



11/05/2015

# RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**accesso**

INTELLIGENCE TO SHINE

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

55



# PRENSA



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**acceso**

INTELLIGENCE TO SHINE

## COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/05/15	LES PENYES DEL BARÇA I LA LLIBERTAT DE PREMSA, ESPECIALS A LLEIDA TV / SEGRE	7	1
10/05/15	SEGRE S'ENDÚ UN PICA D'ESTATS / SEGRE	8	1
10/05/15	PER QUÈ ELS BLOCS ELECTORALS / SEGRE	9	1
12/05/15	L'ESTAT TURC PERD ELS PAPERS / EL TEMPS	10	1
11/05/15	TONY LARA GUANYA EL 26È PREMI PICA D'ESTATS / EL PERIODIC D' ANDORRA	11	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/05/15	NACE 'ECONOMISTA MADRID', DEDICADA A LA INFORMACIÓ SOCIOECONÓMICA REGIONAL / EL ECONOMISTA	13	1
09/05/15	CONVERSAR AMB LA JOANA BIARNÉS ÉS DESCOBRIR UNA HISTÒRIA APASSIONANT DE MOLTS CAPÍTOLS. LA D'UNA DONA QUE, EN PLE FRANQUISME, VA PODER SER REPORTERA GRÀFICA EN UN MÓN D'HOMES. D'ANÉCDOTES I CURIOSITAT / DIARI DE TERRASSA (GENT DT)	14	1
09/05/15	LA TELEVISIÓ POR INTERNET CAMBIA EL MODELO DE NEGOCIO EN HOLLYWOOD / EL PAIS (ED. NACIONAL)	15	1
09/05/15	UTECA: «LA TV EN ABIERTO ES MÁS POBRE» / LA RAZON	16	1
09/05/15	EL SECRET DEL SUMARI, PER CARLES CASAJUANA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	17	1
09/05/15	BEGOÑA FERNÁNDEZ, LA ÚNICA Y VERDADERA «CHICA HERMIDA» / ABC (EDICION NACIONAL)	18	2
09/05/15	FER AUTOCRÍTICA, PER XAVIER GINESTA / EL PUNT AVUI	20	1
09/05/15	MEDIASET ULTIMA LA SEVA ENTRADA EN EL CANAL 8TV / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	21	1
09/05/15	ATURADES A TV3 PER DENUNCIAR LES RETALLADES SALARIALS / EL PUNT AVUI	22	1
09/05/15	LA HUELGA SE JUEGA YA EN LOS DESPACHOS / EL PAIS (ED. NACIONAL)	23	1
09/05/15	LA GENERALITAT ACONSELLA A LA CCMA QUE NO TORNI EL SOU RETALLAT A TV3 / REGIO 7	24	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/05/15	LACCMA AIXECA EL VETO A LES PRODUCTORES EXTERNES / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	25	1
09/05/15	LA PLANTILLA DE TV3, SIN EL 5% SALARIAL HASTA ORDEN JUDICIAL / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	26	1
09/05/15	SPOTIFY PREPARA UN SERVICIO DE VÍDEO EN 'STREAMING' / EXPANSION	27	1
09/05/15	UN HÉROE EN LOS PREMIOS ORTEGA / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	28	1
10/05/15	EL TRAMPOLÍ DELS 12 POINTS. Eurovisió, vista des de la universitat / EL PERIODICO CAT(ED.CAT) MES PERIODICO	29	2
10/05/15	Queca Campillo. L'ULL DE LA TRANSICIÓ / EL PERIODICO CAT(ED.CAT) MES PERIODICO	31	2
10/05/15	EL PAÍS SE PONE A PUNTO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	33	2
10/05/15	UN LLIBRE, UN DVDIUNCDPER CELEBRAR ELS 15 ANYS DE RAC1, LA RÀDIO LÍDER / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	35	1
10/05/15	EL COL-LAPSE DE LA MASCULINITAT EN L'ISLAM DIGITAL / ARA (ARA DIUMENGE)	36	3
10/05/15	GARCÍA-ABADILLO, ARTICULISTA DE REFERENCIA EN EL MUNDO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	39	1
10/05/15	JAUME NOLLA MARTÍ. RADIOFONISTA: 'ELS CATALANS NO SOM GENT PACÍFICA' / DIARI DE TARRAGONA	40	1
10/05/15	PAPER I PANTALLA. DEFENSOR DEL LECTOR Josep Rovirosa / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	41	1
10/05/15	15 AÑOS DE REVOLUCIÓN / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	42	1
10/05/15	POSANT CARES A LES VEUS / SEGRE	43	1
10/05/15	MEDIASET NEGOCIA AMB GODÓ LA SEVA ENTRADA A 8TV / EL PUNT AVUI	44	1
10/05/15	JORDI ÉVOLE, PREMIAT AMB L'ONZÈ JOSÉ COUSO / EL PUNT AVUI	45	1
11/05/15	EEUU SE ABONA A LA TELEVISIÓN POR INTERNET / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	46	1
11/05/15	MEDIR LA INFORMACIÓN EN LA RED TIENE UN PRECIO / EL ECONOMISTA (FRANQUICIAS Y EMPREND.)	47	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
11/05/15	TROBEN 158 FOTOGRAFIES DE L'ALLIBERAMENT DE PERPINYÀ A LA SEGONA GUERRA MUNDIAL / DIARI DE GIRONA	48	1
11/05/15	LA UNIÓN EUROPEA SE PREPARA PARA EL MERCADO ÚNICO DIGITAL / EL PAIS (ED. NACIONAL)	49	1
11/05/15	DEPORTISTAS AGRADECIDOS AL FÚTBOL. Los atletas de alto nivel, a favor del real decreto para el reparto televisivo / LA RAZON	50	1
11/05/15	RAFA BURGOS PERIODISTA I ESCRITOR «ELS PODERS FINANCER I POLÍTIC TENEN CONNIVÈNCIA I ES CONFONEN» / REGIO 7	51	1
11/05/15	L'APAGADA DE AA TDT / ARA	52	1
11/05/15	MOVISTAR TV PERMITE RECUPERAR LOS PROGRAMAS DE LOS ÚLTIMOS SIETE DÍAS / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	53	1
11/05/15	LLEI PREHISTÒRICA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	54	1

# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





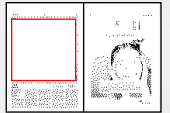
## RESUMS A LES 22.30 I 23.30

# Les penyes del Barça i la llibertat de premsa, especials a Lleida TV

LleidaTV emet aquesta nit resums de la trobada de penyes barcelonistes i del simposi sobre llibertat de premsa celebrats a Lleida. El primer, de 25 minuts i a les 22.30, explicarà la IX Trobada de Penyes del FC Barcelona Lleida Sud La Franja, celebrada el 3 de maig a la Llotja. Òscar Fernandez entrevistarà els protagonistes com Pau Vilanova, membre de la Junta; Pere Valentí Mora, veterà porter del FCB i estrella de l'històric 0-5 al Bernabéu

de l'any 1974. Després, a les 23.30, el segon especial resumirà en 25 minuts la primera edició del *Simposium sobre Llibertat de Premsa*, organitzat per part del Col·legi de Periodistes de Catalunya a Lleida i la facultat de Lletres de la UdL. En aquest, Òscar Fernandez ens atansarà el testimoni dels gairebé 20 ponents que van participar dilluns passat en la jornada de treball, celebrada al Centre de Cultures de la UdL.





TURISME PREMIS



ÓSCAR MIRÓN

Fotografia de grup dels premis, juntament amb el president de la Diputació i els membres del jurat.

ELS PREMIATS

**Prensa escrita**

■ Sèrie de 8 articles d'opinió del periodista Josep Maria Casasús, publicats a *El Punt Avui*.

**Prensa de viatges**

■ Monogràfic sobre la Val d'Aran publicat per la revista *El Mundo de los Pirineos*.

**Prensa internacional**

■ Reportatge *Los caminos del hombre*, publicada per Marcos Ferro a la revista *National Geographic Traveler Latinoamérica*.

**Televisió**

■ Reportatge sobre la festa de Moros i Cristians de Lleida emès pel canal rus Moia Planeta.

**Ràdio**

■ Sèrie de 4 reportatges *Perseguits i salvats*, d'Eloi Barrera, emesos a Catalunya Informació.

**Mitjans locals**

■ Reportatge *La tragèdia de l'art de la Seu Vella*, de Jaume Barrull, publicat al suplement *Lectura* de SEGRE.

**Reportatge fotogràfic**

■ Fotografies de la catedral de la Seu d'Urgell de Antoni Lara.

**Internet**

■ Reportatge *Triatló de Balaguer 2014*, emès per Balaguer TV.

# SEGRE s'endú un Pica d'Estats

Amb un reportatge sobre l'espoli de l'art a la Seu Vella publicat al suplement 'Lectura' || Celebren l'acte d'entrega de la 26 edició d'aquests premis turístics

**S. DIEGO**

LLEIDA | SEGRE va sumar ahir un nou premi Pica d'Estats al seu palmarès amb el reportatge *La tragèdia de l'art de la Seu Vella*, de l'autor Jaume Barrull Castellví, publicat al suplement *Lectura* el desembre del 2013. El reportatge parla del 1707, quan Felip V va ocupar Lleida i va obligar a retirar l'art de la catedral per convertir-la en un quarter militar.

Barrull va recollir el guardó de mans del president de la Diputació, Joan Reñé, durant l'acte d'entrega de la 26 edició d'aquests premis que atorga l'ens provincial als millors tre-

balls periodístics sobre turisme en diverses categories.

El Camí dels Bons Homes que van utilitzar els càtars, les rutes d'evasió dels refugiats jueus a través del Pirineu, els atractius turístics de la Val d'Aran o la festa de Moros i Cristians de Lleida han sigut alguns dels motius dels treballs reconeguts.

El premi consta de vuit categories amb una dotació econòmica global de 38.000 euros i reconeix la feina de diaris, revistes, ràdios, televisions i internet per a la difusió dels atractius turístics de les comarques lleidatanes. En aquesta 26 edició s'hi han presentat 212 ori-



ÓSCAR MIRÓN

Jaume Barrull va recollir el premi.

ginals procedents de disset països. Aquesta xifra representa el tercer millor registre en tota la història d'aquests guardons i el segon amb relació a treballs internacionals. Aquest any destaca per primera vegada la presència d'obres procedents de la Xina, el Líban, el Marroc, Egipte i Mèxic. Reñé va afirmar que aquesta 26 edició dels premis marca l'inici d'una nova etapa en la qual la Diputació i el seu Patronat de Turisme han posat en marxa una nova política d'internacionalització per obrir nous mercats internacionals i atraure més turistes.

