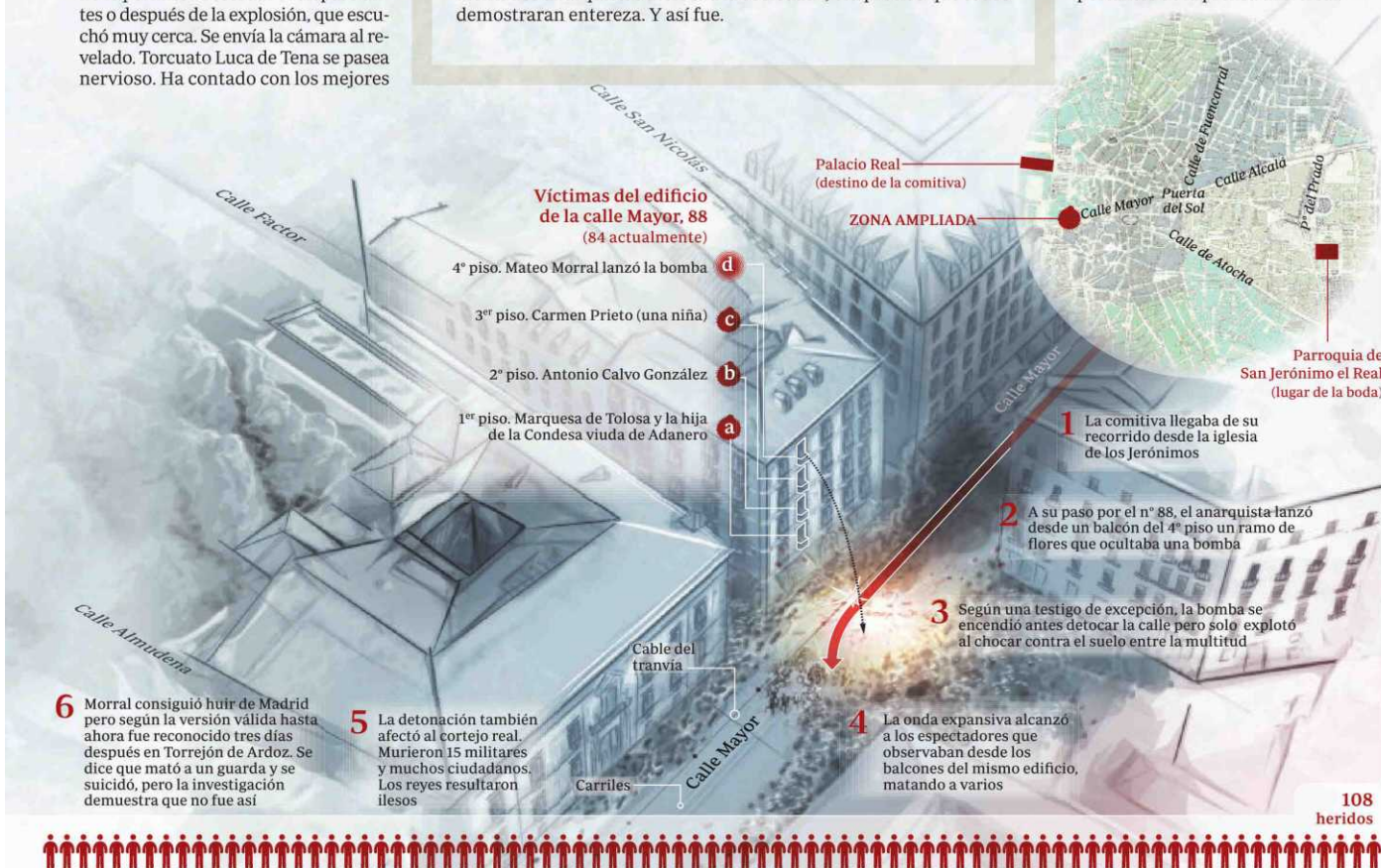
Así lo contó ABC

«Una bomba de dinamita contra el coche real». Así titulaba ABC la información, de dos páginas, sobre el atentado contra el Rey Alfonso XIII y Victoria Eugenia de Battenberg el viernes 1 de junio de 1906. En los primeros párrafos el cronista describe con precisión el atentado, que tuvo lugar a «las dos y cuarto de la tarde». Tras la «formidable detonación», la gente se arremolinó, sin saber muy bien lo que había pasado. Tras comprobar que los Monarcas estaban ilesos, llegó la atención a los heridos y el recuento de los muertos. «¡Calma, general, calma, que la confusión puede hacer más víctimas!», gritaba el Rey desde la ventanilla del coche. Pasada una hora llegó, incluso, a correr el rumor de que el criminal estaba encerrado y tenía otra bomba. El pánico, entonces, «fue indescriptible». Finalmente, la carroza de los Reyes, sanos y a salvo, pudo entrar en Palacio, momento en que se produjo un espectáculo «emocionante»: los gritos de ¡Viva el Rey valiente! y ¡Vivan los Reyes! eran contestados «con delirio». Rápidamente, las autoridades tomaron las primeras medidas y a lo largo de la tarde la calle Mayor, en cuyo número 88 tuvo lugar el atentado, fue volviendo a la normalidad. La noticia del atentado comenzó a circular por Madrid y el miedo se instaló en la población. Finalmente, se reanudaron los festejos, porque «siendo el móvil de los atentados anarquistas aterrar a la sociedad», era preciso que todos demostraran entereza. Y así fue.

fotógrafos de España y no ha conseguido ninguna fotografía del atentado. ¿Cómo va ser un joven estudiante de Medicina, con una cámara de doce duros, quién le proporcione «la fotografía»?

La exclusiva

Entonces llega el revelado. En la fotografía se observa el humo de la explosión, algo normal en la época, pero es sin duda la instantánea del atentado. «¡Lo hemos conseguido!», grita Don Torcuato. Mesonero Romanos sonríe orgulloso. Luca de Tena ordena que le paguen al muchacho unas increíbles 300 pesetas. Es la primera gran exclusiva gráfica de la Prensa en España. ABC sacó pecho de ello y al día siguiente afirmó que la fotografía publicada constituía un enorme éxito informativo, «el más grande que se conoce en los anales de la prensa universal». Lo cierto es que dio la vuelta al mundo publicándose en miles de periódicos. Es sin duda la fotografía más famosa de nuestro archivo y una de las más importantes de la prensa universal.



Infografía: CG. SIMÓN / E. SEGURA

116 PRESENCIA
29.-03.-2015

50 ANYS, 50 ENTREVISTES

“Res ha de desaparèixer, tot s’ha de transformar”

Explica que cal repensar el sistema comunicatiu català, com altres estructures d'estat, preparant així el futur independent, l'única via si es vol ser un país de primera divisió

GEMMA BUSQUETS

● En aquests 50 anys, la comunicació és el sector que més s'ha transformat? Hem passat de la tele en blanc i negre al poder de les xarxes socials.

El que ha canviat són les pràctiques de la gent; han sortit noves maneres de comunicar-se, Whatsapp, Twitter..., i els mitjans de comunicació han resistit massa temps, els ha costat transformar-se. Ningú ha dit que hagin de desaparèixer... Quan va sortir la ràdio, es deia que els diaris desapareixerien, igual que la tele havia de matar la ràdio... Res ha de desaparèixer, tot s'ha de transformar. I internet ha donat l'oportunitat a la gent de canviar les pràctiques i de fer-ho abans que les empreses, tant de comunicació com de comerç o de viatges, les universitats, les discogràfiques..., totes han anat a redós de les pràctiques de la gent.

El paradigma de l'emissor i el receptor de la facultat és prehistòria.

Ha saltat pels aires. I per mi és positiu. Internet no ho solucionarà tot, però que ha donat poder a la gent ningú no ho pot negar, per a bé i per a mal. Internet és el mirall de la societat i quan es critica la xarxa potser és que cal arreglar la societat.

El 23-F va ser la nit dels transistors. L'11-S va ser la tarda de les teles. El 9-N podem dir que va ser la jornada de Twitter?

No es pot dir que fos Twitter perquè el procés sobiranista és molt intergeneracional, que és el que té de bo. Pels més joves és Twitter, però pels més grans és la tele. Sempre dic que la gran línia divisòria digital no és només econòmica, que també, però no en la nostra societat, ni fins i tot a Àfrica ho és, perquè qui vol connectar-se té possibilitats de fer-ho. La línia divisòria més important és la generacional.

Però el seguiment del 9-N i de qualsevol esdeveniment cada cop més es fa via xarxes socials, Twitter...



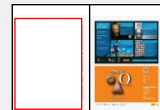
Imma Tubella és catedràtica de comunicació. ORIOL DURAN

Sí, però per part dels més joves. La gent més gran continua fent-ho per la tele. És el gran repte que tenen les televisions: o canvien el xip o acabaran programant per a la tercera edat. Les noves generacions consumeixen més televisió que mai però ho fan a la carta, no estan pendents de les graelles ni de si són les deu del vespre i comença tal pel·lícula o tal sèrie. I ja no miren la temporada que s'emeta aquí, sinó la que fan als Estats Units.

Hi ha diferències de percepció del procés segons les generacions?

No t'ho creguis. Els joves ho veuen com una cosa possible. I jo també ho penso, ho veig possible, i a més com l'única sortida si volem un país de primera divisió, encara que siguem un país petit. El món del futur està fet de països petits; són més flexibles i s'adapten més ràpidament a les dificultats del moment. Sóc optimista malgrat que sembli que estem desinflat, però sem-

Imma Tubella



118 PRESENCIA

Pre ens hem pensat que ens hem desinflat. En aquests moments hem d'insistir que tenim un país entre mans per fer, i això passa molt poques vegades a la vida d'una persona: que pugui ser protagonista de la construcció del país que vol. I no tindrem excusa, s'haurà acabat la cançó "És culpa de Madrid". Ara serem nosaltres els responsables. I si no ho aprofitem, haurérem d'acotar el cap unes quantes generacions. Ja que ens hi hem posat, fem-ho i acabem-ho bé.

En el procés, els mitjans catalans s'han de definir?

Tots s'hi defineixen, encara que diguin que no. Perquè la informació neutra no existeix, l'objectivitat no existeix. Tan important és el que es diu com el que no es diu, en els mitjans de comunicació hi ha lleis del silenci, el que Chomsky anomena "consens organitzat": la gent accepta un consens que no és tal consens perquè està construït sobre silencis. Els mitjans, encara que no ho vulguin, quan publiquen una enquesta i no una altra, quan insisteixen en un resultat i no en un altre, estan prenent partit. N'hi ha que ho fan d'una manera clara, com El Punt Avui, i n'hi ha d'altres que ho fan d'una manera més subtil: lina però definint-se molt clarament.

Ha estudiat el cas de TV3, és la seva tesi doctoral, i hi ha treballat. Davant del procés, quina ha de ser l'actitud d'una televisió pública?

El que et diuen els llibres de teoria és que una tele pública, com que és de tots, ha de ser el reflex de totes les sensibilitats. Bé, en un món ideal, en una utopia, segurament. Però TV3 és una estructura d'estat importantíssima i no s'ha de perdre de vista la importància d'aquest instrument. No és una televisió pública normal perquè va néixer com a eina de normalització lingüística i cultural, i jo sempre hi afegeixo que nacional. Aquesta era la qüestió. Tots els països han utilitzat, sense amagar-ho, els mitjans públics per crear el relat nacional. Al darrere de la tele com a instrument hi ha una línia per crear cohesió nacional; s'ha de fer això. Jo no tinc res a dir de la cobertura que fa TV3 de tot el procés.

Hi ha una ofensiva des de Madrid contra TV3: han tancat un múltiplex...

Hi ha una ofensiva general contra Catalunya. Si poguessin tancarien TV3 perquè s'han adonat del que significa. I n'han fet molts intents. Però no em preocupa. Ja he desconnectat. Cada cosa que fan, són més vots; que intentin trencar TV3.

TV3 és el gran llegat del pujolisme?

Tant el president Pujol com el president Maragall, en diferents moments, van dir que els dos grans llegats d'una època a Catalunya han estat TV3 i la Universitat Oberta de Catalunya. He tingut la sort de treballar en els dos llocs, potser caldria revisar-los.



Imma Tubella amb el seu germà

Una finestra d'aire fresc al quiosc

● Les lectures de la joventut són les que marquen i determinen el nostre compromís amb la societat. I, per a Imma Tubella, Presència forma part d'aquest escenari. "Era l'època que jo era molt joveneta i per mi Presència significava una finestra d'aire fresc. Hi podia llegir coses que no podies llegir enlloc més. Recordo quan l'anava a comprar al quiosc, perquè hi anava jo, i l'esperava amb delit. Era una gloriada forta d'aire, era respirar."

Com revisaria TV3? En quins aspectes?

He estat molt crítica, en determinats moments, amb TV3 en temes de continguts. Com a tele pública d'instrument de normalització, cultural i lingüística, i des del meu punt de vista també nacional, ha tingut present l'imaginari espanyol, entrevistant determinats personatges, quan el que hauria d'haver reforçat era l'imaginari català. Ara això ha canviat molt, però hi va haver un moment determinat en què està-

"La tele és eina de cohesió, no d'adoctrinament"

vem tan obsessionats per la normalització lingüística que s'havia de fomentar l'imaginari espanyol. Després de la Segona Guerra Mundial, Hollywood va anar al Congrés i els va dir: "Hem guanyat la guerra militar, ara hem de guanyar la guerra de les consciències." No s'ha d'entendre la tele com a eina d'adoctrinament polític sinó com a eina de construcció i de cohesió.

La tele és el reflex del país. Ens hauríem de preocupar que 'Gran hermano'

sigui vist per mig milió de catalans?

Hauríem de pensar quina és l'alternativa per fer-hi front. Per què la gent mira *Gran hermano*? Necessita evasió. No es tracta de prohibir res, sinó de lluitar-hi. Per exemple, *Oh Happy Day* és un espai d'evasió i fomenta una tradició molt nostra com és el cant coral. El gran repte de la tele pública a Catalunya, quan sigui independent, són els continguts: que ompli les necessitats de tothom, que la gent s'hi identifiqui. Els mitjans tenen una gran responsabilitat en el que diuen i el que no diuen i en la creació de cohesió. El país és el que és però tens un instrument impressionant per intentar influir i variar. Si fas un programa de cultura d'elit que no entén ningú, no el veurà ningú, si en canvi fas un programa de cultura d'elit però saps utilitzar el mitjà i els recursos d'internet, potser faràs quelcom atractiu. Torno a l'*Oh Happy Day*: és lleuger, però des del meu punt de vista crea cohesió, transmet valors.

Mirant les audiències, l'espectador català va a buscar la frivolitat a les teles espanyoles i la seriositat a TV3?

Fer una tele on només la gent va a buscar els programes de debat i la informació és fer una tele que no influeix. S'ha d'intentar fer una tele que combini els espais de debat i d'actualitat amb entreteniment, com ara *Òpera en texans*: era un programa de cultura d'elit però tothom era capaç de veure'l. També és cert que hi ha un segment important de població que està molt influïda per una cultura espanyola molt frívola i de molt baixa categoria, segur. Un dels objectius d'una tele pública ha de ser educar, canviar aquest procés: atreure gent amb formats potser lleugers però que tinguin un contingut sòlid a la base.

No cal una Belén Esteban catalana.

Evidentment que no. És patètic. Frivolitat però sense sobrepassar unes línies com a televisió pública. Hem de fer programes per atreure tots els nivells de la població i portar-los a una tele més civilitzada i europea. Si mirem a Espanya, és mirar cap a l'Amèrica Llatina.

És prou fort el sistema comunicatiu català davant del duopoli audiovisual espanyol liderat per Tele 5 i Antena 3?

Crec que sí. Però s'ha de repensar globalment i mirar les nostres fortaleces. Perquè les teles privades espanyoles han significat eines de colonització claríssimes. Si volem ser un país normal haurem de donar una empenta a la tele privada catalana. La competència no em fa por, és la que ajuda a avançar. De la mateixa manera que s'estan repensant estructures d'estat, el sistema comunicatiu català s'ha de repensar, a nivell de premsa, ràdio, televisió...

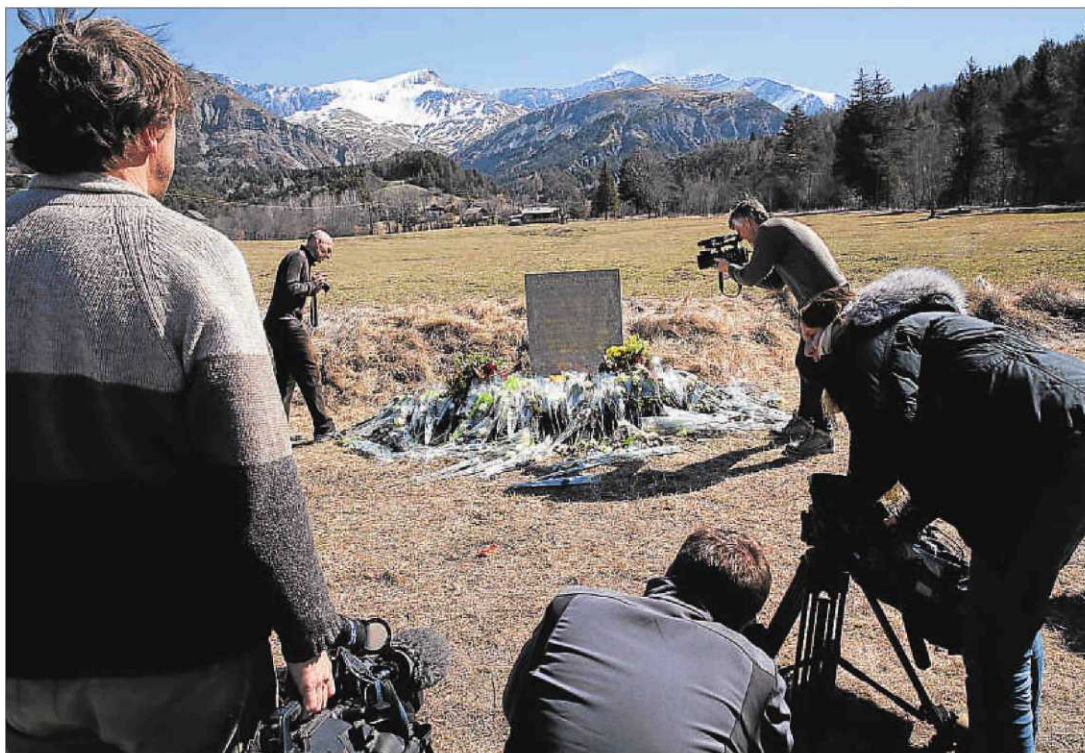
La TDT ha estat un fracàs?

Hi vam posar massa expectatives, per això tenim aquesta sensació de fracàs. Era una qüestió molt més tècnica.

BIOGRAFIA

Docent

Nascuda a la Bisbal d'Empordà el 1953, és catedrática de comunicació per la Universitat Oberta de Catalunya i doctora en ciències socials. Va ocupar el càrrec de directora d'Estudis i Continguts de la CCRTV (1995-2002) i defensora del lector d'El Punt (2004).



Uns fotògrafs fan fotos d'una estela i flors en memòria de les víctimes de l'accident de Germanwings als Alps francesos

SALVADOR ENGUIX

Beatriz Garrote va perdre la seva germana Maica a l'accident del metro de València del 3 de juliol del 2006. I com els familiars dels altres 42 morts i 47 ferits d'aquell terrible succés, continua lluitant en tots els fronts –polític, judicial i mediàtic– perquè se sàpiga tota la veritat d'una tragèdia que el govern de Francisco Camps va ocultar durant vuit anys a Canal 9. La Beatriz, que presideix l'associació de víctimes de l'accident, reconeix que sense la premsa, sense el suport d'alguns mitjans de comunicació independents, el cas estaria enterrat a les hemeroteques. “La premsa té un paper fonamental des del primer moment per contrastar la veritat oficial i donar suport a les víctimes”, subratlla.

Aquesta dona accepta també valorar i oferir les seves objeccions al paper dels mitjans en els primers moments d'un sinistre de tal magnitud. “Penseu que al principi és un enorme desconcert per als familiars, no saps si la teva germana, el teu pare, el teu germà o el teu fill és viu o mort, t'inunda la por, el dolor i mil preguntes”. “En aquell moment atendre els periodistes, segons com t'abordin, pot augmentar el dolor i pot ser molt desagradable; és important que en aquella primera fase els mitjans siguin respectuosos i sàpiguen mantenir certa distància amb els afectats”.