El jurat del premi Pica d'Es-

tats ha estat presidit per Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya. N'han format part com a vocals Santiago Costa, director de redacció de SEGRE; Josep Cuní, director del programa *8 al dia* de 8TV; Lluís Foix, periodista i analista de *La Vanguardia*, i Antonio Franco, assessor del Grup Zeta, entre altres.

La notícia, a Lleida Televisió



Vegeu el vídeo al mòbil amb el codi.



**MIQUEL PUEYO**  
**L'OFICI QUE MÉS M'AGRADA**Blog: <http://www.miquelpueyo.cat> · Twitter: @MiquelPueyo

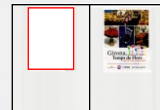
## Per què els blocs electorals

JA SOM un altre cop en campanya. Dilluns passat, en el simposi sobre llibertat de premsa organitzat pel Col·legi de Periodistes a la Universitat de Lleida, discutíem sobre els diversos obstacles que s'oposen a la llibertat d'expressió. Carles Prats, editor del *TN Migdia*, va criticar un cop més la imposició a Espanya, des del 1982, de la cotilla dels blocs electorals. Com sabeu, des d'aquell any, la legislació electoral determina que, durant la campanya, els mitjans de comunicació públics informin dels partits en funció dels resultats obtinguts a les últimes eleccions, i no de l'interès informatiu o de la realitat del que estigui realment passant. El sistema imposa un minutatge estricte que privilegia els partits més votats –de fet, respon a un pacte entre aquests–, prohibeix als professionals aplicar criteris periodístics i allunya, encara més, la ciutadania del funcionament d'un sistema polític que es percep com a immobiliista i parcial.

Els professionals dels mitjans públics catalans i el Col·legi de Periodistes de Catalunya han estat els més actius, a l'Estat espanyol, contra la imposició dels

blocs electorals, han exhaurit totes les instàncies jurisdiccionals espanyoles i finalment han decidit presentar una demanda al Tribunal Europeu de Drets Humans d'Estrasburg contra aquesta pràctica caciquista que a Europa només aplica –en una més de les seues singularitats immobiliistes– el sistema polític espanyol.

En la meua opinió, la utilitat dels blocs electorals, des del punt de vista dels interessos dels partits majoritaris que n'han imposat l'aplicació, no és tant aconseguir que aquells que controlen el sistema incrementin espectacularment els seus vots, sinó amagar l'existència d'opcions alternatives i reforçar la desmobilització de l'electorat i/o la convicció, per part d'amplis sectors socials i d'edat, que no és possible introduir canvis significatius en el sistema. O sia, escenificar una batalla simbòlica –una mena de *moros i cristians* en termes partidistes i publicitaris– que impedeixi una confrontació política real i garanteixi que l'oscil·lació dels resultats no comprometrà la continuïtat d'un règim d'oligopoli polític amb una vocació profundament immobiliista.



# L'Estat turc perd els papers

OPINIÓ

EL PAPA FRANCESC, EL PRESIDENT D'ALEMANYA I EL PARLAMENT EUROPEU HAN RECORDAT EL GENOCIDI ARMENI. TURQUIA COMENÇA A PERDRE LA GUERRA MEDIÀTICA.

**E**stava cantat que Barack Obama no diria ni un mot sobre el centenari del genocidi Armeni per no irritar Turquia, flanc oriental de l'OTAN. Tampoc la Casa Blanca ha volgut incomodar l'Azerbaidjan, l'antiga república soviètica de cultura turcòmana farcida de punts d'extracció de gas i de petroli, alguns dels quals són propietat de grans companyies nord-americanes. Azerbaidjan és un satèl·lit atlàntic amb el qual cal procurar estar a bones i no qüestionar-li la sobirania de l'Alt Karabakh, tot i que els que hi viuen són armenis. A Washington han pesat més els interessos geopolítics que no pas el reconeixement d'un crim que afecta desenes de milers d'armenis ciutadans dels Estats Units. I també ha pesat el fet que la república d'Armènia sigui una mena de protectorat rus. És a dir, un Estat que ha anat a parar al diguem-ne vessant que no tocava de la confrontació geoestratègica entre occident i la Rússia de Putin.

Amb tot, el silenci d'Obama sobre el genocidi no ha pogut apaivagar el malestar de l'Estat turc i del seu president Recep Tayyip Erdogan que, impotent, ha hagut de contemplar com començava a perdre la batalla mediàtica en el moment mateix que el papa Francesc, amb dolor i solemnitat, es feia ressò del genocidi Armeni. Tot seguit el règim turc començaria a perdre els papers en el sentit més literal. Erdogan va pensar que *traslladant* la celebració de la batalla de Gal·lípoli al 24 d'abril, fent-la coincidir amb la data del centenari, restaria al genocidi projecció mediàtica, però la maniobra se li giraria en contra. D'acord que Armènia no disposa de prou potencial diplomàtic per portar el genocidi –com sí que, voldria– a les Naci-



LLIBERT FERRI  
@Llibertferr

ons Unides. Però Turquia no sols no ha pogut imposar el seu relat històric: a partir del gest del papa Francesc li ha estat impossible barrar el pas a tres suports bàsics per a la causa armènia: el reconeixement del crim pel Parlament Europeu; la presència del president francès François Hollande i del rus Vladímir a Erevan, la capital d'Armènia, per participar en la cerimònia del memorial, i la rúbrica posada pel president alemany Joachim Gauck, un home de Merkel, en sumar-se al condol i a les condemnes.

L'aparent superioritat moral turca expressada durant els dies previs a la commemoració expressa de fet el malestar i la ràbia propis de la impotència. Uns quants periodistes i professors universitaris hem tingut l'oportunitat de comprovar-ho a petita escala. L'entrevista al periodista Xavier Moret autor del llibre *La memòria d'Ararat*, publicada a l'*Ara*, provo-

caria una carta de protesta al diari del Consolat de Turquia a Barcelona, que tampoc entomaria gens bé l'article "El crim que inspirà Hitler" del professor Joan B. Culla, publicat al cap d'uns dies. Però l'episodi més dens de la diplomàcia turca a Barcelona seria escenificat el 13 d'abril al Col·legi de Periodistes durant la presentació del actes sobre els 100 anys del genocidi. Un funcionari turc adscrit al consolat va exigir llegir un nota oficial que, com calia esperar, negava el Genocidi. Des de la taula vam accedir a donar-li uns minuts perquè s'expressés lliurement. El diplomàtic turc només parlava anglès, i es donà el fet que l'ajuda per fer-se entendre la hi dispensaria amablement una professora armènia, intèrpret d'ofici, que el va traduir al català. Acabada la intervenció, el representant del consolat va voler continuar parlant sobre la "infàmia" de l'extermini, mentre des de la taula li demanàvem, sisplau, que ens permetés continuar l'acte com estava previst. L'home acabaria perdent els papers –igual com li va passar a Erdogan amb el Vaticà– i se'l va haver de fer callar, alhora que se li advertia que se'l podria fer fora. El funcionari es va aixecar i va sortir de la sala visiblement alterat. I és que la negació no s'improvisa sinó que està incorporada a l'imaginari nacional, forma part de la ideologia d'Estat. Fa cent anys, a més d'un milió i mig d'armenis els van prendre la vida, i durant un segle els han robat també la mort. Neguen que t'hagin matat i fins i tot et neguen que hagin existit. La negació no és una estratègia per ocultar l'extermini sinó que en forma part: n'és, de fet, la fase final.

Periodista



CERTAMEN INTERNACIONAL

# Tony Lara guanya el 26è premi Pica d'Estats

El fotògraf d'EL PERIÒDIC ha obtingut el prestigiós guardó periodístic per un reportatge sobre els claustrers de la catedral de la Seu d'Urgell

DIPUTACIÓ DE LLEIDA



►► El fotoperiodista Tony Lara (a l'esquerra) recull el guardó, dissabte.

E. J. M.  
ESCALDES-ENGORDANY

@PeriodicAND

El fotògraf d'EL PERIÒDIC D'ANDORRA, Tony Lara, ha guanyat el 26è premi Internacional Pica d'Estats en la categoria de millor reportatge fotogràfic. El fotoperiodista andorrà ha estat guardonat per un reportatge sobre la catedral de la Seu d'Urgell que el jurat va triar per unanimitat. Lara va escollir el monument urgellenc «perquè sempre que hi vas hi trobes alguna cosa nova, alguna cosa diferent que t'impulsa a fer fotos. Els claustrers et permeten aturar-te, mirar en 360 graus, observar els detalls», ha explicat.

El fotògraf va publicar el reportatge a través d'Instagram, fet que el jurat ha valorat com a una interessant combinació de fotoperiodisme i difusió a través de nous canals com són les xarxes socials. «Instagram i les xarxes en general simplement són noves formes de comunicar una

feina, una foto, que ha de tenir la mateixa qualitat que si es publicués en paper», va declarar Lara dissabte, dia en què va recollir el premi.

Per al fotògraf, un dels «al·licients» del Pica d'Estats és el prestigi «del jurat, format per gent del gremi». En aquesta edició, el jurat l'ha presidit Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, i n'han format part Santiago Costa; Josep Cuní; Lluís Foix; Antonio Franco; Rafa Gimena; Eduard Navarro; Mariano Palacín; Mònica Terribas, i Jordi Blanch.

El fotoperiodista, que treballa des de fa quinze anys a EL PERIÒDIC, confessa que «no acostumo a presentar-me a premis perquè penso que és molt difícil mesurar els gustos del jurat», però admet que «tot esforç acaba tenint la seva recompensa». De fet, Lara també ha guanyat un accésit del premi Pirene de periodisme interpirinenc pel reportatge *Un país d'actors*, publicat a la revista *Portella*, de la qual n'és col·laborador, i

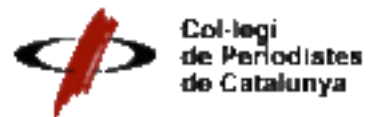
ha obtingut un accésit del premi de divulgació científica del cartell del Cercle de les Arts i de les Lletres, juntament amb Roser Porta, pel treball *Andorra literària / Rutes de novella*.

Lara considera que «la fotografia és un art que molta gent se sent capaç de fer» i lamenta «la brutal ingesta d'imatges que consumim cada dia. Hi ha molta foto clínex. Penges imatges a la xarxa que els espectadors i, fins i tot l'autor, obliden al moment». En canvi, el fotògraf reconeix que «hem passat del tot s'hi val a educar la vista. La gent es va adonant que no és tan fàcil, que no n'hi ha prou amb la tècnica, la càmera i els filtres, sinó que cal una mirada darrere de l'objectiu. A les xarxes socials es veuen imatges molt bones».