En els últims dies no han estat poques les crítiques, molt dures, que s'han llançat cap als mitjans de comunicació, amb notorietat a les xarxes socials, per com s'han abordat els familiars de les víctimes de l'avió de Germanwings. I és evident que s'han vist algunes escenes que plantegen seriosos dubtes i preguntes sobre la funció del periodisme, sobre els límits o línies vermelles que no s'han de creuar; especialment

Oferir la cara i el testimoni de familiars d'accidentats forma part del compromís i de la història del bon periodisme sempre que s'exerceixi amb respecte i sense buscar la part morbosa de cada cas

Les víctimes també tenen veu

Portades sobre l'accident de Germanwings



per la manera de treballar d'alguns mitjans audiovisuals. Però en la tradició de la premsa anglosaxona abunden els grans i bons relats periodístics sobre víctimes i familiars de grans tragèdies, com van realitzar The New York Times o The Washington Post després dels atemptats de l'11-S. I no és menys cert que, en ocasions,

els governs en segons quins casos han intentat fer callar la història d'aquestes víctimes i la veu dels seus familiars perquè no entorpecin el relat “oficial”: el cas de l'accident del metro de València o el cas del Iak-42 (es van enterrar les víctimes sense identificar-les) en són dos bons exemples. En tots dos casos és evident que els

mitjans, en donar a conèixer el dolor de les víctimes i el seu desig de veritat, van ajudar al fet que l'opinió pública s'hi solidaritzés i que la veritat oficial no triomfés.

José Ramón Delgado Mayordomo és el director de Salut i Socors de la Comunitat de Madrid i coneix bé el que és atendre fami-

ars i víctimes de grans tragèdies. “Per a nosaltres els mitjans són fonamentals, ens ajuden a difondre comunicats, pautes preventives, per exemple, per evitar col·lapses al lloc d'un sinistre i oferir telèfons de contacte i informació per als familiars”. Subratlla, això sí, que és fonamental “que l'exercici de la informació no es converteixi en un assetjament d'aquestes persones, però

METRO DE VALÈNCIA

El periodisme ha aconseguit que el cas no hagi estat oblidat com volia el PP

OCULTAR LES VÍCTIMES

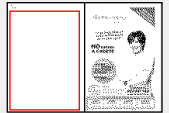
En el cas Iak-42 el govern va ocultar les víctimes a fi de mantenir la seva versió

no només de periodistes, també de metges, auxiliars, polítics, policies, que també són en l'escena del succés”. Un aspecte en el qual també coincideix Garrote: “Nosaltres també vam sentir en aquells primers moments l'assetjament de certs polítics que només volien fer-se la foto”, subratlla.

Nemesio Rodríguez, vicesecretari de l'Associació de la Premsa de Madrid i portaveu de la seva junta directiva raona el marc deontològic. “La responsabilitat del periodista exigeix esbrinar els fets d'acord amb els principis de veracitat, independència i rigor i de respecte a la intimitat dels afectats i dels seus familiars a l'exercici del dret a la informació a fi d'evitar la premsa groga i el sensacionalisme”. Però adverteix que en el tractament informatiu dels assumptes en què existeixin elements de dolor o aflicció en les persones afectades, “el periodista evitarà la intrusió gratuïta i les especulacions innecessàries sobre els seus sentiments i circumstàncies”, i més encara a l'hora d'utilitzar “el dolor aliè com a mercaderia”. I conclou que si els periodistes compleixen aquestes premisses a l'hora de tractar la informació sobre les catàstrofes, “caminiem sobre la senda deontològica correcta”.

Es evident que el pitjor en aquests casos és generalitzar; ni tots els mitjans de comunicació actuen igual ni molt menys ho fan tots els periodistes. El catedràtic de Periodisme de la Universitat de València, Josep Lluís Gómez Mompert, subratlla que el periodisme té una “responsabilitat social” davant aquest tipus de fets. Diu que els criteris informatius rectors han de “respectar la dignitat de les víctimes i dels seus familiars, acostar-s'hi amb permís; i l'estil dels continguts ha de ser delicat i proporcional a un fet molt dramàtic, però no s'ha de dramatitzar, és a dir, no s'ha de convertir en un espectacle”.

Totes les fonts consultades parlen en algun moment de “sentit comú”. És a dir, donar espai a la veu de les víctimes, narrar les seves històries, de manera rigorosa i respectuosa, fa que no ens n'oblidem. Garrote afegeix que “ens dol que quan va haver passat un temps de l'accident gairebé ningú no ens recordava”. Per sort, l'accident del metro de València no s'ha oblidat, gràcies a la premsa.●



Truman Capote, con gafas de sol, junto a DD Ryan, editora de Harper's Bazaar, y a la derecha, Bob Colacello, de Interview. / STUDIO 54 BY HASSE PERSSON

Michael Jackson probaba allí el *moonwalk* y otros pasos de baile y Calvin Klein siempre estaba observando a los chicos de Harlem y del Bronx, para ver qué se llevaba. La gente iba ahí por motivos profesionales", rememora.

En su libro aparecen todos ellos y otros nombres como Brooke Shields o Truman Capote, pero en conjunto no se percibe como una colección de retratos de famosos. "Sólo les fotografiaba si tenían el espíritu adecuado. Me interesaban más los personajes que se dejaban caer por el club", aclara. Como Victor Hugo, el novio del diseñador Halston, que llegaba siempre en ambulancia y hacía que unos camilleros le acercasen a la pista de

"Reinaba un caos controlado. Podías tomar drogas o practicar sexo", dice

"La gente iba allí también a testar las modas y por motivos profesionales"

El fotógrafo de las mil noches

Hasse Persson tuvo acceso privilegiado al mítico Studio 54 • Sus fotografías ven ahora la luz en un libro

BEGOÑA GÓMEZ URZAIZ
Barcelona

Andy Warhol solía decir que había cinco reglas para entrar en el Studio 54: lleva Halston (perfume) o ve con Halston (el diseñador y creador del perfume); llega muy tarde o muy pronto; hazlo en limusina o en helicóptero; no lleves nada de poliéster y, sobre todo, "no menciones mi nombre".

Hasse Persson no tenía problemas para franquear la famosa puerta, al contrario que las miles de personas que cada noche quedaban atrapadas en la cola. El fotógrafo sueco del *Expressen* tenía por entonces algo parecido a una doble vida. De día, cubría la información sobre la Administración Carter, seguía la agenda de la Casa Blanca y retrataba el convulso Nueva York de los setenta. De noche, entraba a la "discothèque", como él siempre la llamaba, "del brazo de Andy" y se dedicaba a bailar "con Diana [Ross] y con Bianca [Jagger]". Persson inventó una técnica para tomar fotos dentro del legendario club utilizando *flash* y manteniendo el objetivo abierto durante unos 30 segundos, lo que le permitía captar el movimiento. La mayor parte de las decenas de miles de negativos que acumuló no vieron la luz hasta hace unos meses, cuando el reportero empezó a preparar el libro *Studio 54*, que ha publicado en el sello Max Ström y en el que recoge los recuerdos de las mil noches que

vivió el club, desde que el empresario Steve Rubell lo inauguró en 1977 con una fiesta en la que estaban Mick y Bianca Jagger, Jerry Hall, Liza Minelli y los recién casados Donald e Ivanka Trump, hasta que cerró, en 1980, y Sylvester Stallone pagó la última ronda en el bar.

Rubell se cavó su propia tumba al declarar en una entrevista que su negocio daba más dinero que la mafia, lo que le valió una inspección en la que se encontraron bolsas de plástico con millones de dólares en billetes. El empresario fue condenado a tres años de prisión por evasión fiscal y, antes de cerrar su templo del hedonismo, convocó una fiesta llamada "Los últimos días de la Gomeria moderna" y salió, con su pequeña maleta para la cárcel, cantando el *My way* de Sinatra.

Para Persson, Rubell acertaba cada noche con su ecuación, que siempre debía incluir "un 20% de hombres gays, entre un 5 y un 10% de lesbianas y travestidos, celebridades de cualquier tipo, millonarios latinoamericana-



Halston, Andy Warhol y Bianca Jagger, en un reservado de Studio 54 en 1977. Abajo, frente a la cámara, de izquierda a derecha, Warhol, Steve Rubell, Calvin Klein y Brooke Shields (besándose), durante una fiesta del diseñador en 1979. / STUDIO 54 BY HASSE PERSSON (MAX STRÖM PUBLISHERS)

nos y cualquier basura europea que estuviera de paso". Más, claro está, cualquiera que acertase con su *look*. El fotógrafo se movía entre ellos y raramente le pedían que bajase la cámara. "Sólo si su aspecto no era perfecto o si

no estaban en la compañía adecuada", apunta. La gracia del Studio 54 era precisamente que no había zona VIP ni guardas de seguridad y todos estaban condenados a mezclarse. "La gente iba allí también a testar las modas.

baile. O la famosa Disco Sally, la anciana con gafas de mariposa "que era como la mascota de la *discothèque*", según Persson, y de hecho murió allí. "Antes de desplomarse le preguntaron '¿apagamos la música?' y ella contestó: 'No, sigan bailando'. Ese era el espíritu de Studio 54".

Casi 40 años después, el fotógrafo, que ahora dirige el museo Strandverket en su país natal, sigue recordando aquellas noches como un oasis de tolerancia, algo que sólo fue posible en un contexto determinado, con una Nueva York arruinada y llena de jóvenes artistas hambrientos en todos los sentidos y en un tiempo histórico que queda emparejado

entre la extensión de la píldora y la llegada del sida. "Calculo que un millón de personas debió pasar por el Studio 54. Ojalá hubieran sido 100 millones. Reinaba un caos controlado. Podías tomar drogas o practicar sexo allí mismo en los reservados y no pasaba nada. Ahora, si te metías en una pelea, no volvías a entrar", recuerda el fotógrafo. En su caso, admite entre risas que "la tentación era grande" pero trataba de mantenerse sobrio porque si no, no salían bien las fotos. Sus dos mundos, en el fondo, tampoco estaban tan separados. No era raro que se cruzase en los lavabos del club con Jody Powell, el jefe de prensa de Carter, o con algunos de los desconcertados gobernadores y senadores que se dejaban caer por allí, intentando que se les pegase algo de aquella frenética frivolidad.



Homo Sapiens

Miquel Riera / Director de Presència / mriera@presencia.cat - @mriera pla

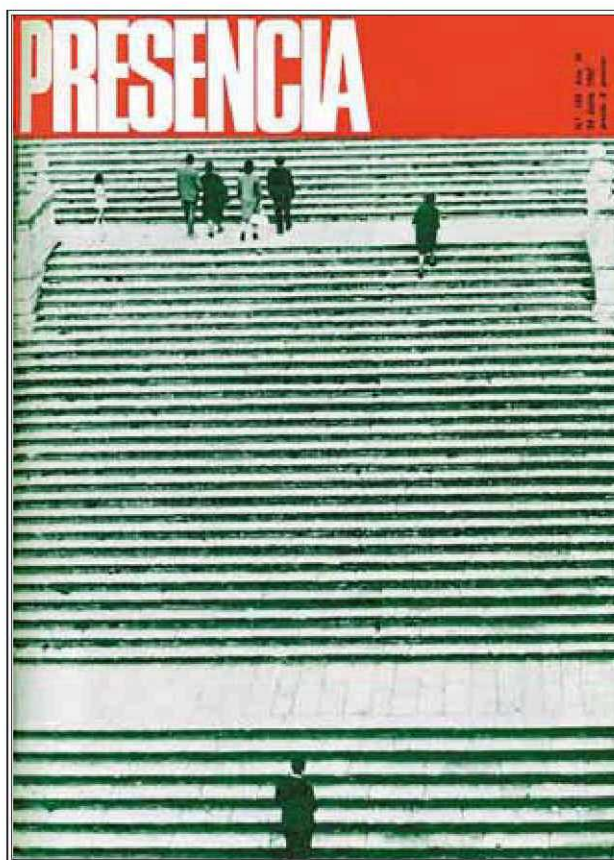
Continuem endavant, cinquanta anys després

La portada que il·lustra aquest article és una portada històrica de Presència. L'hem publicat tres vegades des que vam néixer, el 10 d'abril de 1965, ara farà cinquanta anys. La primera va ser el 24 de juny de 1967, després que es tanqués una etapa amb la sortida de l'equip de Carme Alcalde i que n'entrés un de nou dirigit per Narcís-Jordi Aragó, que va donar a la publicació un caràcter més gironí i de catalanitat.

La fotografia és del fotoperiodista i dibuixant gironí Jordi Soler, col·laborador habitual tants anys després d'El Punt Avui. Molts lectors hi reconeixen les escales de la catedral de Girona. Com ha recordat el mateix Aragó, la imatge tenia "el significat d'anar pujant, d'anar endavant i de confirmació de fe gironina".

La segona ocasió en què es va repetir la portada va ser l'1 de febrer del 1969, quan Franco va proclamar l'estat d'excepció i es va restablir la censura. Presència va voler protestar d'aquesta manera contra la mesura d'un règim que, d'altra banda, es va acarnissar sovint amb la revista, multant-la i tancant-la durant més de dos anys.

El tercer cop va ser ara fa deu



Portada històrica de la revista, amb fotografia de Jordi Soler

anys, amb motiu del quarantè aniversari de la revista. Llavors ens vam decidir a repetir-la com un homenatge a tots aquells que van endegar Presència en els anys difícils de la dictadura, amb l'editor Manuel Bonmatí al capdavant. Un homenatge a la seva valentia, però també perquè van obrir portes a una nova manera d'entendre la informació, propera al ciutadà, independent i de servei al país, amb tot

el que això darrer implica de defensa de la cultura i la llengua catalanes. Un periodisme que, a partir del 1979, va tenir continuïtat en el projecte de Punt Diari i que ara mateix es manté en El Punt Avui i en les altres capçaleres i projectes de la seva empresa editora, entre els quals, naturalment, hi ha aquesta revista.

Presència ja fa més de trenta-dos anys que s'aixopluga sota el paraigua d'El Punt –i des d'en fa més de cinc, de l'Avui–. Durant tot aquest temps, hem arribat també a lectors de moltes altres publicacions, entre les quals hi ha el *Diari d'Andorra*, fidel col·laborador al Principat. Des d'aquell llunyà desembre de 1982, en què Presència es va publicar per primer cop amb

Punt Diari, hem estat setmana rere setmana fidels a la cita amb els nostres lectors. Un recorregut de més de mil set-cents números en què hem continuat fent camí endavant, pujant fermes per l'escala del servei als lectors i al país. Un aniversari que hem volgut celebrar oferint una revista excepcional: cinquanta entrevistes a cinquanta personalitats catalanes. Per molts anys!



L'EDITORIAL

Periodisme respectuós al servei de la comunitat

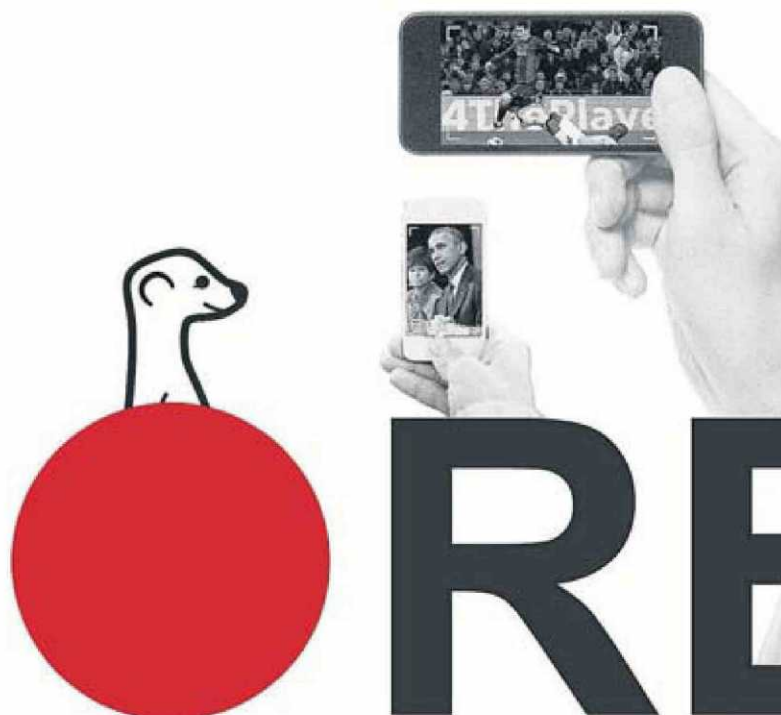
La setmana que avui es tanca ha sigut humanament dolorosa i periodísticament complicada. La tragèdia dels Alps ha portat una immensa tristor a moltes famílies que hi han perdut éssers estimats, mentre que en un altre pla ha trasbalsat l'opinió pública a mesura que s'ha anat aclarint l'origen de la desgràcia. Fos el que fos, el xoc hauria sigut igualment insofrible per als familiars i impactant per a tothom. Però precisament la imprevisibilitat del que finalment sembla que ha succeït ha afegit un plus de perplexitat general i –també cal admetre-ho– de morbositat. En qualsevol cas, a l'espera que la investigació presenti conclusions oficials i definitives, tot apunta a un acte voluntari del copilot Andreas Lubitz, amb conseqüències fatals: la mort de les 150 persones –inclòs ell mateix– que viatjaven a l'Airbus A320 de la companyia Germanwings que s'havia enlairat de Barcelona amb destí a Düsseldorf.

Davant la necessitat d'informar sobre fets tràgics, se sol incórrer en una desagradable intrusió en la intimitat de les víctimes i el seu entorn, quan són precisament les que haurien de rebre el màxim respecte i tot el consol. I també se sol caure en especulacions amb pocs fonaments. S'han fet aquest cop sobre el copilot, en una espiral de citacions i agregacions entre mitjans. Des del periodisme, doncs, urgeix fer una reflexió autocrítica i, per tant, un re-

La tragèdia dels Alps ha posat al descobert certes formes de fer periodisme que cal revisar

plantejament de certes pràctiques invasives de la intimitat que són per desgràcia massa habituals. A això cal afegir-hi una tendència incorregible a la precipitació compulsiva a l'hora de donar per bo un detall, una dada, una imatge, un nom propi, tot plegat en una cursa per la rapidesa no sempre justificada. Els últims anys, a més, la capacitat d'accedir a la privacitat s'ha ampliat gràcies a l'ús de les xarxes socials, cosa que afegeix riscos en la veracitat i impunitat en la difusió. Sigui com sigui, en casos com el que ens ocupa, la contenció hauria de ser la norma, quan malauradament és l'excepció. Fins i tot mitjans suposadament seriosos publiquen acríticament informacions sense tenir en compte el patiment que poden provocar. El dret a la informació és un pilar de l'estat de dret, però s'ha de fer compatible amb el dret de les persones al recolliment en el dolor, sobretot quan són ciutadans propers a qui el fet d'aparèixer en els mitjans els exposa a les mirades i comentaris dels que els envolten.

Des de l'ARA hem intentat aquests dies donar als nostres lectors la informació més completa i acurada, cenyint-nos als fets comprovats i als debats de fons, i defugint el circ de l'espectacle amb el dolor. Segurament no sempre hem aconseguit aquesta desitjada contenció, però el propòsit hi era, hi és, i seguirà marcant, amb la complicitat i vigilància dels qui ens fan confiança, la nostra feina periodística al servei de la comunitat.



APLICACIONS

Els videotuits que han sembrat el pànic a Twitter

La xarxa social bloqueja l'accés a Meerkat, una aplicació que permet emetre-hi vídeos en directe que es graven amb la càmera del mòbil

A **TWITTER** NO li agrada Meerkat, però Meerkat enamora una majoria creixent d'usuaris, que l'han situat com l'aplicació més descarregada del moment per a iPhone i fins i tot han forçat la creació d'una aplicació no oficial a Android. A més, aquests usuaris han provocat que Meerkat hagi passat d'una primera ronda de finançament en la qual va obtenir 3,7 milions de dòlars, a una altra en què li han lliurat 12 milions i li han atorgat una valoració pròxima als 52 milions.