Alguns dels referents de Lara són Vivian Maier, Josef Koudelka, Robert Frank i Alex Webb i clàssics com Doisneau i Cartier-Bresson.

Els premis Pica d'Estats estan dotats per la Diputació de Lleida i inclouen vuit categories. ≡

# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Empresas &amp; Finanzas

# Nace 'elEconomista Madrid', dedicada a la información socioeconómica regional

La nueva cabecera, que verá la luz el próximo martes, engrosará una familia de 19 revistas digitales

**elEconomista** MADRID.

*elEconomista* da un paso más en su estrategia de innovación editorial con el lanzamiento, el 12 de mayo, de *elEconomista Madrid*, la primera revista digital especializada en información socioeconómica en el ámbito de esta comunidad autónoma. Esta nueva publicación, diseñada exclusivamente para los distintos soportes digitales, cuenta con una maqueta horizontal que permite leerla cómodamente desde un ordenador, iPad, iPhone o en su teléfono Android. Del mismo modo, es posible descargársela fácilmente desde la web o, simplemente, utilizar el visor para leerla en el lugar donde se encuentre. De periodicidad mensual, *elEconomista Madrid* saldrá el segundo martes de cada mes. *elEconomista Madrid* nace con la vocación de convertirse en un punto de encuentro y reflexión sobre el mundo socioeconómico de la región en todas sus facetas.

## Lo que encontrará

La revista tendrá espacios dedicados a todos los temas de actualidad de los diferentes ámbitos que están relacionados con los aspectos socioeconómicos y empresariales que afectan a la Comunidad de Madrid. Pero no todo son números, también nos encargaremos de la cultura, la gastronomía, las ferias o eventos que acontezcan en la región.

Este primer número de *elEconomista Madrid* viene marcado por las próximas elecciones municipales y autonómicas. Es por ello que hemos realizado entrevistas a los candidatos a la alcaldía de tres de las principales fuerzas políticas: Esperanza Aguirre (PP), Antonio Miguel Carmona (PSOE) y Begoña Villacís (Ciudadanos). Era de nuestro interés que nuestros lectores sepan qué medidas van a tomar si ganan las elecciones en lo referente al tejido empresarial de la región para favorecer su crecimiento y, por consiguiente, la creación de empleo. Este es nuestro tema de portada, que vendrá marcado por la actualidad de cada mes.

El *Editorial* marcará la línea fijada por el consejo editorial, que se reflejará en todas y cada una de las aportaciones de esta publicación.

En la sección de *Radiografía*, cada mes se analizará un sector económico. En esta ocasión, el elegido ha sido el transporte público de la Comunidad de Madrid.

En *Actualidad* encontrará reportajes, como el dedicado a la reciente reinauguración del Faro de Moncloa,

## Descubre lo que contiene 'elEconomista Comunidad de Madrid'

- 1 PORTADA:** un vistazo para conocer los artículos y reportajes más interesantes y pegados a la actualidad que contiene la revista.
- 2 EDITORIAL:** marcará la línea fijada por el consejo que se reflejará en todas y cada una de las aportaciones de esta publicación.
- 3 EN PORTADA:** reportaje, pegado a la actualidad, de lo que acontece en la Comunidad de Madrid.
- 4 ACTUALIDAD:** reportajes y/o entrevistas que dan voz a los protagonistas de la publicación: la Comunidad de Madrid y todos los que aquí viven o la visitan.
- 5 RADIOGRAFÍA SECTORIAL:** En cada número se analizará un sector económico.
- 6 LUGARES:** conoceremos en profundidad universidades, museos, hospitales, fábricas que forman parte de la Comunidad de Madrid.
- 7 EMPRESAS CON HISTORIA:** compañías que por su raigambre o antigüedad han escrito sus páginas vinculadas a la región.
- 8 HOY VISITAMOS:** Pretendemos conocer todos y cada uno de los 179 municipios que componen la Comunidad.
- 9 ENTREVISTAS:** cara a cara con personajes relevantes de la región (empresarios, políticos, responsables de instituciones y patronales,...)
- 10 MADRID TECNOLÓGICO:** traeremos a nuestras páginas empresas y empresarios que han hecho de la innovación su bandera.
- 11 TRIBUNAS:** artículos de opinión de reputadas firmas que nos ofrecen su punto de vista sobre la actualidad.
- 12 CULTURA:** una pequeña selección de la inabarcable oferta de la Comunidad de Madrid.
- 13 FERIAS/EVENTOS:** selección de las mejores citas que se producirán en la región.
- 14 GASTRONOMÍA:** un recorrido por productos, restaurantes o eventos relacionados con uno de nuestros puntales.
- 15 AGENDA:** citas imprescindibles para todos los gustos.

'elEconomista Madrid' se distribuirá todos los meses, gratis y por correo electrónico

En este número entrevistamos a los aspirantes a la Alcaldía de PP, PSOE y Ciudadanos

En *Lugares* conoceremos universidades, museos, hospitales, fábricas que forman parte de la Comunidad de Madrid. En este primer número *visitaremos* el Museo Reina Sofía.

A todo esto se sumará un capítulo de *Gentes*, presentando a personajes míticos o desconocidos, pero

que se asocian a nuestra región. Traeremos a nuestras páginas a la familia Sandín, de El Alambique de Santa Marta, creadores de Gin Bear, la primera ginebra madrileña.