No està pas malament per a una aplicació que té tot just dues setmanes de vida, creada per un enginyer israelià que va deixar la seva feina a Intel per dedicar-s'hi. A més, és possible que necessiti aquests diners, i fins i tot més, ja que tindrà una quantitat d'enemics proporcional al seu èxit. Meerkat, que emet vídeos en directe, el que es coneix com a *livestreaming*, es preveu revolucionària ara que els amplex de banda mòbils han augmentat considerablement amb la tecnologia 4G i les operadores han ampliat als seus clients la quota de dades que

poden gastar en les seves tarifes planes, de manera que aviat serà el mateix navegar amb una xarxa wifi que fer-ho amb la xarxa mòbil.

En aquest context, ¿qui es resistirà de tant en tant a activar la càmera del mòbil per mostrar el seu passeig dominiat per la Barceloneta? ¿Quin pare enamorat de la seva família no aprofitarà Meerkat per imposar al món sencer imatges dels seus fills jugant al parc? ¿Qui no es veurà temptat a oferir des del seu seient al Camp Nou o Cornellà els moviments de Luis Suárez o Caicedo tot esperant atrapar un gol seu?

D'altra banda, Meerkat es diferencia substancialment dels vídeos que es poden compartir a Instagram o Vimeo. Es tracta de gravacions efímeres, que es produeixen en temps real i que un cop l'usuari deixa de prémer el botó de gravar amb Meerkat desapareixen per sempre i sense deixar rastre en cap dispositiu on s'hagin vist. Meerkat és l'Snapchat dels vídeos.

AL PRINCIPI ES PODIEN contemplar els vídeos a la nostra línia cronològica a Twitter, que bloqueja aquesta funció, de manera que només es poden veure en les aplicacions d'origen. Aquesta no és l'única limitació que li ha imposat Twitter, que també ha intentat impedir que Meerkat pogués tenir cap tipus d'accés al seu servei. Per què té tanta por una xarxa social consolidada d'aquesta aplicació novella?

Hi ha diverses raons. Tenint en compte que ja no és car fer vídeos en directe i si el procés és còmode –i amb Meerkat ho és– sens dubte aquesta activitat es posarà de moda. Què implica això? En primer lloc, que Twitter es pugui omplir de vídeos que mostren els seus usuaris, de manera que el seu consum d'ample de banda es dispari. Encara que no fos culpa de Twitter, computaria com un consum de dades alt i



produït dins del servei, la qual cosa podria provocar un *efecte Netflix*. Això implicaria que les operadores de telecomunicacions agafessin mania a Twitter com ja en tenen a Netflix perquè els col·lapsa les seves xarxes. En segon lloc, es dona un efecte de asimetria similar al que es va donar a Twitter en el seu dia. Aquesta asimetria és la que fa que una sola persona amb una piulada sigui capaç d'arribar a centenars de milers de seguidors, o fins i tot més, i modular les seves opinions respecte a un tema o un producte. La diferència és que Meerkat pot fer-ho amb la imatge, que val més que 140 caràcters.

PER TANT, SI ALGUN dia Twitter pensa en algun format publicitari en vídeo per a la seva xarxa –ja està pensant seriosament en aquesta possibilitat– pot donar per fet que Meerkat serà una tremenda competència. De moment diversos artistes, esportistes i líders d'opinió s'han donat d'alta a Meerkat i estan exposant vídeos de les seves activitats i vivències. Què passarà quan cobrin per ensenyar en els seus vídeos determinats productes? Es tracta d'una publicitat per la qual Twitter no veurà ni un ral.

En tercer i últim lloc, cal esmentar el poc control que Twitter tindria sobre el que s'emet; no només anuncis, sinó qui sap si partits de futbol sencers, cosa que violaria els drets d'emissió i crearia maldecaps legals a la xarxa social. O també, per què no, vídeos amb contingut sexual, prohibits per la política de la xarxa social de microblòguing.

¿Twitter vol tenir problemes seriosos amb la justícia? Amb Meerkat podria tenir-los. De moment, i per si finalment es veié obligada a bloquejar la nova aplicació i hagués d'acontentar les ànsies de *livestreaming* dels seus usuaris, ha comprat Periscope, una aplicació similar a Meerkat. —**Jordi Sabaté**



DRAMA AERI: EUROPA REFLEXIONANT I AQUÍ DISSONÀNCIES



LA GUSPIRA

Alfons Quintà
PERIODISTA

He vist més desastres i més sang del que em podria haver imaginat mai, en circumstàncies variades. No sé quants aixecaments de cadàvers vaig ordenar: en voldria oblidar el que hi vaig veure. Com voldria oblidar el meu cap i tot el meu cos sanguinós, en el front de guerra entre els talibans i les tropes del comandant **Ahmed Massoud**. També voldria oblidar els molts camps d'extermini nazi visitats, així com les presons i antres de tortura de la STASI, recorregudes a l'Alemanya alliberada del comunisme.

En tots aquells casos se'm podria dir «qui no vulgui pols que no vagi a l'era». Respecte al desastre aeri dels Alps, en la setmana que ara s'acaba, la cosa fou diferent. Ens arribà a casa per la televisió,

sense fer res.

D'entrada el que es veié fou horrible, mentre que aviat va empitjorar. Tothom podia imaginar el copilot veient, sense mostrar cap sentiment, com s'embarcaven en el seu avió adolescents dels quals ell sabia que aviat estarien morts, literalment desintegrats, per culpa seva.

El modest contrapunt va ser l'actuació dels ciutadans i de les autoritats de França, Alemanya i Espanya, per dir-ho en l'ordre de responsabilitats jurídiques objectives. En els tres països es va estar a l'altura i es va mostrar que encara hi perduren sentiments d'humanitat.

No seria tan taxatiu en relació a la Generalitat en general i a **Mas** molt en particular. Ho escric tal com raja, sense pretendre saber més coses que aquelles vistes per tothom, si bé tinc el lleu privilegi de poder estar veient la BBC i sobretot les cadenes franceses de TV, en especial les d'informació continuada BFM-TV i France 24. Foren excel·lents, excepte en voler fer creure que la primícia respecte al paper del copilot no havia estat revelada només pel diari *The New York Times* (com efectivament així fou) sinó també per l'agència estatal francesa AFP.

Aquesta s'havia limitat a reproduir-la,

citant com a font el gran diari de Nova York. Què hi farem. A França el xovinisme ha baixat molt però és una maldat multiseccular que encara fa ridículs cops de cua.

Le coses pitjors van venir després i des de Catalunya. Va ser l'actitud del president de la Generalitat. Totes les persones amb qui he parlat i que van veure Mas consideren (com jo mateix) que se li va veure massa el seu interès extrem per aprofitar-se'n políticament, remenant la cua.

Tanmateix, si diuen que la fe mou muntanyes, la fe independentista també podia moure pantalles. Si no és així, no entenc que es pugui comparar l'actitud neutra i objectiva d'**Hollande**, **Merkel** i **Rajoy**, amb la políticament interessada que molts –crec que una àmplia majoria– vam veure en Mas.

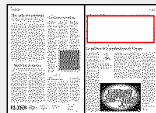
En aquest ordre de coses, hi hagué moments en què valgué la pena mirar la desvergonyida i gens recomanable TV3, malgrat que cadenes franceses van mostrar escenes (aquí omeeses) de gendarmes apartant delicadament el president català. Es podia recordar un meravellós curtmetratge de **Charlie Chaplin**, en blanc i negre, encarnant un pallús que,

en una carrera de cotxes, feia de tot per ser filmat.

Quant a les infules de la premsa governamental catalana no haig de dir res. És millor llegir-la. Sense por de fer riure, parlava dels «quatre presidents». Renoi, el que s'ha de fer quan es reben subvencions o quan es tracta de cadenes o de ràdios oficials, de mera propaganda!

Després van venir dos altres sotracos, ambdós de la mà del propagandista integral **Josep Cuní**, de la TV del grup Godó. Un fou les fotos de les encara presumptes víctimes i l'altre, una entrevista amb una mare d'un mort en l'accident. Tot va ser repugnant i mostrat justament com a tal a les xarxes, a internet. Finalment, es pot dir que la parella Cuní-**Pilar Rahola** és vista com el que és. Ha estat un pas del qual cal felicitar-nos. Cal fer-los confiança quant a acreditar el grau d'immoralitat en què ens ha fet caure Mas.

Mentre Europa reflexiona i actua amb la finalitat d'impedir la reiteració del que ha estat un drama immens, a evitar per sempre més, aquí, com sempre, estem dominats per monstruositats polítiques, inhumanes i, sortosament per a la humanitat, molt dissonants.



Dilemas informativos del vuelo GWI9525

DEFENSORA DEL LECTOR. Algunos lectores se preguntan qué valor noticioso tienen las fotografías de los familiares de las víctimas del avión de Germanwings. ¿Era necesario identificar al copiloto?

LOLA
GALÁN



Todos tenemos una máscara social, un gesto protector que oculta al mundo nuestras emociones. Una máscara que no resiste el impacto de la tragedia. Lo hemos visto en las fotografías de los familiares de las víctimas del vuelo de Germanwings que se estrelló en los Alpes franceses el martes, 24 de marzo. Imágenes de rostros descompuestos por el dolor, arrasados por las lágrimas, sin protección emocional alguna ante las cámaras de fotógrafos y operadores de televisión. En esa terrible desnudez han sido repro-

ducidos en las páginas de este diario, y en la práctica totalidad de los medios de comunicación de España, el país del que despegó el avión, y del que una cincuenta de pasajeros eran oriundos.

Algunos lectores han expresado su rotundo rechazo a estas imágenes tanto en las redes sociales, como en los comentarios a las noticias de la web. También se han quejado a esta defensora. Uno de ellos, Carlos Santos-Ramos, me ha enviado un largo mensaje en el que señala que su crítica no se limita a lo publicado por EL PAÍS. "Escribo", dice, "para invitarla a lanzar una reflexión general. Quiero con este correo intentar sensibilizar a su profesión sobre el tratamiento dado a estas víctimas. A diferencia de otras tragedias mediatizadas donde el dolor se muestra

sin ambages, quizás para desacreditar los hechos acontecidos y hacer pedagogía, considero que en el caso del accidente aéreo el material audiovisual y fotográfico en el que se muestra a los familiares de las víctimas en el momento de llegar al aeropuerto o en sus diferentes desplazamientos no tiene valor informativo ninguno ni de ningún otro tipo".

Otro lector, Fernando Aramburu, plantea una pregunta similar que, "desgraciadamente", dice, "hay que hacer a los medios, a este medio, cada vez que se produce una desgracia de este tipo. La pregunta es: ¿Las imágenes de los familiares de las víctimas sufriendo su inmenso dolor enriquecen en algo la información sobre la catástrofe?". Evidentemente, yo tengo mi propia respuesta: no. Suponen una ex-

posición no deseada de un aspecto íntimo de la vida de quienes pasan por ese trance".

He trasladado esta queja a Ricardo Gutiérrez, redactor jefe de fotografía, responsable de la selección de fotos tanto para la edición impresa como para la web. Gutiérrez me explica que a la mesa de su sección llegaron, desde pocas horas después de producirse el accidente hasta el viernes, más de 4.000 fotografías relacionadas con esta catástrofe. Un verdadero aluvión de imágenes. Todas se revisaron, me dice, "con el criterio que nos marca el código deontológico de la sección de fotografía de EL PAÍS. No publicamos aquellas imágenes que por su crudeza resultan casi intolerables. Pero, ante la

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



Dilemas informativos del vuelo GWI9525

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

magnitud de este accidente, no podemos dejar de mostrar el dolor de los familiares por la pérdida de los seres queridos. Hemos omitido, en primera página, la fotografía más dura que teníamos de los familiares en El Prat, pero hay que recordar que estamos informando de una tragedia que ha costado 150 vidas".

El director adjunto, David Alandete, añade: "EL PAÍS ha evitado escrupulosamente publicar en su portada imágenes reconocibles de familiares de víctimas. Las imágenes reproducidas han sido de restos materiales del avión, operaciones de rescate y, en la edición nacional del miércoles, un abrazo colectivo en el aeropuerto de El Prat donde no se veía ni podía reconocerse a ninguno de los familiares. En la página siete de la edición del miércoles, sólo se ha publicado una imagen de familiares no identificados, también en El Prat, tras ser informados del suceso, por su indudable valor informativo, en una instantánea ampliamente reproducida".

Es cierto que este diario, muy en sintonía con los medios homólogos en Francia y Alemania —por citar otros dos paí-

ses tocados por esta tragedia—, ha sido bastante sobrio en este apartado. Más en la edición impresa que en la web, donde hasta el jueves 26 de marzo figuraba una galería de imágenes con media docena de fotografías de familiares de las víctimas, visiblemente afectados.

Se trata de un tema delicado en el que colisionan el derecho a la información, que ejercemos los medios, y el derecho a la intimidad de los afectados. En mi opinión, la única forma de sortearlo es adoptando un criterio prudente que, sin hurtar información, evite caer en el siempre deplorable sensacionalismo. No es la actitud que tenemos, sin embargo, hacia las fotografías de guerras o catástrofes más o menos remotas. A menudo, las más terribles reciben premios periodísticos y son ampliamente difundidas.

Ha habido otro detalle importante de la cobertura del accidente aéreo en los Alpes que ha provocado alguna queja. Un lector, Álvaro Ceballos, me escribió el jueves, indignado ante la celeridad con la que el periódico reveló ese día, en su edición digital, la identidad y hasta una fotografía del copiloto del avión de Germanwings —filial de la compañía alemana Lufthansa—, que, según el fiscal de Marsella, estrelló deliberadamente el Airbus A320 contra el macizo de los Alpes.

Álvaro Ceballos se queja de que, mientras los medios digitales alemanes serios, como el semanario *Der Spiegel* online, decidieron no identificar al copiloto ni pu-

blicar su foto, "EL PAÍS, como muchos otros medios, publica el nombre y la foto del copiloto. Es más: esos datos son el objeto principal de una noticia, al menos en la versión en línea". Y añade: "Creo que este es un detalle revelador de la falta de escrúpulos que repetidamente manifiestan los medios españoles". A juicio de este lector, "una supuesta 'demanda de información' por parte de la opinión pública, y la justificación tácita de que todos hacen lo mismo conduce a presentar como noticia detalles privados de personas envueltas en situaciones delicadas y sujetas todavía a especulación".

He preguntado a Luis Doncel, corres-

Una abrumadora mayoría de medios ha publicado la foto y el nombre del copiloto

pensal en Berlín, por la cobertura que están haciendo los medios alemanes de este grave suceso. "La catástrofe de Germanwings ha generado un debate interesante", me explica en un correo electrónico. "Medios como *Die Welt* o *Focus* han renunciado a mostrar la cara del supuesto responsable de la muerte de 149 personas y a dar su apellido. El *Frankfurter Allgemeine Zeitung* dedica un artículo a explicar por qué sí publica su foto. Más matizada es la postura de *Der Spiegel*,

que en un primer momento solo se refería al copiloto como Andreas L. y que a finales de semana, cuando ya no quedaban dudas de su responsabilidad, empezó a nombrarlo con el apellido completo, según explica en su página web". Añade Doncel: "Me parece que, al margen de la decisión que finalmente tome cada medio, es una polémica enriquecedora y necesaria para todos los que nos dedicamos a informar".

En mi opinión, una vez que se supo el nombre del piloto que, según el fiscal de Marsella, estrelló deliberadamente el Airbus A320 de Germanwings, era razonable publicarlo. En cuanto a la fotografía sacada de su perfil de Facebook, el director adjunto, David Alandete, subraya que EL PAÍS la colocó en su portada del viernes, sólo después de que se produjera la comparecencia del máximo responsable de la investigación. El mismo criterio siguió una abrumadora mayoría de medios de comunicación de todo el mundo.

Era relevante también la información adelantada por medios alemanes, y confirmada después por la Fiscalía de Düsseldorf, según la cual, Andreas Lubitz había recibido una baja por enfermedad que tendría que haberle impedido ponerse a los mandos de una aeronave con otras 149 personas a bordo ese fatídico 24 de marzo.

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



MITJANS

Vols publicitat? Pots comprar-la sense gastar diners

A través dels intercanvis d'anuncis per accions, grans grups de comunicació com Mediaset i Atresmedia entren a l'accionariat de 'start-ups' emergents

EL PREU D'UN spot publicitari de 20 segons a Telecinco entre les vuit i les deu del vespre pot arribar a 17.500 euros. Unes tarifes difícils d'assumir per a moltes empreses, però encara més si ets una *start-up* emergent. Tot i això, veiem anuncis de Wallapop, Groupalia o El Armario de la Tele en les principals franges horàries dels grans canals de televisió d'Espanya. Totes són empreses tecnològiques de menys de cinc anys de vida i poc més de 50 treballadors. Com s'ho fan? Canvien accions de la seva empresa per campanyes de publicitat.

És el que s'anomena *media for equity*. A través d'aquest sistema, grans corporacions de comunicació com ara Mediaset, propietat de l'ex primer ministre italià Silvio Berlusconi; Atresmedia, que té canals com Antena 3 i La Sexta, i el Grupo Godó, al capdavant de *La Vanguardia*, RAC1 i 8TV, han entrat a formar part de l'accionariat de petites *start-ups* tecnològiques.

Es tracta d'un model de negoci que ja és comú en països com els Estats Units i Alemanya. Va sorgir als anys 90 i fins i tot hi ha agències especialitzades en la seva gestió, diu Marc Polo, professor de publicitat de la Universitat Ramon Llull. Tot i això, a Espanya ha començat a implantar-se fa un parell d'anys, com a mínim sota aquest nom.

El que hi guanyen les *start-ups* en aquest intercanvi és clar. "Crees marca, és el que s'anomena *branding*", diu Gerard Olivé, emprenedor en sèrie o *company builder* en el seu terme anglès, fundador, entre moltes altres, de Wallapop, BeFactory i BeRepublic. Olivé ha tancat diversos acords de *media for equity* i confirma que és un model en creixement a Espanya. Olivé va tancar el seu primer acord fa dos anys i mig. Un dels més coneguts, per exemple, va ser el que l'aplicació de venda de productes de segona mà Wallapop va tancar amb Atresmedia, el Grup Zeta i el Grupo Godó. Aquestes tres empreses van entrar a formar part de l'accionariat de l'*start-up* i, des d'aleshores, segons explica el seu fundador, han tingut 7 milions de descàrregues.

Tot i que el sistema és innovador, la finalitat és la publicitat convencional. Aplicacions tecnològiques multiplataforma troben molta rendibilitat en un tipus d'anunci clàssic. "És com col·locar el teu producte al prestatge adequat del supermercat", explica Gerard Olivé. Serveix per consolidar-se com a marca, i després la captació de clients es fa a través d'altres plataformes: directament des de l'aplicació o per internet. Aquest creador de *start-ups* en sèrie explica que el més habitual són inversions d'entre el 15% i el 30% de

l'accionariat. L'interès que poden tenir grans grups mediàtics en empreses tan petites no és purament econòmic. "Busquen diversificar els seus grups, però també ser a prop del focus d'innovació", aclareix Olivé. Segons el fundador de Wallapop, tot i que ara per ara aquestes operacions no els donen uns grans beneficis, "el mercat és conscient que s'estan creant empreses tecnològiques amb facturacions molt elevades, que en un futur poden ser les noves multinacionals del país".

Per a Marc Polo, no es tracta només de diversificar. "En un mercat madur, en què el preu dels espais publicitaris està força inflacionat, no és habitual que un mitjà intercanviï espais per accions així com així", explica. En la seva opinió, busquen aconseguir més "taca publicitària", és a dir, més marques en els seus anuncis.

Com que es tracta d'un mercat lliure, no es coneixen les quantitats invertides, però el cert és que les grans empreses de comunicació estan destinant milions a formar part de petites empreses tecnològiques amb grans perspectives al mercat. Ara per ara, Mediaset participa a La Nevera Roja, ByHours, Wallapop o El Armario de la Tele. Atresmedia també va entrar en les dues últimes esmentades i a Groupalia, i el Grupo Godó a PopPlaces, per exemple. Segons Olivé, això no implica cap canvi en la presa de decisions de les *start-ups*, però Marc Polo adverteix que es pot arribar a tenir participacions en empreses competidores, cosa que pot acabar dificultant-ne la gestió. —**Júlia Manresa**



La presència de les víctimes

ELS diaris estan al servei de la ciutadania. La seva tasca és informar sobre tots els fets d'interès que s'esdevenen. Exercir el periodisme equival a situar un mirall davant la realitat, que és canviant i presenta de vegades notes felices i de vegades, trets tràgics. El compromís del periodista passa per reflectir aquesta realitat, tant si és agradable com si no, explicant les coses tal com són. Sense recrear-s'hi ni incórrer en excessos morbosos. Però sense escamotejar aspectes que la defineixen i sintetitzen. Entre el sensacionalisme i la progressiva sostracció de continguts informatius hi ha una llarga tirada, i també un lloc per a l'equilibri, que és el propi de la premsa de qualitat.