También conoceremos *Empresas con historia* vinculadas a nuestra Comunidad. Para el estreno hemos tomado unos churros en la mítica Chocolatería San Ginés.

Realizaremos *Entrevistas* con personajes relevantes de la Comunidad de Madrid (empresarios, políticos, responsables de instituciones y patronales). En este número uno, las ya citadas con los candidatos a la Alcaldía madrileña. Para nuestras *Tribunas* contaremos con reputadas firmas que nos ofrecerán su punto de vista sobre la actualidad. En esta ocasión, estará Luis Eduardo Cortés, presidente ejecutivo de Ifema.

*Madrid tecnológico* traerá a nuestras páginas empresas y empresarios que han hecho de la innovación su bandera.

En la sección *Hoy visitamos* pretendemos conocer en profundidad todos y cada uno de los 179 municipios que componen la región.

En la sección *Cultura* haremos una pequeña selección de la inabarcable oferta de la Comunidad de Madrid, así como en *Ferías y Eventos* escogeremos las mejores citas que se producirán en la región.

En *Gastronomía* realizaremos un recorrido por productos, restaurantes o eventos relacionados con uno de nuestros puntales. En este primer número, hemos celebrado el 25 aniversario de la Denominación de Origen Vinos de Madrid.

Del mismo modo, en nuestra *Agenda* anotaremos citas imprescindibles para todos los gustos.

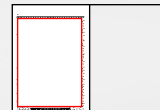
La publicación está dirigida por Esther Porta Sanz, redactora de *elEconomista*, y contará con el respaldo redaccional del veterano periodista Fernando Cromán, así como del apoyo de los equipos de diseño, infografía y fotografía del periódico.

## Fácil acceso

Para acceder a la revista sólo tendrá que entrar desde su ordenador, iPad, iPhone o dispositivo Android en el quiosco de *elEconomista.es*, en [www.elEconomista.es/kiosco](http://www.elEconomista.es/kiosco), desde donde podrá descargársela de forma gratuita o a través de las aplicaciones. También tendrá acceso directo a través de su página web [www.economista.es/madrid](http://www.economista.es/madrid).

Si lo prefiere, podrá registrarse con una cuenta de correo electrónico y, de esta manera, recibir cada nuevo número de la revista cómodamente por email.





Conversar amb la Joana Biarnés és descobrir una història apassionant de molts capítols. La d'una dona que, en ple franquisme, va poder ser reportera gràfica en un món d'homes. D'anècdotes i curiositats, en té un munt. Ens rep a la seva casa a Viladecavalls, on viu després de deixar la seva estimada Eivissa, on regentava el restaurant Ca na Joana.

**A "Una fotografia entre homes. La història de Joana Biarnés", el documental que s'està preparant sobre la seva trajectòria, vostè recorda uns inicis difícils.**

Efectivament. Començar a col·laborar al diari Pueblo, als anys 60 i en plena dictadura, va ser un moment complicat i dur per a una dona que volia obrir-se camí en un món d'homes. El meu pare, un gran fotògraf esportiu, ja em va avisar: "Espanya no està preparada per a una dona fotògrafa, ni per a una dona metgessa, ni una dona advocada". Li vaig dir que aguantaria. I així va ser fins als anys 80.

**Amb la seva tenacitat i passió per la fotografia de premsa va aplanar el camí a moltes dones.**

Ser dona em va ocasionar problemes (als camps de futbol, a les Corts, amb els guàrdies civils) i també em va servir. Durant sis anys, del 1962 al 1968, vaig ser l'única fotògrafa del diari Pueblo i puc dir que els companys em van protegir i tractar molt bé. Vestia de manera femenina i mai em vaig disfressar. Per ser dona vaig haver de fer fotos originals i diferents.

**Ha vist ja el documental acabat?**

Segueix en fase de rodatge. Havia d'estrenar-se al maig però no serà fins al setembre. L'Oscar Moreno, el Jordi Rovira i el Xavier Baig estan fent una feina extraordinària. Surten moltíssimes fotos meves, opinions del Serrat, del Josep Maria Pou... Pinta molt bé.

**De reportatges socials a esportius i retrats de celebritats com Dalí, Miró, Luís Miguel Dominguín...**

**Amb qui s'identifica més? Amb Annie Leibovitz, fotògrafa de famosos, o de Sebastiao Salgado?**

Sembla que només m'hagi dedicat al món dels famosos i no és així. En aquella època les estrelles alimentaven molt els diaris perquè, de política, no se'n podia parlar massa. Al diari Pueblo, amb un tiratge de 350 mil exemplars i cinc edicions a tot Espanya, la fotografia tenia gran valor i una gran difusió, perquè no hi havia la televisió que hi ha ara. Vaig fotografiar de tot, però em sento més a prop de la fotografia social de Salgado.

**Són les fotos que es recullen al nou llibre de Photobolsillo que està presentant aquests dies?**

Sí. Són imatges en blanc i negre, dels anys 1956 al 1972, on predominen retrats de famosos.

**On destaquen les imatges que va aconseguir dels Beatles en la intimitat. Deu tenir un record molt es-**

# CONVERSES

## Joana Biarnés

FOTOPERIODISTA

?



## «La millor foto és la de l'endemà»

**PIONERA DEL FOTOPERIODISME.** A punt de complir 80 anys (els fa per Sant Joan), Joana Biarnés (Terrassa, 1935) se sent afortunada pels reconeixements que rep. La primera dona fotògrafa de premsa a Espanya, Creu de Sant Jordi, protagonitza un llibre de Photobolsillo, un documental i prepara una exposició. Vital, tenaç i entusiasta ha tornat a agafar la càmera per retratar el món dels discapacitats.

TEXT: Teresa Romero / FOTO: Nebriді Aróztegui

**pecial d'aquella exclusiva?**

Buscava una foto diferent, de qualitat, que no haguessin fet els altres. I no en tenia prou amb la roda de premsa que va presentar Jesús Hermida amb els Beatles. Vaig aconseguir camuflar-me a l'avió em viatjaven i després em vaig colar tres hores a l'habitació de l'hotel. Ringo Starr va obrir la porta amb un "you?" perquè em va reconèixer. Paul era qui preguntava més; Ringo llegia un llibre; George Harrison escoltava... Em van prendre per la primera fan espanyola que els seguia sota el llit. I sense flaix els vaig retratar tant com vaig voler.

**Però el diari Pueblo no va rebre aquelles fotos exclusives com vostè s'esperava, no?**

Va ser un fracàs. Portava dos rotlles plens de fotos i em van dir que no les revelés. Hi havia l'ordre de no fer massa difusió dels Beatles perquè era un grup mal vist per la moral de l'època. Estaven considerats uns perversos. Però vaig poder publicar quatre o cinc pàgines de fotos a la revista Ondas.

**Vostè reivindica el seu paper de fotògrafa de premsa. Precisament al reportatge "Els interns de la por", de TV3, apareixen imatges que va fer a un nen maltractat.**

Recordo molt bé aquella notícia. Aquell nen de l'internat tenia la mà marcada a la cara i, a l'orella, sang, per una bufetada d'un capellà. El meu pare sempre em deia: "Primer dispara i després demana permís". Vaig fer les fotos i vam anar a parlar amb el director. La seva resposta va ser: "Al cap i a la fi és fill de soltera". I aquell va ser el titular del reportatge de primera pàgina. La notícia va tenir tal impacte que vam haver d'amagar-nos una setmana a Suècia amenaçats per l'extrema dreta.

**Quina és la foto de la seva vida?**

N'hi ha moltes. Els fotògrafs no poden triar la millor instantània perquè demà pot sortir-ne una altra que la superi. La millor foto és la de l'endemà.

**Va arribar a emprendre accions legals contra els responsables de la sèrie "Cuéntame..." a causa d'un episodi que la va disgustar?**

Jo sortia com la primera fotoperiodista però el pitjor és la imatge que van donar del meu pare, que apareixia com un guàrdia civil corrupte i amic íntim de Franco, quan era fals. Per disculpar-se em van convidar a anar un dia al rodatge. Va ser indignant! Estava vivint ja a Eivissa, tenia a càrrec la cuina del meu restaurant, Ca na Joana, i ho vaig deixar estar.

**Ha tornat a agafar una càmera?**

Sempre n'he dut una petita digital a la bossa però enyor molt poder treballar la imatge al laboratori, revelar... Sí, he tornat a fer un reportatge fotogràfic. Durant quinze dies he retratat els nois i noies discapacitats de la fundació Prodis. He pogut recordar vells temps. //



## SERIES

# La televisión por Internet cambia el modelo de negocio en Hollywood

## Plataformas como Netflix, Amazon o Hulu revolucionan el panorama

PABLO XIMÉNEZ DE SANDOVAL  
Los Ángeles

Cuando se estrenó la tercera temporada de *House of Cards*, alguien le dio a un botón en un pueblo llamado Los Gatos, California, y desde ese momento 50 millones de clientes de Netflix, la dueña de la serie, tuvieron la opción de ver el primer episodio cuando les apetezca, vivan donde vivan, sin anuncios, sin poner un disco, sin descargarlo en ningún sitio, sin tener que contratar ningún paquete de canales, sin antena de televisión. Incluso, sin aparato de televisión. Vale con una tarjeta de crédito, una conexión a Internet y cualquier pantalla.

La distribución de vídeo por Internet ha revolucionado la forma en que se produce y se consume la televisión. Servicios como Netflix, Hulu o Amazon amenazan con convertir en obsoleta cualquier oferta de televisión lineal, con horarios y anuncios. Al mismo tiempo, al convertirse en productores de contenido propio, han abierto una cantidad de puertas sin precedentes a actores, directores, guionistas y técnicos de todo tipo. Además, plataformas como Hulu o Yahoo! se convierten en hogar de la segunda vida de series ya canceladas por sus cadenas. Hollywood, entendido en sentido amplio, vive una revolución en el empleo creativo.

"Hay más *shows* de televisión que nunca en la historia", afirma a este periódico Chuck Slocum, directivo del Sindicato de Guionistas de Hollywood, que calcula que hay 250 series en producción. Slocum califica lo que está pasando como un "maravilloso nicho de negocio de producción de alto nivel". Netflix y Amazon, que hace pocos años eran una empresa de alquiler de DVD y una tienda de libros, producen hoy ficción de primera categoría, gastando una media de 3,5 millones de dólares por episodio. Nadie ha visto venir el fenómeno, afirma Slocum: "El día antes de estrenarse el primer capítulo de *House of Cards* te habría dicho que estabas loco".