L'aventura existencial, com sap qualsevol que hagi viscut prou, ens ofereix alegries i penes, dies de plenitud i dies de pèrdua. Un mitjà de premsa pot optar per ocultar algun d'aquests factors. Però no per això deixaran de produir-se, ni el lector estarà més ben informat o menys afligit, ni el periodisme complirà la seva funció de manera més responsable.

Casos com el del vol 9525 de Germanwings reobren el debat sobre la seguretat aèria. També el debat relatiu a quins són els límits de la informació. Hi ha consens, per exemple, que seria truculent publicar fotos que es recreessin en les restes mortals escampades sobre l'escenari de la catàstrofe aèria. No hi ha consens, en canvi, sobre la publicació de fotos en què apareguin parents de les víctimes expressant dolor. Hi ha qui opina que imprimir aquestes imatges constitueix una violació de la seva intimitat, malgrat que s'hagin pres en espais públics. Hi ha qui opina que, sempre que s'actui amb contenció i respecte, aquestes expressions tenen

un valor informatiu. Entre els partidaris de les restriccions no hi falta qui opina que les breus notes necrològiques en les quals s'individualitza el record de les víctimes estan fora de lloc. Encara que diaris com *The New York Times*, que té una qualitat acreditada, publicuessin al seu dia concises biografies de les víctimes de l'11-S. Potser perquè consideraven, com considerem en aquest diari, que una víctima no és un número més en un balanç luctuós, sinó una persona única i irrepetible, amb sentiments i afectes, amb sensibilitats i somnis, el record de la qual ha de ser preservat pels qui la sobreviuen.

Les víctimes del vol 4U9525 no mereixen que la fosa a negre que els ha donat una ment malalta tingui la seva prolongació en els diaris. Els familiars de les víctimes de l'accident de metro registrat a València el 2006, que va causar més de 40 morts, no mereixien esperar set anys, concretament fins a l'última emissió de Canal 9, per poder fer escoltar la seva veu a la televisió pública valenciana. No és amb el silenci o la foscor com es contribueix a divulgar i evitar que es repeteixin accidents o catàstrofes. Il·luminar l'actualitat ajuda a il·luminar el futur.

Els retrets a una cobertura periodística exhaustiva dels fets sorprenen més, potser, en uns temps en què la intimitat cotitza molt baixa, quan les joves generacions n'exhibeixen la seva sense pudor ni prudència a les xarxes socials. Però més enllà d'aquestes consideracions sociològiques hi ha en el nostre cas el compromís periodístic, que consisteix a revelar, no a ocultar, el que ha passat, cuidant les formes i el respecte, per tal d'oferir la informació millor i més completa. D'això parlem quan parlem de periodisme. I no hi renunciarem.



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

Interpretar els errors

Per més que l'han invocat durant anys, el follet de la impremta no existeix. El que existeixen són els errors. I quan es cometen cal assumir-los i aprendre'n les lliçons. Sota el títol "El Macba liquida la direcció", dimarts passat, a la pàgina 39, *La Vanguardia* va publicar una foto que gairebé ningú no va entendre. Era la imatge reproduïda en aquesta columna, però ampliada de tal manera que només en veiem la part emmarcada en blanc. La reacció dels lectors va oscil·lar entre la sorpresa, el dubte sobre la intencionalitat, la queixa per l'atreviment i fins i tot l'aplaudiment per l'originalitat. La interpretació més repetida relacionava, com una metàfora gràfica, el cessament de la direcció del Macba amb la figura amb el coll tallat i aquesta lectura permetia molts matisos, a favor o en contra, sobre la presumpta intencionalitat.

Però no hi havia intenció o, si més no, no era aquesta la voluntat. Era, simplement, un error tècnic. *La Vanguardia* està implementant un software nou en el procés de producció i, per un imprevist, el sistema no va respectar la reducció de la foto que havia de permetre adaptar-la a l'espai disponible a la pàgina. Només en va sortir imprès l'angle superior esquerre. L'error es va produir en la fase final del procés productiu i això explica un



LAURA GUERRERO

Jordi Sellas i Jaume Ciurana

Un error en la manipulació tècnica d'una foto genera un debat sobre la lectura i la interpretació de les imatges

altre dels dubtes d'alguns lectors. El peu de foto anava encapçalat amb el títol "El rostre de la crisi", referit a la preocupació que reflecteix la cara de Jaume Ciurana, assegut davant del micròfon, a la roda de premsa convocada per explicar la crisi. Aquesta frase encara va generar més confusió perquè a la foto no hi havia cap més rostre que el que s'intuïa escapçat.

Laura Guerrero, autora de la foto, explica al Defensor que li dol l'error però que ella també va intuir aquesta lectura en escollir la imatge. Explica que, tot i no semblar-ho, la roda de premsa és un dels exercicis més compromesos per a un fotoperiodista, perquè "tot passa en pocs minuts i cal saber captar els moments genuïns" per tal que la imatge tingui una mirada pròpia. En aquesta foto valora l'expressió i el joc de plans i no posa cap objecció al fet que Jordi Sellas hi surti tallat. Perquè "permet aquesta lectura subliminal que han fet els lectors" (encara que no sigui la persona destituïda) i, sobretot, ajuda a "focalitza el rostre de la preocupació".

Laura Guerrero, autora de la foto, explica al Defensor que li dol l'error però que

ella també va intuir aquesta lectura en escollir la imatge. Explica que, tot i no semblar-ho, la roda de premsa és un dels exercicis més compromesos per a un fotoperiodista, perquè "tot passa en pocs minuts i cal saber captar els moments genuïns" per tal que la imatge tingui una mirada pròpia. En aquesta foto valora l'expressió i el joc de plans i no posa cap objecció al fet que Jordi Sellas hi surti tallat. Perquè "permet aquesta lectura subliminal que han fet els lectors" (encara que no sigui la persona destituïda) i, sobretot, ajuda a "focalitza el rostre de la preocupació".

L'extensió d'aquesta columna no dona per reproduir textualment els comentaris dels lectors, alguns certament interessants. Però sí que permet una reflexió sobre la funció de les fotografies de premsa. Actualment, a l'era de la imatge, en el periodisme escrit encara ens sembla més greu un error en un text que en una foto. Caldria analitzar cada cas. Però el que queda clar és que els lectors no veuen les fotos com a simples recursos gràfics, sinó que hi busquen informació i es preocupen per trobar-hi el sentit. Més enllà de l'error, que cal lamentar, aquesta és la lliçó més important per valorar la veritable funció del fotoperiodisme.●

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



EL OYENTE

LUIS OZ

*Tragedias
y periodistas*

Tras el genocidio de Ruanda y atentados como los de Oklahoma (1995) y el 11-S (2001), el Dart Center publicó una guía, *Tragedias & Periodistas*, para cubrir mejor las guerras, las catástrofes, los atentados y los accidentes.

Muchos de los consejos incluidos en ella sirven perfectamente para la tragedia del Airbus320 de Germanwings que uno de los pilotos estrelló el martes contra una montaña próxima a Niza con 150 personas a bordo.

Algunos ejemplos: tratar a las víctimas como te gustaría que te trataran a ti si fueras una de ellas; escuchar; extremar el cuidado con las preguntas; no iniciar una entrevista nunca con las más duras; evitar frases como «lo comprendo» o «sé cómo te sientes»; ser riguroso con los datos; dejar que los parientes y amigos describan a sus seres queridos con sus propias palabras; apoyarse en citas y anécdotas; ignorar los detalles escabrosos que dan morbo y no aportan información alguna de valor...

Pocas veces se habían volcado los medios españoles tanto en un accidente aéreo. El hecho de que hubiera tantas víctimas españolas sin duda influyó. El despliegue de RTVE, sobre todo del equipo de las mañanas de RNE, durante tres días desde el lugar del accidente ha sido extraordinario.

La gran exclusiva, sin embargo, fue del *New York Times*. El artículo del día 25 firmado en París por Nicola Clark y Dan Bilefsky citando a un «senior French military official involved in the investigation» se ha confirmado punto por punto. No sabemos hasta qué punto pudo influir en la rapidez y transparencia con que, en pocas horas, el fiscal de la república francesa en Marsella, Brice Robin, dio a conocer la grabación de una de las cajas negras, que confirmaba lo publicado por el *Times*.

Las numerosas voces descalificadoras de la información del *Times* («filtraciones interesadas», «información que hay que coger con alfileres»...) sobran, pero es muy típico de España. Cuando un medio da una exclusiva, primero se cuestiona y luego ya veremos. El vicio nacional de la envidia, supongo.

Sin especialistas en las redacciones, es muy difícil responder con rigor y eficacia a las tragedias; sin buen reporterismo, no hay buen periodismo; sin información independiente y de calidad de los medios, las autoridades y las empresas siempre tratarán de ocultar lo que les perjudica, aunque se les llene la boca de llamamientos a la prudencia y a la responsabilidad.

Los recortes y la funesta manía de creer que «todos valemos para todo» son incompatibles con una información rigurosa y solvente. Cosechamos lo que sembramos.



PERIODISMO EL ESCRITOR CUBANO ESCRIBIRÁ EN LA PÁGINA DE OPINIÓN

JUAN ABREU, NUEVA 'VOZ' EN EL MUNDO

EL MUNDO BARCELONA «Voy a ser lo más políticamente incorrecto posible». Así se presenta el escritor cubano Juan Abreu, nueva firma de EL MUNDO de CATALUNYA. Llano y directo, dispuesto a opinar «de todo» y a escribir «lo que la gente no quiere escuchar».

Artista plástico y columnista, huyó de Cuba en 1980 junto a Reinaldo Arenas, a quien retrataría en *A la sombra del mar* (1998). Tras vivir unos años en Miami, donde colaboró en diarios locales, Abreu recaló en Barcelona, una llegada que re-

trata en su próximo y primer artículo en este diario el martes. El autor cubano pasa a formar parte de la lista de colaboradores de la página de opinión. «Se trata de una memoria personal sobre mi llegada donde comparo la realidad americana con la europea desde la mirada angustiosa de quien no está en su tierra», avanza.

«No soy muy patriota, nuestra fortaleza moral aumenta con la distancia», advierte sobre la relación con su Cuba natal y el síndrome de pertenencia. Una filosofía que de-

fenderá en un año marcado por las citas electorales y el proceso soberanista catalán.

«No tengo ninguna simpatía por el nacionalismo», rubrica Abreu, quien se ganó la antipatía de los defensores del independentismo con el libro *Rebelión en Catanya*, donde carga contra los que optan por la separación. «Se sobredimensiona el problema. Veo una diferencia enorme entre la realidad y lo que sale en los medios de comunicación, donde parece que haya una crisis por ser español», asegura.

Además de afirmar con rotundidad que escribirá a menudo de política, Abreu cree que los catalanes «viven muy bien y están muy a gusto con su estatus». «La secesión va en contra del sentido de la Historia», concluye.

También opinará sobre el panorama cultural catalán. Este escritor y columnista quiere analizar de una manera «más reposada» y a «otro ritmo» lo que ocurre en Barcelona. «Este formato es mucho más interesante, se acerca más a la literatura que al periodismo», resume.



Salvador Cot abandona la direcció de Nació Digital

Salvador Cot abandona la direcció de Nació Digital de comú acord amb l'empresa després de cinc anys al càrrec. Cot, gran expert en mitjans digitals, ha agraït la feina dels últims anys molt especialment a l'editor del mitjà, Miquel Macià. El periodista avalua a hores d'ara dues ofertes

professionals: una en l'àmbit dels mitjans públics i l'altra procedent d'un diari digital. Nació Digital no ha fet públic qui rellevarà Cot i, fins que arribi el moment, ell continuarà exercint les funcions de director. La nova estructura directiva del diari es coneixerà els pròxims dies.



Adéu a una escriptora compromesa, feminista i prolífica

Ahir a la tarda va morir a Barcelona Margarita Rivière, una de les figures més representatives del periodisme espanyol als anys de la democràcia. Nasqué a Barcelona el 1944, va estudiar Periodisme a l'Escola de l'Església i es va llicenciar en Filosofia i Lletres per la Universitat de Barcelona. Posteriorment va estudiar disseny a París. Després d'una etapa com a corresponsal de la revista francesa *Marie Claire*, es va incorporar el 1971 a la revista de monografies econòmiques i socials *Dossier Mundo*, del grup *Mundo*.

Margarita Rivière va ingressar el 1974 al *Diari de Barcelona*, on va treballar a la secció de local i al dominical. En la crisi del diari que va tenir lloc el 1978, va estar entre els redactors que van abandonar la redacció. Va treballar després a la revista *Bazar* i posteriorment va passar a *El Periódico*. Va ser directora de l'agència Efe a Barcelona i posteriorment es va responsabilitzar de l'entrevista diària de *La Vanguardia*. Els últims anys col·laborava regularment a *El País* *Catalunya* i, de manera ocasional, al suplement *Cultura/s* d'aquest diari.

La capella ardent s'obrirà avui al migdia al tanatori de les Corts. El funeral tindrà lloc demà a les 10.



EN FAMÍLIA. Margarita Rivière apareix en la imatge al seu domicili barceloní al costat del seu marit, l'escriptor Jorge de Cominges. Van ser pares d'Hugo i Clara

MARGARITA RIVIÈRE

El periodisme crític i entusiasta

Mor una figura emblemàtica de la informació en democràcia

SERGIO VILA-SANJUÁN
Barcelona

Fa unes setmanes Margarita Rivière em va trucar per demanar-me que participés en la presentació del seu llibre *Clave K*, amb Xavier Vidal-Folch, a la llibreria Mas Bernat. Parlava amb veu ronca i murmuradora, i en aquell mateix moment vaig tenir la impressió que ella no vindria a l'acte. Des de fa temps un emfisma pulmonar li complicava, cada vegada més, la vida. Finalment dimecres passat va ser present a Mas Bernat, mitjançant una intervenció gravada en vídeo aquell mateix matí, l'últim esforç, perquè ja es trobava molt malament, per donar suport a la seva primera novel·la, en la qual creia i que ara constitueix el seu testament periodístic i literari. Encara que amb les energies minvades, l'entusiasme i la vehemència de Margarita s'han mantingut fins a l'últim moment.

Margarita Rivière ha estat una autèntica institució en la premsa espanyola i en la vida barcelonina. Ha treballat com a firma estrella als principals mitjans del país, va ser delegada a Barcelona de l'agència Efe (sota la seva tutela es va posar en marxa el 1992, any olímpic, el servei de notícies en

català), va publicar una àmplia bibliografia i va encarnar com pocs la figura del periodista progressista dels anys de la transició.

Filla d'un important publicitari, la seva ascendència de l'alta burgesia li va brindar un coneixement de les interioritats de la societat catalana que mai no va ser

complaent, sinó molt crític. Interessada en els seus inicis com a periodista pel tema de la moda, malgrat que personalment era l'antitesi d'una persona presumida, va acabar dedicant-hi diversos llibres (*Diccionario de la moda*, *La moda ¿comunicación o incomunicación?*, *Lo cursi y el poder de la*

moda), que van fer d'ella una autoritat en la matèria.

Va passar pel combatu *Diari de Barcelona* de Tristán la Rosa i per *El Periódico*, informant i opinant, amb veu compromesa, sobre les transformacions de l'època; va recollir els seus perfils de polítics de llavors en el seu volum del 1984 *La generación de la transición*. A la segona meitat dels anys noranta es va incorporar a *La Vanguardia*, on va fer l'entrevista diària de contraportada, antecedent de l'actual *Contra*. Una feina que va recopilar fa poc a *Diálogo con la política, la cultura y el poder*. Els últims anys col·laborava regularment sobretot a *El País*.

Encara que en certes èpoques se la considerava pròxima a posicions socialistes, ella es veia a si mateixa sobretot com una professional independent, una cosa que va saber demostrar. En els últims temps va donar suport amb la seva firma i la seva presència a algunes iniciatives dels Federalistes d'Esquerra.

I és que la reflexió sobre els mit-



#tuitsdecultura

Día muy triste. Se nos ha ido la gran Matilde Conesa. Una de las mejores personas/compañeras que he conocido: cercana, amable, íntegra, sabia...

@ClaudioSensasao
Claudio Serrano Actor de doblatge

Si avui les dues han de ser les tres, OK, però que arribi immediatament la primavera o que em tornin els diners.

@DolorsBoatella
Dolors Boatella Contralt i creativa



Siempre es un honor cantar en las exposiciones de mi admirado y querido #TanoPisano #canquintana #torroellademontgrí

@Sperezacruz
Silvia Pérez Cruz Cantant

Gran noticia la apertura del Museo #PompidouMalaga. Gran ironía que lo presida quien tanto hace por cercenar la cultura en España.

@pperezf
Pedro Pérez Expresident de Fapae



DAVID AIROB

jans, la seva incidència social i la seva relació amb el poder polític va constituir una constant del seu treball. A *La fama. Iconos de la religión mediática* reflexionava sobre com la pressió política sobre la premsa dels anys del franquisme havia donat pas a la pressió dels interessos econòmics i els gabinets de comunicació. A *El problema*, de 1999, analitzava la inestable relació entre Madrid i Barcelona en els diferents nivells d'influència.

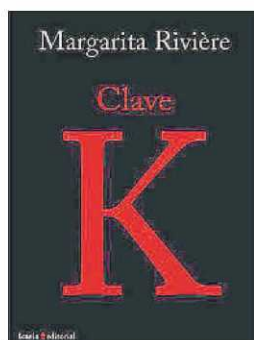
El seu compromís permanent i fonamental amb el feminisme va quedar patent ja des dels anys setanta en llibres com el que va fer amb Santiago Dexeus, *Anticonceptivos y control de natalidad*, molt difós, i en altres de posteriors, com ara *El mundo según las mujeres* o *El placer de ser mujer*, títol irònic ja que mentre el buscava "només rebia desenganys, brams, calbots, esgarips i exorcismes". "El millor feminisme avui és una esforçada saviesa de l'avenir, una saviesa plural, multidisciplinària, oberta i curiosa", assenyalava.

Encara que la coneixia des dels anys vuitanta, vaig tenir l'oportunitat de tractar-la regularment als anys d'enlairament de la revista *Qué Leer*, el model del qual havia elaborat i que dirigia el seu marit, l'escriptor Jorge de Comínges. Amb ells i amb Jesús Ullé, Eli-



DAVID AIROB

Amb Javier Godó, editor de *La Vanguardia*, i Luis Racionero



ÚLTIMA ENTREGA.
Escrita fa quinze anys però publicada ara per Icaria, va ser

presentada dimecres passat a la llibreria Mas Bernat, de Barcelona

FEMINISME

El seu llibre sobre anticonceptius amb Santiago Dexeus va ser un supervendes

senda Nadal i Toni Iturbe ens vam reunir mensualment durant anys en intensos consells de redacció amenitzats per l'humor i bones dosis de xafarderia. Margarita, l'energia personificada, cridava l'atenció sobre els pensadors polítics i socials més innovadors que anaven apareixent en el panorama. Un temps després d'aquesta experiència, ja amb seixanta anys complets, va tenir l'humor de cursar el doctorat en Sociologia.



ARXIU

Margarita Rivière conversant amb la reina Sofia

THRILLER POLÍTIC

El seu testament literari ha estat 'Clave K', un 'House of cards' a la catalana

Va llegir la tesi sota la direcció del seu amic i mentor Salvador Giner. Margarita, ja ho he dit, era crítica amb la societat en la qual vivia. Fa quinze anys va decidir escriure una novel·la política els temes de la qual tenen notables paral·lelismes amb situacions dels anys vuitanta, en el moment de consolidació del pujolisme. Una petita venjança amb un temps i una atmosfera que la disgustava, però també un thriller sobre el poder

amb valor extraterritorial. Cap editor no es va atrevir llavors a publicar-la. En els últims mesos la situació ha fet un conegut gir i l'editorial Icaria s'ha animat a fer-ho. *Clave K* és el *House of cards* de la política catalana i una obra que, sense esquivar la paròdia i la caricatura –és ficció, no periodisme!–, convida a la reflexió sobre els entrellats de la vida política.

Volies veure aquesta novel·la a les llibreries, Margarita, i amb la seva característica tenacitat no has desistit fins a aconseguir-ho. Trobaré molt a faltar la teva positivitat, tan estimulant; els teus judicis aguts i informats i les teves rialles contagioses. El meu afecte i les meves condolences per a Jorge i per als vostres fills, Clara i Hugo.●



Margarita Rivièrè, una periodista tenaz y una prolífica ensayista

Rompió tabúes sobre el periodismo, la cultura, la mujer, la moda y la política

XAVIER VIDAL-FOLCH

Antes de hora, falleció la periodista Margarita Rivièrè. Tenía setenta años y se fue a las cinco de la tarde de ayer, desde Barcelona. Publicó miles de artículos y entrevistas y más de treinta libros, todos interesantes.

Una enfermedad del pulmón, molesta y lacerante, doblegó su cuerpo frágil, pero no aplacó su tesón, ni su ironía. Hasta el minuto final estuvo al mando de su vida, también la profesional, escribiendo sus artículos de análisis en este diario. Y participando en el acto de presentación, aunque ya por mensaje audiovisual, del último de sus treinta y muchos libros, *Clave K*, mordaz fábula moral en formato de *thriller* sobre el ejercicio del poder en Cataluña.

Era su primera novela, redactada hace quince años, pero no publicada hasta ahora por miedo editorial a ese mismo poder. Deseó que la disfrutasen todos, se despedía. Era el miércoles. Y para no incordiar ni teñir su casa de tristeza, pidió ingresar, el viernes, en una clínica donde agotar sus horas finales.

Ese imperativo de los últimos días ha impregnado toda su trayectoria: inquietar siempre a los poderosos (de cuyo mundo procedía), nunca molestar a las gentes de bien (entre quienes destacaba). Periodista, madre de dos periodistas, Clara y Hugo, y esposa del periodista y novelista Jorge de Comínges, la noticia circuló por sus venas hasta el último aliento. Desde el primero como redactora jefe de *Dossier Mundo* (1971-74), seguido como jefa de la sección de Cultura en *Diario de Barcelona* (1974-78), y en el mismo puesto en *El Periódico de Catalunya* durante los diez años siguientes. Fue luego directora de la agencia Efe en Cataluña (1988-1992), tras lo que se concentró en sus entrevistas y artículos en los tres principales diarios del mercado catalán.

Aunque halló insólito hueco para otras muchas tareas, como inventar revistas (*Qué leer*), dirigir



Margarita Rivièrè, en enero de 2002. / VICENS GIMÉNEZ

programas de televisión (sobre el amor), escribir guiones (para las ceremonias de apertura y clausura de los Juegos Olímpicos de Barcelona), dirigir colecciones de ensayo (*El círculo cuadrado*, en Plaza&Janés). Siempre con amabilidad, con buen gusto, con un estilo apasionado y a la vez severo, acogedor y frugal.

Aguda, intensa, rebelde, ha sido la periodista escrita que mejor supo formular preguntas (y esbozar respuestas), el principio y la base de nuestra profesión. Re-

cientemente editó una cuidada selección de sus entrevistas en *EL PAÍS*, *El Periódico* y *La Vanguardia*, donde ocupó plaza todos los días, ejercicio agotador que en su caso, incansable, no se notaba: del Lute a Edgar Morin, de Yoko Ono a Juan Carlos I (*Entrevistas*, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona).

Rivièrè deja en el retrovisor una generosa carrera en un oficio al que dio mucho más de lo que recibió. Porque en su inicio, en los primerísimos años setenta, antes

de los estertores de la dictadura, ser mujer era obstáculo enorme en un entorno machista; ser democrata, todavía un estigma; ser progresista, un desafío al régimen; proceder de la cultura literaria castellana más que de la resurgente catalana, una molestia para algunos ambientes de la resistencia.

Pero además, ser hija de la burguesía, y de la potente por ambos apellidos, resultaba imperdonable. Tanto para los que se sentían traicionados por una de *los suyos*; como para algunos del otro lado que utilizaron hasta anteaer esa sansez del azar genealógico como baza para intentar deslegitimar sus argumentos, desplegados siempre con respeto y sensatez desde cualquier puesto, y sobre todo a través de su tarea última, el articulismo de opinión.

Rivièrè usaba las razones propias de quien sabía dudar mucho sin amilanarse por hacerlo en público. Pero que también braceaba sin desmayo contra todo tabú y en todas las causas que alimentó.

Fueran la de la rebelión frente a la condición subalterna de la mujer o la de la modernidad a través de las nuevas tendencias y la moda, la del europeísmo como gran apuesta contra todo parroquialismo o la de la cultura como una continua interrogación, la del federalismo como receta supradadora de los enfrentamientos por la cuestión nacional o la del periodismo libre e irreverente frente a los crecientes intentos de secuestrarlo, que le apesadumbraban. A esas causas dedicó varios libros, pues no hacía apenas otra

cosa que trabajar, y estar siempre al día: te llamaba, alborozada, al descubrir algún texto recién aparecido, ajeno: "Sobre todo, no dejes de leerlo, es imprescindible, y a ti te gustará aún más que a mí".

De los suyos, solo recordaré algunos de mis preferidos, entre los que marcaron época. En tendencias y moda, el inicial *La moda, ¿comunicación o incomunicación?* (Gustavo Gili, 1977) y la sugerente *Historia de la media* (Hogar del Libro, 1983). Sobre la condición de la mujer, *Anticonceptivos y control de natalidad* (La Gaya Ciencia, 1977) y *La aventura de envejecer* (Plaza & Janés, 1987), ambos con Santiago Dexeus. En política, *Un rebelde en el poder: Pasqual Maragall* (con Xavier Febrés, Plaza & Janés, 1991), biografía no autorizada del entonces alcalde de Barcelona, injustamente olvidada. Entre los dedicados al periodismo y la cultura, *La Fama. Iconos de la religión mediática* (Crítica, 2009), su tesis doctoral en Sociología.

Sí, en el trepidante ambiente de la noticia y los súbitos cambios culturales que le tocó interpretar, la Rivièrè encontró horas para escribirla, "porque quiero profundizar más", se excusaba ante quienes le recriminábamos tanto despliegue, quizá porque nos desbordaba sin quererlo.

Acababa de lanzar su último libro, 'Clave K', una parodia del poder catalán

Lo hizo todo en periodismo cultural y de agencia, con frugal dignidad

Y la defendió con energía y suavidad ante un riguroso tribunal de tesis, con el apoyo de Salvador Giner, en una sesión memorable que ojalá se hubiese grabado. Pero Margot no fue jamás vanidosa, aunque su trayectoria, los premios recibidos y sus aportaciones —las profesionales, y las aún más importantes a la cordialidad—, lo hubieran justificado. "Me ha importado más hacer mi trabajo con dignidad que defenderlo con uñas y dientes", alegaba. Fue grande. Y aunque hoy la lloremos, sigue viva. Si no lo creen, léanla.



Dick Costolo Consejero Delegado de Twitter

“Twitter pretende diversificar su estrategia a largo plazo”

Nicolas Rauline PARÍS.

A la cabeza de Twitter desde hace cuatro años y medio, Dick Costolo ha sido criticado por los mercados, impacientes por los resultados de la empresa, en términos de número de usuarios y rentabilidad. Pero el cierre del último año y las perspectivas para este año parecen haber tranquilizado a los analistas.

De paso por París estos días para presentar la segunda edición de la Semana de los Museos, que tuvo lugar la semana pasada y fue organizada por Twitter, realizó unas declaraciones a *Les Échos* sobre la evolución del modelo económico de la red social.

Aparte de la Semana de los Museos, que es el objeto principal de su visita, Francia parece cobrar cada vez más importancia para Twitter. ¿Le sorprende?

Honestamente, debo decir que todos mis equipos, en Estados Unidos (EEUU), Reino Unido, me han dicho de venir aquí. Y no sólo por la calidad de los restaurantes, que aprecio, sino por el dinamismo del entorno, la calidad de los equipos de Twitter aquí... Actualmente, tenemos unas treinta personas en París, invertimos en este mercado, existen hay verdaderas oportunidades.

Una cuestión redundante es la del crecimiento de su base de usuarios. ¿Está satisfecho con estas cifras?

Siempre queremos conseguir más, no obstante, cabe señalar que hemos alcanzado una audiencia global. Tenemos cerca de 300 millones de usuarios activos pero 500 millones de personas consultan también Twitter todos los meses del año sin estar conectados.

¿Cómo monetizar la audiencia de Twitter, que actualmente no está monetizada?

Adoptaremos la misma organización que en nuestros productos publicitarios actuales. En última instancia, los usuarios no conectados verán las mismas publicidades, los mismos *tuits* patrocinados que los usuarios que sí están conectados. No tenemos necesidad de crear nada nuevo, los productos actuales funcionan muy bien. Pero esto no será inmediato: primero queremos asegurarnos de que la experiencia de usuario sigue siendo buena.

Precisamente la oferta publicitaria ha evolucionado mucho en los últimos tiempos. ¿No hay previsto al-



REUTERS

Más usuarios:

“Queremos conseguir más, pero ya hemos alcanzado una audiencia global”

Publicidad:

“No tenemos necesidad de crear nada nuevo, los productos actuales funcionan bien”

Ingresos:

“Continuamos estando financiados por la publicidad y continuaremos así mucho tiempo”

¿gún otro cambio en vuestra existencia red social?

No, la acogida del mercado ha sido favorable a esta simplificación de nuestra oferta. Tenemos formatos eficaces similares a los contenidos clásicos sencillos, innovadores, móviles... La prueba es que los demás los copian.

¿No comparte entonces las inquietudes del mercado sobre las perspectivas de la empresa y el hecho de aún no sea rentable?

No, estamos construyendo una estrategia a largo plazo. Por ejemplo, en la era de los móviles, somos sin duda la empresa más móvil: 140 caracteres, por definición, es móvil. Nuestra audiencia procede en un 80 por ciento del móvil. Y nuestra prioridad hoy en día es aportar a la sociedad nuevas capacidades.

¿Se refiere a diversificar las fuentes de ingresos, por ejemplo? Este parece ser uno de sus ejes de crecimiento...

Sí, efectivamente. Lo más natural, para nosotros, son los datos. Es el sentido de nuestra colaboración con IBM. Vamos a continuar ayudando a las empresas a analizar los datos. Tenemos también Fabric, un conjunto de herramientas puestas a disposición de los desarrolladores de

aplicaciones móviles (para analizar los fallos de programación, la audiencia o incorporar publicidad, NDLR). Se trata en este caso de una estrategia a largo plazo: nuestro objetivo es que cada desarrollador de aplicaciones se acostumbre a utilizar nuestras herramientas. Y experimentamos en otros campos, como el comercio móvil, el pago, etc. Continuamos siendo una empresa principalmente financiada por la publicidad y continuaremos así sin duda mucho tiempo pero Twitter debe diversificarse.

Las autoridades francesas han solicitado mayor colaboración a las plataformas como Facebook y Twitter en la lucha contra la violencia y el terrorismo. ¿Cuáles son las vías en las que trabajan?

Seremos más contundentes en la lucha contra el acoso, contra la violencia en general. Esto supone un refuerzo de los medios humanos y también herramientas tecnológicas automatizadas, más eficaces. Estoy muy satisfecho del trabajo realizado por nuestros equipos estas últimas semanas y no hay que olvidar que movimientos extraordinarios han nacido en nuestra plataforma, podemos empezar por *JeSuisCharlie*.

© Les Échos



El periodisme perd Rivière

Firma destacada dels grans diaris barcelonins durant anys, també deixa una notable obra assagística

JOAN CALLARISSA
BARCELONA

La periodista Margarita Rivière va morir ahir a la tarda, als 70 anys, a causa d'una malaltia pulmonar que l'havia afectat durant els últims temps i que li havia impedit poder ser la setmana passada a la presentació del seu últim llibre, *Clave K*. Es tracta d'una novel·la escrita fa quinze anys que repassa com s'exerceix el poder a Catalunya i que llegida avui resulta tota una premonició.

Clave K, però, és només un dels molts títols que acrediten que la catalana era també una excel·lent escriptora –principalment assagista–, a més de periodista, professió en la qual haurà deixat empremta. La seva fama de treballadora incansable es feia més palesa que mai ahir a la tarda, quan la majoria dels mitjans repassaven la seva trajectòria professional, plena de càrrecs de responsabilitat en el món de la comunicació. El 1992, per exemple, va ser l'encarregada de posar en marxa el servei de notícies en català de l'agència Efe, de la qual va ser directora a Catalunya.

Professionalment, Rivière va començar a treballar encara durant el franquisme: uns anys difícils per al periodisme. Del 1971 al 1974 va exercir de cap de redacció a *Dossier Mundo*. Després del seu pas per aquest mitjà va passar a *Diario de Barcelona*, on va ser la cap de la secció de cultura fins a l'any 1978. Un càrrec que va tenir també a *El Periódico de Catalunya* fins al 1988.

Periodista de prestigi

En aquell moment va ser quan Rivière va passar a la direcció de la delegació d'Efe a Catalunya, on va treballar fins al 1992. Era l'any dels Jocs Olímpics de Barcelona i en aquell moment se li va confiar la redacció del discurs inaugural i del de clausura de l'esdeveniment, mostra del reconeixement que tenia dins de la professió.

Potser per aquest motiu molts dels que la coneixien en parlaven com una dona que destacava com a coneixedora i estudiosa de diferents àmbits i no només pels càrrecs que havia ocupat com a periodista. El seu coneixement del món de la moda, àmbit pel qual es va interessar professionalment quan va començar en el periodisme, n'és un exem-



UN REFERENT
Rivière a la presentació, el 2013, del recull de les seves millors entrevistes. TONI GARRIGA / EFE

ple. Va escriure diversos llibres sobre aquesta temàtica, que la convertien en una autoritat en el sector a Catalunya. Alguns dels títols que més vigència tenen encara són *La moda, ¿comunicación o incomunicación?* o *Lo cursi y el poder de la moda*.

Però no va ser rellevant només en el coneixement del món de la moda. Rivière va destacar també en la seva

Polifacètica
Els problemes de la dona, la moda o la política van ser àmbits del seu interès

faceta de feminista. Arribada al món del periodisme en plena dictadura, els càrrecs que va ocupar en els seus primers anys d'exercici li van donar veu en unes esferes eminentment masculines. Potser per això, al llarg de la seva trajectòria va escriure llibres com *El mundo según las mujeres* o *El placer de ser mujer*. Sobre la qüestió de gènere també destaquen

títols com *Anticonceptivos y control de natalidad* (coescrit amb el doctor Santiago Dexeus) o *La aventura de envejecer*.

Un dels gèneres periodístics en els quals Rivière és més reconeguda és el de l'entrevista. En aquest format va demostrar que podia enfrontar-se a diversos tipus de personatges. Així queda reflectit al llibre *Entrevistas*, que agrupa les converses amb personatges de primera fila tan diferents com Yoko Ono, el Lute o Edgar Morin. De fet, com a entrevistadora se la recorda perquè va publicar durant anys diàriament a la contraportada de *La Vanguardia*, una tasca que demostra també la seva capacitat de treball.

Rivière era una firma reconeguda que molts mitjans van voler tenir a les seves pàgines. Va publicar en diferents etapes a *El País*, *La Vanguardia* o *El Periódico*. La política tampoc va ser un tema aliè a aquesta periodista polifacètica. Però no només com a element sobre el qual va escriure i opinar, sinó com a element de compromís. D'origen burgès, era coneguda per les seves posicions progressistes i en els últims temps havia donat suport a Federalistes d'Esquerra.

EL BITLLET

Compromís amb la Transició

Potser el desengany és un dels motors més amargs però alhora de més potència. "La incultura de la burgesia barcelonina que vaig conèixer no la vull ni per al meu pitjor enemic", explicava Margarita Rivière en una entrevista recent. I, efectivament, va omplir de cultura milers d'articles i una trentena de llibres que componen un corpus perfecte per entendre com va ser el periodisme de la Transició. Un periodisme que es podria resumir en tres característiques, que ella encarnava model·licament tot i el seu origen familiar atípic: compromís

ciutadà –amb el periodisme i la política–, voluntat modernitzadora i pretensió popular –que no populista–, ja fos en els seus assajos sobre moda o als centenars d'entrevistes a personatges que també escriuen el relat col·lectiu de l'època, però des de posicions discretes o anònimes. Una altra dimensió rellevant d'ella va ser el feminisme, transversal en tota la seva obra periodística. Per desgràcia, en aquest camp no tots els seus coetanis van empenyer amb la mateixa decisió i encara hi ha molta feina pendent.

ALEX GUTIÉRREZ
CAP DE LA SECCIÓ DE MÈDIA





TRIBUNALES SENTENCIAS DE LA AUDIENCIA NACIONAL

LAS MULTAS DE LA SETSI 'REVIVEN' CONTRA MEDIASET

No sólo la CNMC insiste en sancionar al grupo de Telecinco: también el organismo que asumía esas funciones hasta 2013

EDUARDO FERNÁNDEZ MADRID

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) está pendiente de Mediaset, una vigilancia que se traduce en decenas de sanciones -42 el pasado año-. El grupo de televisión, por su parte, cuestiona «la abundancia anormal de expedientes» procedentes del actual organismo regulador. Sin embargo, las multas dirigidas al grupo de Telecinco y Cuatro no tienen a la CNMC como único origen. Tres nuevas sentencias a las que ha accedido EL MUNDO imponen multas de 355.132, 119.001 y 106.001 euros por emitir, respectivamente, comunicaciones comerciales en *Deportes Cuatro*, episodios inadecuados de la serie *NCIS* en horario de protección reforzada y más interrupciones de las permitidas en la película *Stargate*. ¿El total? 580.134 euros.

Estos fallos de la Audiencia Nacional han tomado una vía judicial al presentar Mediaset recursos contra resoluciones de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (Setsi), que asumía las funciones de la CNMC antes de puesta en marcha de esta última, en octubre de 2013. No cabe recurso contra ninguno de los fallos, salvo por petición de unificación de doctrina, algo que rara vez se admite siquiera a trámite.

El fallo correspondiente a *Deportes Cuatro* desestima el recurso contencioso-administrativo de Mediaset y la condena a pagar 355.132 euros. La causa radica en unas inserciones publicitarias aparecidas en 2012 en *Deportes Cuatro* y *Deportes Cuatro 2*. «Se muestran la marca Adidas, los productos, las tres rayas de la marca, el logo Casillas is all in y All in», expone el fallo. «Is all in es el lema de la campaña más cara de la marca», por lo que la Audiencia cree que los hechos reúnen «todos y cada uno de los requisitos exigidos» para ser considerados «publicidad encubierta».

La segunda infracción se produce por la emisión en 2012 de contenidos inadecuados durante el horario de protección reforzada. En este caso, la Audiencia Nacional mantiene una sanción por infracción grave (119.001 euros) y deja sin efectos otra por infracción leve (25.000 euros). Dos capítulos de la



Los presentadores del programa 'Deportes Cuatro' Manolo Lama y Manu Carreño. MEDIASET

serie *NCIS Los Ángeles* se visionaron en Cuatro entre las 18.30 y las 20.00 horas con la calificación de no recomendados para menores de 7 años (NR7), inapropiado según la Setsi. «La violencia explícita, con escenas impactantes (...) ha de considerarse susceptible de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores».

La tercera de las sentencias costaría a Mediaset 106.001 euros, como consecuencia de la inserción en 2010 de cuatro interrupciones en *Stargate*, una película de sólo 110 minutos y emitida por el canal FDF.

Este mismo mes se confirmó, también a través de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, la imposición de otra multa de 167.001 euros por la redifusión del programa nocturno *Sálvame deluxe* un sábado por la tarde, con la calificación de no recomendado para menores de 12 años en vez de no recomendado para menores de 18.

Las sentencias que aún colean de la Setsi son contadas en comparación con las provenientes de la CNMC. En febrero, este último órgano abrió un expediente sancionador a Mediaset por desoír un requerimiento y emitir en 2014 varios capítulos de *Crónicas carnívoras* en

Energy con una calificación de edad inadecuada, un incumplimiento tipificado como grave que podría conllevar una multa de entre 100.001 y 500.000 euros. Sólo una semana después, la CNMC le incoó otro expediente por irregularidades detectadas entre diciembre de 2014

y febrero de 2015 en el programa de Telecinco *¡Qué tiempo tan feliz!*, otra infracción de tipo grave que supondría igualmente una multa de entre 100.001 y 500.000 euros.

Así ha comenzado este año para el departamento jurídico de Mediaset; el pasado, se cerró con un aviso de la CNMC para que el grupo adecuara la calificación por edades de *Sálvame diario*. Esto provocó la partición del espacio vespertino en dos mitades: *Sálvame naranja* y *Sálvame limón*.

Además, la pasada semana la CNMC declaró que Mediaset «ha reiterado en el incumplimiento» de un compromiso de la fusión de Telecinco y Cuatro relativo a la comercialización de publicidad. En febrero de 2013, Competencia ya impuso una sanción de 15,6 millones de euros por no ajustarse el operador a los compromisos derivados de la fusión.

Tal y como recogió *vozpopuli.com*, la compañía de Telecinco recibió 42 sanciones de la CNMC en 2014, por valor de 393.000 euros. Su principal competidor, Atresmedia (Antena 3-La Sexta) recibió 12 sanciones, aunque por un valor mayor: 414.000 euros.

FALLOS

355.132 €

'Deportes Cuatro'. Los productos de Casillas para una marca deportiva 'tomaron' el plató -según la Audiencia Nacional, «publicidad encubierta»-.

119.001 €

'NCIS'. Una multa por emitir «contenidos inadecuados durante el horario de protección reforzada», capítulos con «violencia explícita».

106.001 €

'Stargate'. Una película «sólo podrá ser interrumpida una vez» cada 30 minutos. Este largometraje, de 110 minutos, tuvo cuatro cortes.



UN REFERENT DEL PERIODISME ■ «Acaba de morir Margarita Rivièr. Gran dona. La meua dona». L'escriptor Jorge de Cominges anunciava ahir a la tarda amb aquestes paraules, a través de Twitter, la mort de la periodista i escriptora barcelonina, als 70 anys. Autora de desenes de llibres al marge dels seus articles, Rivièr està considerada un referent periodístic, de progressisme i feminisme des dels anys de la Transició.

Mor la periodista Margarita Rivièr

Al llarg dels seus 70 anys havia desenvolupat una intensa activitat professional en diversos mitjans de Catalunya

BARCELONA | EFE/DdC

■ La periodista i assagista catalana Margarita Rivièr va morir ahir als 70 anys com a conseqüència d'una malaltia pulmonar, segons van informar fonts de la seva família. Nascuda a Barcelona el 1944, és autora de nombrosos llibres i va destacar pel seu tarannà progressista en els anys de la Transició.

Margarita Rivièr va morir a l'hospital, envoltada de la seva família i els seus íntims, del seu marit, Jorge de Cominges, i els seus fills, Hugo i Clara. La cerimònia de comiat se celebrarà demà dimarts, a les 10 del matí, al tanatori de les de Corts de Barcelona. La capella ardent s'obrirà avui al migdia.

Rivièr va estudiar la carrera de Periodisme a l'Escola de l'Església de Barcelona i es va llicenciar en Filosofia i Lletres per la Universitat de la Ciutat Comtal. La seva afició a la moda també la va portar a estudiar disseny a París.

De «Marie Claire» a «El País»

Va iniciar la seva trajectòria professional com a corresponsal a Espanya de la revista francesa *Marie Claire* (1965-68). Des de 1971 fins a 1974 va treballar com a redactora de la revista de monografies econòmiques *Dossier Mundo*, de la qual també va ser redactora cap.

El 1974 es va incorporar a la redacció del *Diario de Barcelona*, primer a la secció local i amb posterioritat com a directora del dominical. El 1978 va abandonar aquest mitjà juntament amb una trentena de periodistes. A més, el 1976 va col·laborar a la revista *Basar*.

Des del 1978 va treballar com a

redactora al recent creat *Periódico de Catalunya*, en què va ser cap de les seccions d'Espectacles i Suplement i directora del *Dominical* (1978-1981). Aquestes tasques les va simultaniejar amb la realització d'una columna diària d'opinió. A partir de 1981 va realitzar durant tres anys una entrevista diària per a aquest mitjà, en el qual des de 1984 va publicar la columna *La Burbuja*, una de les més llegides de la premsa catalana.

A més, el 1984 va dirigir a TVE l'espai d'entrevistes *Hablemos del amor* i anys després va ser guionista d'un programa de La Trínca per a televisió.

El 1988 es va incorporar com a delegada de l'Agència Efe a Catalunya, on va impulsar el servei de notícies en català, mitjà en el qual va estar fins a mitjan 1991. Com a anècdota, des d'Efe va donar l'exclusiva del primer esbós de la polèmica imatge que tindria la mascota dels Jocs Olímpics de Barcelona, Cobi, creada per Javier Mariscal. També va ser membre de l'equip de guionistes implicats en les cerimònies d'obertura i clausura dels Jocs de Barcelona.

El 1992 va treballar com a col·laboradora habitual en el programa magazín de TVE *Peligrosamente juntas*, presentat per Inka Martí i Marisol Galdón.

Entre 1995 i 1999 va assumir la contraportada del diari *La Vanguardia*, on es va encarregar d'una secció d'entrevistes anomenada «De carne y hueso». Des del 1999 va publicar articles en l'edició per a Catalunya del diari *El País*, *Le Monde Diplomatique*, o la revista



Margarita Rivièr.

Qué leer, entre d'altres mitjans.

Margarita Rivièr havia publicat recentment el seu últim llibre, *Clave K*, una radiografia sobre una endogàmica societat on convergeixen il·luminats polítics, cobdiciosos magnats i ambiciosos periodistes,

una novel·la que constitueix, segons va afirmar l'autora en una recent entrevista, «una sàtira sobre el poder i de nosaltres mateixos». A més d'aquest últim, en la seva vessant com a escriptora i assagista havia publicat diverses desenes de li-

bres sobre temes molt diversos, de la comunicació a la moda, passant per la política, l'envelliment o les relacions entre homes i dones.

Guardonada amb el premi Ciutat de Barcelona de periodisme el 1983, el 2007 li va ser concedit el premi «Reconeixement a la trajectòria europeïsta» que atorguen de forma conjunta el Patronat Català Pro Europa i l'Associació de Periodistes Europeus de Catalunya.

Combativa i passional

El conseller de Cultura de la Generalitat, Ferran Mascarell, va ressaltar ahir mateix l'«actitud combativa, passional i crítica amb els poders» amb la qual Margarita Rivièr va practicar el periodisme. En declaracions a Catalunya Informació, el conseller va comentar que Rivièr va pertànyer a una generació de «magnífics periodistes» que, des de l'antifranquisme, «es van posar al capdavant del que va significar la construcció d'un país democràtic».

L'escriptor i assagista Romà Gubern va considerar, per la seva part, que Margarita Rivièr va ser una de les dones pioneres en el periodisme durant el franquisme, amb un treball, «no convencional, ni acomodatic, ni pro sistema». Segons ell, Rivièr va ser una «intel·lectual en un món i una època en el qual les dones intel·lectuals no eren freqüents, amb articles en els quals polemitzava sobre diferents qüestions, i, encara que no era una feminista en ús, sí es pot dir que la seva vida, la seva actitud i la seva feina van ser una aportació al feminisme actiu».



Turquia va a la caça dels insults al president

Erdogan denuncia 236 ciutadans, molts d'ells periodistes, per haver-se'n mofat

LLUÍS MIQUEL HURTADO
ISTANBUL

“Esteu de conya, oi?”, va preguntar el periodista Abdullah Özyurt als policies quan de matinada van trucar al timbre de casa seva, a la ciutat d'Adana. Els agents tenien una ordre d'escorcoll perquè se l'acusava “d'haver insultat el president de la República”. Özyurt se'n feia creus. Com també se n'han fet creus desenes de ciutadans turcs investigats –i alguns condemnats– pel mateix motiu.

El president de Turquia, Recep Tayyip Erdogan, té la pell fina. Apel·lant a l'article de la Constitució que criminalitza insultar un càrrec públic, els seus advocats i simpatitzants s'han abocat a denunciar crítiques, peces literàries satíriques i fins i tot tires humorístiques. Això és el que els ha passat a Bahadır Baruter i Özger Aydoğan, dibuixants de la coneguda revista de còmic *Penguen*. Un tribunal els ha condemnat a 11 mesos de presó per haver il·lustrat la portada amb un

ninot d'Erdogan que demanava sacrificar un periodista per inaugurar el nou palau presidencial.

El fet que va motivar la demanda d'un particular va ser que un dels personatges, quan es corda l'americana, fa un gest que a Turquia s'identifica amb els homosexuals. “Que un fiscal admeti una demanda així resulta més còmic que l'acudit que l'ha provocat –ironitza Baris Uygur, escriptor del famós satíric *Uykusuz*–. A Turquia no hi falta sentit de l'humor, però hi ha una minoria intolerant i amb massa tabús”.

El comissionat pels drets humans del Consell d'Europa ha condemnat la sentència als il·lustradors de *Penguen*, una revista hereva d'una tradició centenària de publicacions satíriques turques, que ja havia sigut multada per haver representat Erdogan com un animal. “Que un govern turc no encaixi crítiques no és nou –indica Uygur–. La diferència és que el govern actual no les veu necessàries i les considera malintencionades”.

Segons el diari local *Sözcü*, els lletres d'Erdogan han interposat de-



La cara d'Erdogan sobre d'un timbal en una manifestació antigovern.
TUMAY BERKIN / EFE

mandes contra 236 persones per insults al seu client en 227 dies de presidència. A causa de les demandes hi ha vuit detinguts. Aviat podria sumar-s'hi Merve Büyüksaraç, ex Miss Turquia, acusada de publicar un poema satíric sobre Erdogan a la xarxa social Instagram.

Internet, un mitjà que l'administració turca intenta lligar curt, és la principal font de denúncies. “Quan els policies van acabar d'escorcollar casa meua vaig anar a la comissaria –explica a l'ARA Abdullah Özyurt,

corresponsal de l'agència Cihan–. Allà em van mostrar cinc o sis piulades meves, entre elles la d'una caricatura”. El periodista assegura que la seva intenció no era insultar Erdogan. Que últimament també s'hagi escorcollat la casa del seu col·lega Aytekin Gezici i que la informadora Mine Bekiroglu hagi de complir cinc mesos de presó per les seves publicacions a Facebook fa pensar a Özyurt que hi ha una estratègia política per “atemorir els periodistes, ja que no se suporta ni la més petita crítica”.

Les víctimes no són només periodistes. Una empresa de neteja de Çanakkale va perdre el seu contracte ministerial després de no complir una ordre administrativa d'acomodar una treballadora per “insultar” el cap d'estat i el de l'executiu a Facebook. Atilla Tas, una celebritat excèntrica, va haver de testificar pels seus comentaris a Twitter. Fins i tot un nen de 13 anys va ser detingut al seu institut pel mateix motiu.

La campanya de tolerància zero amb les crítiques a Erdogan s'ha estès als carrers. Onze alumnes de batxillerat i dos adults han sigut demandats aquest mes pels advocats del president per haver-lo “insultat” en una protesta en record de Berkin Elvan, un adolescent ferit de mort per la policia durant les protestes de la plaça Taksim del 2013. Baris Uygur es mostra preocupat: “Mentre que a Occident estendeix a perdre tabús, aquí cada cop n'hi ha més”.



RTVE y Efe dejan unas pérdidas de 140 millones al Gobierno en 2014

La Agencia reduce su déficit en tres millones mientras la Corporación lo dispara

Á. Semprún MADRID.

Los medios de comunicación estatales cierran otro año en rojo. RTVE y la Agencia Efe han dejado en 2014 unas pérdidas de unos 140 millones de euros al Gobierno, su principal y único accionista a través la SEPI y quién, en última instancia, se tiene que hacer cargo de tapar sus agujeros financieros con fondos públicos. Pese a que ni la Corporación ni la agencia de noticias alcanzaron el equilibrio el año pasado, cada una arroja una situación financiera muy diferente. Así, mientras la cadena que preside José Antonio Sánchez ha disparado sus números rojos hasta los 135 millones —en 2013 perdió 113 millones—, Efe ha logrado reducirlos en tres millones hasta los 4,3 millones de euros.

En este sentido, la agencia que preside José Antonio Vera, que espera dejar atrás los números rojos en 2016, ve como poco a poco el plan de saneamiento y expansión internacional empieza a dar sus frutos, lo que les ha llevado a cerrar el ejercicio pasado con un déficit por debajo de lo previsto, tal y como han apuntado los propios gestores en

4,3
MILLONES DE DOLARES

Son las pérdidas registradas por la Agencia Efe en 2014. Supone una mejora de 3 millones con respecto a 2013 cuando se dejó 7,3 millones.

77,9
MILLONES DE EUROS

Efe asegura que sus ingresos están en línea con los de 2012, cuando facturó 77,9 millones. Entre enero y junio de 2014 ingresó 38,8 millones.

un comunicado. Así, frente a la escalada de pérdidas registrada por la radiotelevisión pública, Efe ha pasado de registrar un déficit de 10 millones en 2012 a uno de 4,3 millones en 2014.

Desde la Agencia de noticias aseguran que su resultado de explotación ha registrado alzas gracias a



José Antonio Sánchez, de RTVE. EFE



José Antonio Vera preside Efe. EFE

que los ingresos “han mejorado significativamente” durante el ejercicio mientras que los gastos “se han contenido después de la significativa reducción que experimentaron desde finales de 2012” en el marco del ERE aprobado. En concreto, Efe apunta a que sus ingresos rondan los 78 millones (en línea con el año 2012) gracias a que la caída del mercado nacional ha sido compensada con el crecimiento de la cifra de negocio del mercado exterior.

Por su parte, las cuentas de RTVE arrojan una situación financiera más delicada, lo que le obligó a pedir un crédito extraordinario de 130 millones a Hacienda en 2014 para evitar la quiebra y otro de 133 millones, que no le concedieron, para cubrir pérdidas. La Corporación, que tiene un déficit estructural de 100 millones, cerró 2014 con menos ingresos que el año anterior mientras sus gastos no paraban de crecer pese a los planes de ajustes aprobados y las bajadas de sueldo pactadas en 2013 en el II Convenio Colectivo. Así, lejos de lograr ahorros en la partida de costes de personal, RTVE vio como se elevaban desde 349 millones previstos hasta los 377,1 millones de euros.

La radiotelevisión pública señala al sistema de financiación como culpable de su desequilibrio financiero ya que las telecos nunca aportan lo previsto. Pero lo cierto es que el Gobierno tiene la obligación de poner la parte que las operadoras dejan de ingresar siempre y cuando no gaste más de lo debido, algo que nunca pasa.



OBITUARIO ■ AUTORA DE NUMEROSOS LIBROS

Muere a los 70 años la escritora y periodista Margarita Rivièrè

Trabajó para varias publicaciones y rotativos de Catalunya, además de colaborar en programas de televisión

EFE

La periodista y ensayista catalana Margarita Rivièrè, que fue delegada de la Agencia EFE en Catalunya entre 1988 y 1992, falleció ayer a los 70 años a consecuencia de una enfermedad pulmonar.

Rivièrè, nacida en Barcelona en 1944, es autora de numerosos libros y destacó por su talante progresista en los años de la Transi-

ción. La ceremonia de despedida se celebrará mañana a las 10.00 horas en el tanatorio de Les de Corts de Barcelona. Margarita Rivièrè falleció en el hospital, rodeada de su familia y sus allegados, de su esposo, Jorge de Cominges, y sus hijos, Hugo y Clara.

Estudió la carrera de Periodismo en la Escuela de la Iglesia de Barcelona y se licenció en Filosofía y Letras por la Universidad de la Ciudad Condal. Su afición a la moda le llevó a estudiar diseño en París. Inició su trayectoria profesional como corresponsal en España de la revista francesa 'Marie Claire' (1965-68). Desde 1971 hasta 1974 trabajó como redactora de la revista de monografías económicas 'Dossier Mundo', en la que también fue redactora jefe.



Anna Terrón (i) entrega un premio europeo a la periodista Margarita Rivièrè. FOTO: JOSEP MOLINA/ACN

En 1974 se incorporó a la redacción del 'Diario de Barcelona', primero en la sección local y con posterioridad como directora del dominical. En 1978 abandonó este medio junto con una treintena de periodistas. Además, en 1976 colaboró en la revista 'Bazar'.

Desde 1978 trabajó como redactora en el recién creado 'Periódico de Catalunya', en el que fue jefa de las secciones de Espectáculos y Suplemento y directora del 'Dominical' (1978-1981).

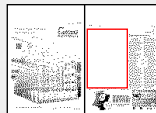
Estas labores las simultaneó con la realización de una columna diaria de opinión, y a partir de 1981 realizó durante tres años una entrevista diaria para este medio, en el que desde 1984 publicó la columna 'La Burbuja', una de las más leídas de la prensa catalana.

Además, en 1984 dirigió en TVE el espacio de entrevistas 'Hablemos del amor' y años después fue guionista de un programa de 'La Trinca' para televisión.

En los últimos años, Rivièrè era colaboradora habitual de la

sección de opinión del diario 'El País' en Catalunya.

La escritora y periodista barcelonesa publicó recientemente su último libro, 'Clave K', una radiografía sobre una endogámica sociedad en donde convergen iluminados políticos, codiciosos magnates y ambiciosos periodistas, una novela que destila socarronería y que constituye, según afirmó la autora en una reciente entrevista con Efe, «una sátira sobre el poder y de nosotros mismos».



Rivière, la eterna rebelde

La periodista, voz crítica de la Transición, fallece a los 70 años

Joaquín Arnáiz - Madrid

Los periodistas no mueren; la Prensa probablemente sí. «Boutade» que no sé si apoyaría Umberto Eco, que acaba de publicar su última obra, «Numero cero», sobre la crisis actual del periodismo. Y es que los periodistas de raza, al revés que los periódicos, que a veces acaban dinamitados o convertidos en sedes bancarias, forman parte de la Prensa hasta cuando mueren: se transforman en noticia. Y así hoy sabemos del fallecimiento de Margarita Rivière, una de las grandes periodistas de la llamada Transición, un lugar inestable pero que fue terreno bien abonado para forjar periodistas de raza y, en muchos casos, también con la virtud de Jano: periodistas y escritores de libros en una sola pieza. Así, el caso de Margarita Rivière, premio Espasa Calpe 1992 con la obra «Lo cursi y el poder de la moda», amén de una treintena de libros sobre todo lo que vio y observó en su tiempo, que fue mucho, porque uno recuerda aquel pequeño frunce de los labios que acababa en sonrisa prudente de ella y, sobre todo, su mirada, que sabía al tiempo ver y observar, dos elementos no tan sinónimos como creen muchas personas.

Margarita Rivière, como suele ser tradición en muchos de los periodistas de la vieja guardia, tuvo muchos nidos, desde el «Diario de Barcelona», «El Periódico de Cataluña», a los recientes como «El País» o «La Vanguardia», y fue analizando la cultura, la moda, el periodismo, practicando el fundamental arte de las entrevistas, y sobre todo combatiendo en uno de esos

dos frentes ocultos y que son como lados del espejo, que son el periodismo de Madrid y el periodismo de Cataluña, dos realidades que segregan sus propios políticos, sus propias modas y sus propias formas de vivir. Así su último libro, «Clave K», resultó una metáfora irónica sobre el poder en Cataluña.



Margarita Rivière acababa de publicar

De lo que antes se llamaba de buena familia, Margarita Rivière fue una de las primeras mujeres en las redacciones, una de las primeras mujeres combatientes en el periodismo de la Transición y, por si eso no fuera suficiente, también una analista lúcida de los fenómenos políticos y del poder en Cataluña, desde el clientelismo a un nacionalismo parroquial al que ella recetaba dosis de federalismo. A lo que sumó la cultura, la sociología, la creación de revistas y de colecciones de ensayo. De ella, unos recordarán sus indagaciones de socióloga en «La moda. ¿Comunicación o incomunicación?», o quizá su postura para reconocer francotiradores de la política, como «Un rebelde en el poder, Pasqual Maragall», o acaso su impresionante colección de entrevistas desde el Rey Juan Carlos I hasta Yoko Ono.

Ese fenómeno «totalmente nuevo en la historia de la humanidad: es importante aparecer en público», que asegura el semiólogo Umberto Eco en su obra sobre el periodismo, es casi la síntesis del trabajo periodístico y ensayístico de Margarita Rivière en la Prensa española de la Transición. Quiso saber, conocer y dar a conocer a los lectores quiénes estaban bajo los focos, cómo y para qué, en ese trabajo de luminotecnia que es, al fin y al cabo, el periodismo.



OBITUARI

La periodista Margarita Rivièrè mor als 70 anys

◉ La també assagista va formar part el 1978 de l'equip fundacional d'EL PERIÓDICO

EL PERIÓDICO
BARCELONA

La periodista barcelonina Margarita Rivièrè Martí va morir ahir, als 70 anys, a conseqüència d'una malaltia pulmonar que patia des de feia un any. Dilluns ja no va poder assistir a la presentació del seu últim llibre, *Clave K*, tot i que sí que hi va dirigir un missatge audiovisual. Va escriure milers d'articles periodístics i entrevistes a EL PERIÓDICO, diari que va ajudar a tirar endavant com a integrant de l'equip fundacional, el 1978, així com a *La Vanguardia* i a *El País*. A EL PERIÓDICO hi va treballar gairebé una dècada. Va ser responsable de la secció de Cultura i Espectacles i va dirigir el *Dominical*, funcions que va simultaniejar amb les columnes diàries d'opinió.

A partir del 1981, va dur a terme durant tres anys una entrevista diària per a aquest diari i, des del 1984, va escriure la columna d'opinió *La burbuja*. Va entrevistar personatges com el rei Joan Carles I, el *Lute*, Yoko

moda (va escriure per exemple el llibre *Historia de la moda*, Hogar del Libro, 1983), però, per sobre de tot, es va centrar en l'assaig vinculat a temes socials: va escriure *Anticonceptivos y control de la natalidad* (La Gaya Ciencia, 1977) i *La aventura de envejecer* (Plaza & Janés, 1987), entre altres.

CRÍTICA // En l'àmbit polític, va escriure un llibre dedicat a Pasqual Maragall, *Un rebelde en el poder: Pasqual Maragall* (Plaza & Janés, 1991). També va

ser autora de textos d'assaig vinculats amb la professió periodística. Rivièrè va usar sempre un llenguatge directe, cosa que li va suposar més d'una desavinença amb els col·lectius públics i polítics que els últims decennis han regit els destins de Catalunya. En aquesta posició incòmoda va persistir fins al final. Molt crítica amb el procés sobiranista emprès a Catalunya, no va deixar mai d'expressar clarament el que considerava una via política adequada. ≡



► La periodista Margarita Rivièrè, en una imatge recent.

**Va escriure 30 llibres i
va ser autora d'articles
d'opinió i entrevistes**

Ono, el dalai-lama o Pedro Almodóvar. La col·lecció *Periodisme Actiu* (Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona) va recollir sota el títol *Entrevistas. Diálogos con la política, la cultura y el poder*, un total de 37 entrevistes realitzades al llarg de la seva extensa vida professional. Com a articulista d'opinió, va destacar per la crítica àcida del poder, en especial, l'exercit a Catalunya. Sempre va mostrar una actitud senzilla i honesta a l'exposar el seu pensament.

Va dirigir l'agència Efe a Catalunya entre el 1988 i el 1992 i va ser autora de més de 30 llibres. L'últim d'ells, *Clave K*, és una crítica moral que aborda les interioritats del poder i se situa a Catalunya.

DISCURSOS OLÍMPICS // Rivièrè va participar, d'alguna manera, en els principals esdeveniments que han tingut lloc a Catalunya en els últims decennis. Va escriure guions que altres van llegir, entre ells els de les cerimònies d'obertura i clausura dels Jocs Olímpics de Barcelona, el 1992.

Els inicis com a periodista se situen al *Diari de Barcelona*, on va dirigir la secció de Cultura entre el 1974 i el 1978. Després de passar per EL PERIÓDICO, va crear la revista *Qué leer*, i va dirigir diversos programes de televisió, funcions que sempre va simultaniejar amb els articles d'opinió.

Margarita Rivièrè era experta en



Una periodista de carn i ossos

Màrius Carol

Abusant de Zygmunt Bauman, es podria concloure que són temps líquids especialment per a la comunicació, ja que alguns semblen confondre el periodisme amb el *show business*, i d'altres, amb el macramé. Ens ha deixat Margarita Rivièr, una periodista que sempre va entendre l'ofici com un compromís, als antípodes de l'espectacle de vedets de la professió i dels gurus de la fotesa. Ella va escriure diversos tractats sobre el periodisme, un de titulat simplement *Periodista* (Grijalbo), publicat fa vint anys, on resumia el que suposa ser-ho: "Un periodista no és un poderós, sinó un traductor simultani de la realitat". I més endavant afegia que la diferència bàsica entre el que pregunta un periodista i el que pot preguntar alguna celebritat contractada a tal efecte rau en el que el novel·lista txec Milan Kundera descriu com el dret a exigir respostes".

A *La Vanguardia*, Margarita Rivièr va rescatar per indicació de Juan Tapia, la contraportada del diari, habitualment reservada a la publicitat, per a l'entrevista, d'això fa dues dècades. Col·laborava en la producció d'aquestes contraportades Salvador Sostres, aleshores un



noi d'uns vint anys amb ganes de menjar-se el món. Les contres de Rivièr, que compartia l'última pàgina amb els semàfors als protagonistes de l'actualitat, van establir les bases del que actualment és una de les seccions més llegides del diari, amb la firma de Víctor Amela, Lluís Amiguet i Ima Sanchís. Rivièr sabia que la repregunta és la manera d'intentar que l'entrevistat se subjecti a la qüestió plantejada, i no deixava de formular-ne quan el personatge s'escapava. La secció es deia *De carne y hueso*, i és història d'aquesta casa.

Rivièr era, així mateix, una magnífica columnista, amb idees pròpies, que podia criticar el govern de torn o analitzar amb el mateix rigor el món de la moda. Era un luxe per a un diari. Ahir, quan un comú amic em va trucar per donar-me la mala notícia de la seva mort, estava llegint una entrevista d'Umberto Eco en què declarava que li agradaria que el periodisme del futur no només critiqui la realitat quotidiana, sinó també la realitat virtual. Margarita Rivièr, una periodista de carn i ossos, ho havia començat a fer en els seus últims articles. Com sempre, marcant camí. Trobarem a faltar la seva lucidesa i el seu consell.



elradar



Tony Hall va decidir fer fora Jeremy Clarkson, presentador de *Top gear*. EFE

El director de la BBC, amenaçat de mort després d'un acomiadament

JOAN CALLARISSA
BARCELONA

La policia investiga una suposada amenaça de mort contra el director general de la BBC, Tony Hall, després de l'acomiadament del presentador del programa de motor *Top gear*, Jeremy Clarkson, segons informava ahir *The Mail on Sunday*. El director i la seva dona reben protecció policial les 24 hores del dia a casa després de rebre l'amenaça en un correu electrònic el mateix dia que Hall va comunicar que la BBC no renovava el contracte a Clarkson per un incident amb un productor del seu programa.

Dimecres passat, la pública britànica va informar que no continuaria treballant amb Clarkson per un "atac físic no provocat" al productor Oisin Tymon. Hall va afirmar que la decisió no s'havia pres "a la lleugera" tot i admetre que podia "dividir" l'opinió de la gent. Amb

l'agressió "es va travessar una línia" i no "pot ser que les regles hi siguin per a uns i no per als altres", va recordar. La BBC, que ahir es feia ressò de la notícia, ha assenyalat respecte a l'amenaça que no comentaria assumptes que poguessin afectar la seguretat.

Per la seva banda, un portaveu de la policia es va limitar a dir que les forces de l'ordre estan investigant unes denúncies d'amenaçes de mort rebudes dimecres.

Clarkson, una personalitat controvertida, havia sigut suspès primer fa unes setmanes per colpejar Tymon per falta de menjar al final d'una gravació. Segons la investigació interna de la cadena, Clarkson li va fer sang als llavis a Tymon, que, a més, havia rebut insults verbals durant un "prolongat període de temps". La decisió de suspendre Clarkson ja havia causat un gran enrenou al Regne Unit, on una petició *online* ja va exigir el seu retorn a la cadena britànica. —



MARTA ALÒS || VIURE PER VEURE

Més enllà de la tragèdia

La tragèdia de l'avió Airbus A320 de la companyia alemanya Germanwings, que realitzava el trajecte entre Barcelona i Düsseldorf, i que es va estavellar als Alps francesos i va arrossegar a la mort cent cinquanta persones, ha tornat a reobrir el debat de quins són els límits al dret a la informació. Calia que els reporters amb les seves càmeres perseguissin els familiars de les víctimes per a mostrar al món el plors desesperats davant la pèrdua d'un fill, d'una néta o d'una mare? Calia? Cal espectacularitzar d'aquesta manera el sofriment humà? L'endemà tothom va veure com algunes portades de diari mostraven ufanosos aquest dolor, mentre d'altres, ben allunyats del periodisme banal i manipulador, tractaven la notícia amb una imatge del panel de l'aeroport alemany que anunciava que el vol Barcelona-Düsseldorf mai no arribaria al seu destí.

Certament, quan ens arriben tragèdies, tan insòlita i més pròpia d'una pel·lícula de ficció, la curiositat humana és infinita. Volem saber l'edat dels nadons, si van patir, quina cara tenien els que aquell dia van perdre la vida i també, per què no, si eren gent com nosaltres. La notícia tràgica com poques ens genera uns sentiments on es



S'hauria d'evitar que una tragèdia es pugui convertir en una 'revictimització' de les víctimes

barreja la tristor i l'acompanyament del dol. I alguns mitjans, conscients que mai no s'ha de deixar escapar l'ocasió per vendre, transgredeixen els límits del codi deontològic del periodisme, amb imatges colpidores (recordeu les de l'atemptat a l'estació d'Atocha), o pretenen que persones properes a les víctimes esdevinguin font d'informació amb preguntes que intenten furgar en els sentiments més íntims, amb el conseqüent xantatge emocional, com va ser la vergonyosa entrevista de Josep Cuní a la mare d'una de les víctimes, dos dies després de la tragèdia, amb preguntes com: "és conscient que mai no tornarà a veure el seu fill?" No cal esmentar una de les primeres manifestacions de sensacionalisme i de fals periodisme, abocat al *reality show*, del cas tan bèstia de l'assassinat de les nenes d'Alcàsser, per adonar-nos que, tot i que força vegades les notícies van acompanyades de dolor, patiment i que cal donar-hi cobertura,

s'hauria d'evitar que una tragèdia es pugui convertir en una *revictimització* de les víctimes. En un debat sobre aquest tema, un dels ponents afirmava que només caldria aplicar allò tan cristià que aconsella de no fer allò que mai no t'agradaria que et fessin a tu.



Europa permite ampliar los derechos televisivos para su uso en Internet

Los Estados miembros pueden conceder la facultad de autorizar o prohibir la difusión

Ignacio Faes MADRID.

Las normativas nacionales que amplían los derechos exclusivos de las radios y televisiones para retransmitirlos por internet no son contrarias al Derecho europeo, siempre que no afecte a la protección de los derechos de autor. Por ello, los Estados miembros podrán conceder a las empresas dedicadas a la radiodifusión el derecho exclusivo de autorizar o prohibir a su propio público la difusión del material.

Así lo establece el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE) en una sentencia de 26 de marzo de 2015. El fallo interpreta la Directiva 2001/29, que, según el Tribunal, no restringe la ampliación de los derechos. "La norma reconoce a los Estados la facultad de prever una mayor protección que la que debe establecerse conforme al Derecho europeo", indica la sentencia.

El asunto parte de un litigio entre una televisión online de pago a un ciudadano sueco por crear una herramienta que permitía ver los contenidos de la cadena gratis mediante unos enlaces. La empresa pidió al ciudadano que los retirara, pero éste se negó. La empresa entendió que se habían vulnerado sus derechos, por lo que instaló un dispositivo técnico que impidió seguir visionando los contenidos.

Un tribunal del país escandinavo consideró que la televisión no era el titular de los derechos sobre la retransmisión controvertida, sino de derechos afines. Éstos sí habían sido vulnerados.

La entidad recurrió ante el Tribunal Supremo sueco, que remitió la cuestión prejudicial al Tribunal de Justicia de la Unión Europea para que interpretara la normativa. La Directiva regula la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información.

Mayor protección

El ponente del fallo, el magistrado Jirí Malenovský, recuerda que las normas europeas protegen más los derechos de autor cuando se derivan de una compañía de radiodifusión. La Directiva 2006/115, sobre derechos de alquiler y préstamo y otros derechos afines a los derechos de autor en el ámbito de la propiedad intelectual, establece que los Estados miembros de la Unión Europea deben estar facultados para establecer en favor

La extensión no puede afectar a la propiedad intelectual de los contenidos

de los titulares de los derechos afines –aquellos que desprenden de los derechos de autor cuando una obra se difunde– una protección mayor que la prevista en lo relativo a la radiodifusión y a la comunicación al público.

"Los contenidos que difunden las personas entre los que se encuentran las retransmisiones realizadas directamente en Internet, como las controvertidas en el asunto principal, no es contrario al derecho comunitario", sostiene el fallo. "Esta extensión no puede afectar a la protección de los derechos de autor", concluye.



Margarita Riviere (1944-2015)

Periodista de Barcelona

- Firma de largo recorrido, destacó como entrevistadora y ensayista

Margarita Riviere (Barcelona, 1944), periodista, ensayista, falleció ayer por la tarde en la capital catalana, ciudad en la que desarrolló su carrera, después de destacar como firma en todas las redacciones por las que pasó. En estos últimos años escribía artículos para la edición catalana de «El País», mientras que

para «La Vanguardia» llegó a publicar más de 600 entrevistas en la contra del rotativo barcelonés. Anteriormente, integró la redacción fundacional de «El Periódico», donde tuvo una columna diaria durante diez años, si bien sus inicios se remontan al «Diario de Barcelona» que dirigió Martín Ferrand. Junto a otra colega fue la primera mujer periodista en plantilla. Entre 1988 y 1992 dirigió la delegación de la Agencia Efe en Cataluña, colaborando también como guionista en TV3 y TVE.

Hija de la burguesía ilustrada de Barcelona, fundó la revista «Qué leer» y destacó como ensayista, particu-



Margarita Riviere nació en Barcelona el 17 de agosto de 1944, y murió ayer en la misma ciudad. Periodista de largo recorrido, firmó en casi todos los rotativos de la ciudad. Hija de la burguesía ilustrada, como ensayista se especializó en moda, comunicación y feminismo. Fundó la revista «Qué leer».

larmente en el campo de la moda la comunicación y el feminismo. Junto al ginecólogo Dexeus publicó el muy influyente en la época «Anticonceptivos y control de la natalidad». Con «Clave K», sátira sobre la política catalana acabada de publicar, había debutado como novelista.

ÀLEX GUBERN



+100cia

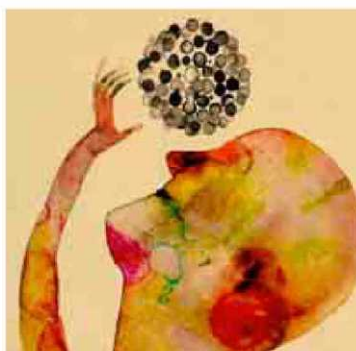
Ciencia para informar y formar

Por Luis Zurano

Hablamos otra vez hoy de ciencia y medios de comunicación y lo hacemos con un protagonista ya conocido: la Agencia SINC. Ya saben -y si no se lo recuerdo- que es una de las mejores ventanas a la actualidad y al potencial científico de nuestro país. Nuevamente, SINC ha visto reconocido el trabajo que desde hace ya siete años viene desarrollando, en colaboración con universidades, centros de investigación, etc. para acercar la ciencia a la sociedad.

La semana pasada SINC era galardonada con el Premio Periodístico Concha García Campoy en la categoría de prensa digital, «por su trabajo de divulgación de noticias especializadas en ciencia, tecnología, salud, medioambiente e innovación». Este premio se suma al Prismas Casa de las Ciencias al mejor sitio web de divulgación científica el pasado mes de octubre.

Junto a SINC, fueron galardonados también con el Premio Periodístico Concha García Campoy el redactor jefe de Ciencia de este periódico, Pablo Jáuregui; América Valenzuela y su programa Ciencia al Cubo de Radio 5; el departamento de comunica-



Constituyen un claro exponente del gran trabajo de divulgación científica en nuestro país

ción del CSIC; Mario Moros, de Noticias Cuatro Fin de Semana y el reportaje I+D Indignación más destierro de Antonio García Ferreras, de la Sexta Columna.

SINC y el resto de premiados constituyen un claro exponente del gran trabajo de divulgación científica que se lleva a cabo en nuestro país. Insistiremos una y otra vez: la información es clave para la formación y cultura de la sociedad y la información científica, si cabe, un poco más. Hasta la semana que viene.



La periodista catalana Margarita Rivièrè mor a Barcelona als 70 anys

► Avui s'obrirà la capella
ardent de la columnista i
demà a les 10 es farà la
cerimònia de comiat

Gent

EFE | BARCELONA

■ La periodista i assagista catalana Margarita Rivièrè va morir ahir a Barcelona als 70 anys com a conseqüència d'una malaltia pulmonar, segons fonts familiars. Nascuda l'any 1944, Rivièrè va ser autora de nombrosos llibres i va destacar pel seu tarannà progressista durant la Transició.

Segons van confirmar els seus familiars, la cerimònia de comiat per a la periodista serà demà a les 10 del matí al tanatori de Les de Corts de Barcelona. La capella ardent s'obrirà avui al migdia.

Rivièrè va estudiar la carrera de Periodisme a l'Escola de l'Església de Barcelona i es va llicenciar en Filosofia i Lletres per la Universitat de la Ciutat Comtal. També va estudiar a París, empesa per la seva afició a la moda, fet que la va dur a iniciar la seva trajectòria professional com a corresponsal de la francesa Marie Claire.

Posteriorment, entre els anys 1971 i 1974 va treballar com re-



La periodista Margarita Rivièrè

dactora de la revista econòmica Dossier Mundo, de la que en va arribar a ser redactora en cap.

El 1974 es va incorporar a la redacció del Diario de Barcelona, primer en la secció local i amb posterioritat com a directora del dominical. El 1978, però, va abandonar aquest mitjà juntament amb una trentena de periodistes.

Aquell mateix any va entrar com redactora al recentment creat Periódico de Catalunya, on va ser cap de les seccions d'Espectacles i Suplement i directora del Dominical fins al 1981. Aquestes tasques les va simultaniejar amb la realització d'una columna diària d'opinió per a aquest mitjà, en el que des de 1984 va publicar la columna *La Burbuja*, una de les més llegides de la premsa catalana.



TRENDING TOPIC

'JE SUIS CINTORA', EL BOICOT A MEDIASET

TERESA ABURTO MADRID

Mediaset no vive su mejor momento en las redes sociales. El malestar hacia el grupo comenzó el jueves pasado cuando, mientras cinco millones de personas veían a **Belén Esteban** ganar *Gran Hermano VIP*, paralelamente

se ponía en marcha una campaña de denuncia en **Twitter** contra la llamada «telebasura».

Si el programa estrella en Telecinco esta temporada generaba un conato de revolución, el fin de semana la revuelta era ya boicot tras el anuncio el día 26 –coincidiendo con la aprobación de la llamada *ley mordaza*– de la destitución de **Jesús Cintora** como presentador de *Las mañanas de Cuatro*.

¿El motivo? Según los **tuiters** de **#BoicotAMediaset**, que ha generado cerca de 110.000 **tuits** y ha sido **trending topic** durante el fin de semana, por claras presiones políticas. Según un comunicado de Mediaset en Twitter, porque su línea editorial «tiene el claro objetivo de informar, que no formar, a los espectadores».

El apoyo a Cintora en las redes ha sido masivo, incluso se ha creado una página en *change.org* para pedir su readmisión que ya cuenta con más de 65.000 firmas. Los promotores de la campaña saben que el éxito de su boicot pasa por la amenaza a los anunciantes y ya circula un listado de las marcas que se promocionan en las cadenas del grupo.

No es la primera vez que las redes sociales se movilizan contra Mediaset. En 2011, el periodista **Pablo Herreros** hizo caer el programa de Telecinco *La noria* gracias a sus críticas por la entrevista

pagada a la madre de uno de los implicados en el asesinato de la joven **Marta del Castillo**. El apoyo que recibió Herreros en internet desencadenó una fuga de anunciantes del programa.

Dos años después, otra campaña en Twitter causó la retirada de publicidad de 10 marcas del reality show *Campamento de verano*, después de que la plataforma **Hazte Oír** criticara el trato machista y discriminatorio a una de las concursantes.

¿Se enfrenta el grupo a su tercer gran boicot? *Je suis Cintora* ya se ha convertido en causa.





La roda



Set anys d'ebullició a la xarxa

S'acaba de celebrar a Girona la setena edició de la Catosfera, unes jornades anuals d'internautes catalans. Set anys després de les primeres trobades de bloguers, la Catosfera virtual ha experimentat una evolució semblant a la de la Catalunya real. En set anys, el debat estatutari ha quedat superat per l'ebullició sobiranista. A bona hora, **Esperanza Aguirre** confessa que el rebuig a l'Estatut de **Maragall, Carod, Saura i Mas** va ser un error polític. Durant aquests anys, institucions i partits s'han mogut més enllà de les sentències del Tribunal Constitucional i això a internet ha sigut perceptible. Les xarxes socials i els mitjans digitals amb més línia editorial que recursos periodístics han jugat un paper determinant en el debat postestatutari en una esfera, la catalana, que disposa de matrícula sobirana amb

La Catosfera ha debatut a Girona el paper d'internet com a 'estructura d'Estat'

el domini *punt cat*, que el setembre vinent complirà deu anys.

La trinxera d'internet ha sigut clau en el debat català. Una comunitat digital activista i dinàmica ha influït en el procés sobiranista, i arribats al punt d'unes eleccions anomenades *plebiscitàries*, els organitzadors de la Catosfera 2015 han decidit, precisament a la Girona governada per un dels alcaldes de CiU més independentista, dedicar les jornades a la reflexió d'*internet com a estructura d'Estat*. En l'era dels ciberatacs i de l'intent del Govern dels EUA de garantir la «neutralitat de la xarxa», els ciberactivistes han debatut el paper d'internet en la construcció d'un hipotètic nou Estat. Que la Generalitat acabés de concedir a Telefónica la gestió del CESICAT, agència governamental de ciberseguretat a Catalunya, ha posat de manifest que els discursos van per un camí i els fets, per un altre. ▢



CULTURA



UNIDAD EDITORIAL, PREMIO DE LA REAL FUNDACIÓN DE TOLEDO POR LA DIFUSIÓN DEL IV CENTENARIO DEL GRECO. Unidad Editorial ha recibido el premio a los medios de comunicación de la Real Fundación de Toledo en reconocimiento a su "importante labor de apoyo, publicidad y difusión del Programa El Greco 2014". Casimiro García-Abadillo, director de *El Mundo*, fue el encargado de recoger el premio, en un acto presidido por la Reina Sofía.



Mor Margarita Rivière

La periodista catalana mor als 70 anys a causa d'una malaltia pulmonar

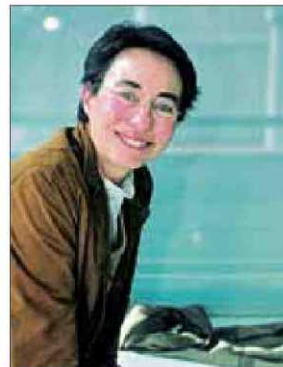
Redacció
BARCELONA

La periodista Margarita Rivière, que va ser delegada de l'Agència Efe a Catalunya entre el 1988 i el 1992, va morir ahir als 70 anys a causa d'una malaltia pulmonar, segons

fonts de la família.

Nascuda a Barcelona l'any 1944, Rivière va escriure nombrosos llibres i durant els anys de la transició va destacar pel seu compromís amb el progressisme. El seu marit era el periodista i escriptor Jorge de Cominges i els seus fills, els també periodistes Hugo i Clara.

Rivière va estudiar Periodisme a l'Escola de l'Església de Barcelona i es va



Margarita Rivière va morir ahir ■ ARXIU

llicenciar en Filosofia i Lletres per la Universitat de Barcelona. El seu interès per la moda la va portar a estudiar disseny a París.

Margarita Rivière va treballar per a revistes i diaris com *Marie Claire*, *Diario de Barcelona* i *El Periódico de Catalunya*, i darrerament col·laborava en la secció d'opinió d'*El País*. El 1984 va dirigir, a RTVE, l'espai d'entrevistes *Parlem d'amor*. ■



L'APUNT

Un suposat servei públic

Marc Salgas

La professió periodística necessita una reflexió profunda després de la cobertura que s'ha fet de l'accident de l'avió de Germanwings. La necessitat de gratar en els detalls més morbosos i de difondre el dolor de les víctimes no ha estat nova, però sí que ha arribat al paroxisme. Hem vist tertulians que el dia de l'accident eren experts en aeronàutica i que l'endemà, des-

prés de saber-se que el copilot havia estavellat l'aparell voluntàriament, es convertien en les veus més acreditades per parlar de malalties mentals. I llavors hi ha en Cuní, que va entrevistar la mare d'una de les víctimes. "Té assumit que ja no veurà més el seu fill?", li va dir a la senyora. "Estem fent un servei públic", va dir després per defensar-se de les crítiques rebudes.





Fallece Matilde Conesa, una dobladora histórica

C. G.

MADRID- Tenía una voz privilegiada y una entonación perfecta, que le convirtieron en una de las profesionales de doblaje más respetadas de nuestro país. Matilde Conesa (en la imagen) falleció ayer en Madrid a los 86 años de edad. Tras pasar por el Teatro Español Universitario y de Radio SEU, en 1947 ingresa en el cuadro de actores de Radio Madrid. Su primer trabajo fue en la adaptación radiofónica de «Los episodios nacionales», de Benito Pérez Galdós, pero logró la popularidad con mayúsculas —en unos tiempos en que la radio estableció un vínculo sentimental con la sociedad—, con el serial «Matilde, Perico y Periquín», que se emitió entre 1954 y 1971. El programa era seguido por millones de espectadores que vivían sin vivir en sí ante las desventuras de una familia modelo. También protagonizó la inolvidable «Ama Rosa» y «La saga de los Porretas».



Conesa compaginó su trabajo en la radio con el doblaje de series y películas. Así, fue la voz en castellano de Bette Davis y Lauren Bacall. En televisión, no pasó inadvertida su voz como la Bruja Avería, de «La Bola de Cristal», y la malvada Angela Channing.



L'APUNT

El joc de la maleta de Figueres

Narcís Genís

Josep Maria Dacosta i Joan Manuel Soldevilla són dos figuerencs a qui els agrada investigar sobre la seva ciutat, capgirar les coses i mirar la realitat d'avui des de diferents perspectives. El seu últim joc ha estat viatjar en el temps, fins a l'any 3015, a partir del qual miren mil anys enrere. Tot plegat és un exercici d'imaginació recollit en el llibre *La maleta de Figueres*, des

del qual aquests dos observadors locals endevinen quina podria ser la percepció del nostre present dels arqueòlegs i historiadors de futures generacions. Són dos figuerencs guardonats recentment amb el premi de periodisme local Carles Rahola, pels seus treballs periodístics, que han demostrat el nivell i qualitat que es poden aconseguir en la recerca d'un món ultralocal.





Movistar TV adquiere los derechos de 'Non Stop People'

elEconomista MADRID.

Movistar TV ha adquirido los derechos para España de *Non Stop People*, un canal de entretenimiento producido por la empresa Banijay que contará con Antonio San José como director general y en el que trabajarán presentadores y periodistas que sean jóvenes licenciados en su "primer empleo".

Non Stop People comenzó a emitir en Francia hace dos años y medio en la plataforma de pago Canalsat con una fórmula basada en la actualidad de entretenimiento, gente, sociedad y cultura. Según ha explicado la plataforma a través de un comunicado, aplicará esta misma fórmula en España. "Los presentadores y periodistas serán jóvenes licenciados que encuentren en este proyecto de primer empleo una forma de iniciarse en la profesión aportando ideas novedosas y una forma de hacer muy atractiva", explicaron sus responsables.



Muere la periodista catalana Margarita Rivièrè a los 70 años

La periodista y ensayista catalana Margarita Rivièrè, que fue delegada de la Agencia Efe en Catalunya entre 1988 y 1992, murió ayer a los 70 años a consecuencia de una enfermedad pulmonar, según informaron fuentes de su familia. Margarita Rivièrè, nacida en Barcelona en 1944, es autora de numerosos libros y destacó por su talante progresista.



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.
29/03/15	Mor la periodista Margarita Riviére als 70 anys d'edat / NacioDigital.cat	93	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
28/03/15	Modelos de periodismo, policías y jueces / PRNoticias	95	2
28/03/15	Salvador Cot deixa la direcció de Nació Digital / Comunicació 21	97	1
28/03/15	Nació Digital es renova / NacioDigital.cat	98	1
29/03/15	Mor la periodista Margarita Riviére / E-noticies	99	1
30/03/15	Com hauria de ser un periodisme feminista? Entrevista a Margarita Riviére / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	100	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Mor la periodista Margarita Rivièrre als 70 anys d'edat

Domingo, 29 de marzo de 2015

L'alcaldeable d'ERC a Barcelona ha assegurat que no té cap intenció de tornar a obrir el debat, com havia intuït aquest matí a Catalunya Ràdio Aprofita l'editorial sobre Germanwings per destacar que la imatge és suggeridora La periodista i escriptora barcelonina Margarita Rivièrre ha mort als 70 anys aquest diumenge a la tarda a Barcelona. Segons han avançat els diaris 'La Vanguardia' i 'El País', on Rivièrre havia treballat, ha mort d'una insuficiència pulmonar. La periodista va dirigir l'Agència Efe a Catalunya entre els anys 1988 i 1992. És autora de centenars d'articles i entrevistes en diversos diaris catalans, entre ells, el 'Diario de Barcelona' i 'El Periódico de Catalunya'. L'assagista especialitzada en comunicació de masses, tendències i moda com a sistema comunicatiu, va projectar la revista de llibres 'Qué leer'. També ha escrit assajos sobre problemes relacionats amb la dona com 'El mundo según las mujeres'. La posició dinferioritat de la dona en el periodisme [embedded content] En motiu dels 25 anys del Col·legi de Periodistes de Catalunya [embedded content]



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Modelos de periodismo, policías y jueces

Sábado, 28 de marzo de 2015

Por su interés: Según informaciones vertidas por distintos medios, la Unidad Central Operativa de la Guardia Civil y el juez encargado de la instrucción de la llamada trama Púnica parecen tener por sospechoso, llegando a la imputación, que un profesional de los medios de comunicación se dedique al posicionamiento en internet de instituciones. La imputación ha llegado a la Directora de Medios de la Comunidad de Madrid, Isabel Gallego. Si la razón es esa, la cadena de imputaciones puede llegar a miles de profesionales, entre quienes encargan estos servicios y, lo que a mí más me interesa, quienes lo realizan. Haber encontrado este nicho profesional parece haberse convertido en delito. Más allá de la decisión de lo que pase por la cabeza del juez Velasco y de estos responsables de la seguridad pública, por la que imputan a unos y no a otros, por la que imputan a los enemigos políticos y pasan de largo las actuaciones que tuvieron lugar bajo la responsabilidad de quienes coincidieron en pasillos y despachos, la cosa es cuál es la materia que está en juego. Para ello y sin intención de didactismo para quien no está interesado en escucharlo, creo que merece la pena una reflexión sobre los modelos de periodismo posibles en el siglo XXI. Hay un modelo periodístico de partida, del que todos tenemos bastante idea. Es el periodismo destinado a alimentar la esfera pública con noticias. Es un periodismo que produce noticias. Sé que estoy caricaturizando; pero hay que ahorrar tiempo y espacio. Es el periodismo que está vinculado a una de las instituciones principales del constitucionalismo burgués, como es la libertad de expresión. Por ello, junto a la libertad de expresión está la institución de libertad de prensa. Ese es el periodismo que ha venido definiendo la profesión y en el que siguen formándose buena parte de los estudiantes de nuestras facultades de comunicación. Tenemos la imagen, más o menos romántica, de ese periodista que lucha en la calle y especialmente en los despachos y los bares- por obtener la verdad y proyectarla heroicamente en la esfera pública. Otra cosa es que sea el periodismo que se haga hoy en día y, sobre todo, al que fundamentalmente se dediquen la mayor parte de los periodistas en ejercicio. Cualquiera que conozca una redacción actual, es consciente de que los periodistas ya no están en la calle. Esto no es rentable, porque no lo es que un profesional esté detrás de cada pieza publicada una media de una semana, que es lo que se estaban haciendo tantos años. Como analiza el superpremiado periodista Nick Davies en su informe Flat Earth News, hoy un periodista tiene que publicar una media de siete piezas al día. ¿La calle? Para ir y venir a trabajar, o ir al supermercado para comprar víveres y seguir produciendo. ¿Dónde se genera entonces la información? Pues se genera por todos lados. Internet es su principal repositorio y está continuamente en ebullición informativa que producen tanto periodistas profesionales, como ciudadanos como usted o como yo. Unos dirán que esto segundo no es información periodística. Sobre todo los que han sido educados en el viejo periodismo. Y tendrán parte de razón. Y aquí viene el segundo modelo de periodista. Es el encargado de dar forma y sentido a todo lo que está en el marasmo que es internet, lleno de informaciones interesadas

y ofrecidas desde los más distintos puntos de vista. Tiene como principal función certificar lo que es noticia de interés público, seleccionando de lo que está en internet. También es una caricatura, pero es lo que pasa al trabajar con los tipos ideales. Hoy la mayor parte de las redacciones periodísticas se dedican a esta labor. La materia prima está fundamentalmente en internet, producida y volcada por miles o millones de personas en todo el mundo, y los periodistas la dan forma y la certifican como importante con la producción en su cabecera o medio de comunicación. El tercer modelo también trabaja directamente en internet. Es el encargado de obtener el mejor posicionamiento de imagen de empresas o instituciones, desde grandes entidades a incluso personas individuales. Es el que más ha crecido en los últimos años y puede ser considerado como la cara opuesta del anterior modelo. Unos trabajan seleccionando posiciones e informaciones que están en internet; mientras que otros trabajan para que sus mensajes sean seleccionados. Ambos lados se conocen los hábitos profesionales mutuamente; pero cada uno hace su trabajo. Este tercer modelo tiene sus antecedentes en lo que se llamaba y se sigue llamando en muchos casos- agencias de comunicación. Un servicio que estaba al alcance de muy pocos, especialmente grandes empresas o políticos con capacidad económica. Puede decirse que con internet se ha democratizado la tarea con dos efectos o transformaciones importantes. Uno de ellos es que muchas empresas e instituciones, por pequeñas que sean, lo llevan a cabo. Otro es que da de comer a muchos profesionales que se han preocupado y, en cierta forma- arriesgado por obtener los conocimientos necesarios para estas labores. Uno de los argumentos que ha publicado la prensa sobre el caso referido en el inicio de este escrito, como si ésta pudiera entrar en la cabeza de guardias civiles y juez, es que piensan digo bien, piensan- que por qué la Comunidad de Madrid ha encargado estos trabajos a un profesional externo De Pedro en lugar de haber sido realizados por los profesionales que se encuentran en el Departamento de Comunicación o en la Consejería de Educación. Tal vez convendría que se lo preguntaran directamente a los profesionales que allí ejercen. Mejor, que los pusieran a prueba en el trabajo de su propia imagen. Así el juez Velasco los puede poner a prueba para trabajar el posicionamiento de la judicatura española. Él mismo comprobará los resultados, a pesar de su buena voluntad en contribuir a la buena imagen de los jueces españoles. No es fácil pasar del primer modelo, en el que siguen formándose la mayor parte de nuestros periodistas, al segundo y, sobre todo, al tercer modelo. Tal vez a quien habría que imputar y hacer un fuerte interrogatorio es a los responsables de las facultades de comunicación españolas de los últimos diez años. Se suele encargar fuera, incluso a agentes o profesionales extranjeros, porque aquí es muy poca la oferta, más allá de la moda un tanto superficial- de los community manager. Vía Diarioabierto.

es

Salvador Cot deixa la direcció de Nació Digital

Sábado, 28 de marzo de 2015

Redacció | Actualitzat el 28/03/2015 a les 9:07h Gairebé cinc anys després de la seva incorporació, Salvador Cot abandona la direcció de Nació Digital de comú acord amb l'empresa editora. Segons ha explicat el grup, els propers dies es coneixerà la nova estructura del digital, i fins aleshores Cot continuarà exercint les seves funcions. Continuo a Nació Digital, ara com a lector. No trobo les paraules per agrair al meu amic Miquel Macià aquests 5 anys, ha piulat de matinada Cot. En la notícia sobre la seva sortida publicada per Nació Digital, l'encarregat de la direcció afirma: Miquel Macià, com a editor, ha impulsat un projecte que, des de l'inici, va ser pioner i vint anys més tard ha assumit una funció periodística de privilegi. Objectius assolits Salvador Cot es va incorporar com a director de Nació Digital el juny de 2010, tres mesos després d'haver deixat l'Avui, on era sotsdirector i responsable de l'edició digital. L'encàrrec de Macià quan el va fitxar, era: Dirigir l'expansió del diari, amb una vocació de convertir-se en un mitjà de referència nacional, i amb una clara línia editorial sobiranista, a partir d'haver consolidat una posició de lideratge en l'àmbit de la informació comarcal de proximitat. Vistos els resultats, sembla evident que ho ha aconseguit. Nació Digital sacosta a la trentena de capçaleres territorials i temàtiques, i lidera les audiències dels diaris digitals en català. El febrer de 2012 (el primer mes en què consten dades auditades per OJD Interactiva), Nació Digital tenia 372.136 usuaris únics, mentre que el febrer de 2015 han estat 2.159.709, gairebé sis vegades més. Escriure un comentari

Nació Digital es renova

Sábado, 28 de marzo de 2015

Aprofita l'editorial sobre Germanwings per destacar que la imatge és suggeridora Nació Digital emprèn una nova etapa. Salvador Cot abandona la direcció del diari, després de cinc anys, de comú acord amb l'empresa editora del digital líder a Catalunya. A hores d'ara, ND es manté per sobre dels dos milions de lectors - navegadors únics, a internet-, en una posició capdavantera, segons les dades d' OJD . En aquest sentit, Cot ha volgut agrair a l'empresa la feina feta al llarg d'aquest temps: "Miquel Macià, com a editor, ha impulsat un projecte que, d'entrada, va ser pioner i -vint anys més tard- ha assumit una funció periodística de privilegi". Els pròxims dies es coineixerà la nova estructura del diari digital més llegit en català. Mentrestant, Salvador Cot continuarà exercint les seves funcions al capdavant de Nació Digital .

Mor la periodista Margarita Riviére

Domingo, 29 de marzo de 2015

La periodista i escriptora, Margarita Riviére, ha mort aquest diumenge a la tarda a l'edat de 70 anys a causa d'una insuficiència pulmonar. Durant la seva llarga trajectòria periodística va ser cap de redacció de 'Dossier Mundo' fins a l'any 1974, cap de la secció de cultura al Diario de Barcelona fins 1978 i després va tenir el mateix càrrec a El Periódico de Catalunya fins al 1988. També va exercir de delegada de l'Agència EFE entre 1988 i 1992. De fet, sota el seu mandat es va posar en marxa, durant l'any olímpic de Barcelona, el servei de notícies en català. A més de periodista, Riviére ha destacat per la seva tasca com a escriptora. Va publicar més d'una trentena de llibres, el darrer recentment amb el títol 'Clave K, una novel·la que tracta sobre la vida política dels anys vuitanta.

Audiencia: 4.190

Ranking: 4

VPE: 10

Página: 1

Tipología: blogs

Com hauria de ser un periodisme feminista? Entrevista a Margarita Rivière

Lunes, 30 de marzo de 2015

En homenatge a una de les primeres dones periodistes que va tenir càrrecs de responsabilitat ja durant la dècada de 1970, recuperem aquesta breu entrevista a Margarita Rivière sobre com podria ser un periodisme feminista.