Amazon y Netflix aplastaron a las cadenas tradicionales en los últimos premios de televisión de los Globos de Oro. "Lo que está pasando en la televisión es increíble", dijo Kevin Spacey tras recoger su premio por *House of Cards*. Spacey, productor ejecutivo de la serie, afirmó que en ninguna cadena convencional le habrían dado la libertad creativa de que ha disfrutado. También pronosticó que pronto veremos a nuevas empresas entrar en el negocio de la producción y distribución de contenidos a la carta, especialmente "aquellas que tienen trocentos millones", dijo Spacey en referencia a los gigantes tecnológicos. Sin ir más lejos, Play-



Una espectadora consulta su tableta mientras ve una de las series de Netflix, *Orange is the New Black*.

Station ya tiene su primera serie de producción propia, *Powers*.

Esta competencia sin precedentes en la ficción televisiva ha obligado a los canales de cable a espabilarse. Es ahí donde hay un verdadero *boom* de empleo para sectores como el de SoClum. "En nueve años hemos pasado de 25 series a 125 en los canales básicos de cable", afirma. "Cada una de estas series tiene una sala de guionistas de entre tres y ocho personas. El número de escritores contratados en televisión es el más alto de los últimos veinte años".



Robin Wright y Kevin Spacey, en *House of Cards*.

El año pasado, la industria de películas y grabación sumó 8.000 empleos nuevos, un crecimiento del 6,5% que supone tres veces más que cualquier otro sector en el condado de Los Ángeles, según cifras recopiladas por *Los Angeles Times*. Robert Kleinhenz, economista jefe de una consultora local, afirmaba en ese periódico que la base de este empleo está en los nuevos productores de vídeo digital. Se están perdiendo empleos que no

## Efecto en la creatividad

En una entrevista con Bloomberg, Ben Silverman, ejecutivo que dejó la cúpula de NBC/Universal para fundar los estudios Electus, destacaba las oportunidades que dan estas plataformas. "Han dado la vuelta al modelo", decía Silverman. "Netflix encarga directamente series enteras", en vez de encargar un piloto y ver si

volverán y están surgiendo empleos que antes no existían.

Los grandes estudios, mientras, llevan adelgazando desde la recesión de 2008. En los primeros dos años de la crisis, el condado de Los Ángeles perdió 12.600 empleos de la industria del espectáculo, que supone el 10% del PIB local. El pasado noviembre, Warner Bros., el estudio más grande de Hollywood, anunció el despido de 1.000 de sus 8.000 trabajadores. "La mayoría de estos despidos son trabajos administrativos", afirma Slocum, debidos al cambio en la distribución del contenido. Los últimos despidos en Paramount fueron en finanzas, *marketing*, recursos humanos y asesoría legal.

Este año, Netflix va a lanzar 50 series exclusivas, afirma Kari Pérez, portavoz de la compañía. Además, va a empezar a usar tecnología de alta definición 4K para sus emisiones. En este nuevo panorama, las novedades van de la mesa de montaje al salón del espectador. Nadie contrata publicidad, nadie estudia la franja horaria, nadie imprime un DVD, nadie lo lleva a la tienda.

HBO y NBC han decidido competir directamente con sus propios servicios por Internet, un mundo donde ya están Apple y YouTube (Google), iniciando lo que parece una convergencia de productores y distribuidores. "Tenemos una visión del futuro de la televisión bastante clara, una televisión basada en aplicaciones", afirma Pérez. Una televisión donde el espectador zapea por menús, no por canales. En millones de casas la pregunta ya no es qué ponen hoy, sino qué te apetece ver.





Según Uteca, en la televisión privada hay cuatro operadores que disponen de un total de 15 cadenas

## Uteca: «La TV en abierto es más pobre»

Al año del cierre de nueve canales, la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto afirma que la oferta televisiva ha bajado un 37,5 por ciento

C. García

MADRID- La televisión mantiene su pujanza –prueba de ello, según los datos del IDAE (Instituto para la Diversificación y Ahorro de España), el 99,9 por ciento de los hogares españoles tiene al menos más de un televisor–, pero la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (Uteca) no puede dejar de recordar que el 6 de mayo de 2014 desaparecieron 9 canales de TDT: «A pesar de que fue la Administración la que incurrió en errores y carencias formales en la adjudicación de las licencias de emisión, los operadores de televisión privados, Atresmedia y Mediaset se vieron obligados a cerrarlos». El director general de Uteca, Andrés Armas, subraya que esta situación «fue el resultado de la falta de voluntad política del Gobierno y con ella se lesionaron gravemente los intereses de los espa-

ñoles, que vieron reducida la pluralidad de la oferta en abierto y produjeron daños irreparables para la industria audiovisual española».

Desde entonces, la oferta de televisión en abierto «es más pobre». Así lo corroboran las cifras, ya que la oferta televisiva ha descendido un 37,5 por ciento de contenidos informativos,

### DISTINTAS POSICIONES Uteca denuncia que se está atacando a los principales grupos audiovisuales

culturales y de ocio.

Uteca recuerda que el pasado 17 de abril el Ejecutivo anunciaba en Consejo de Ministros la convocatoria de un nuevo concurso para la adjudicación de seis nuevos canales de TDT. «Pero en dicho concurso se obviaba por completo el principal

problema del sector audiovisual nacional: la posibilidad del cierre de otros ocho canales». Al no hacer mención a esto, se considera que «el Gobierno elude sus responsabilidades, poniendo de manifiesto un enorme desconocimiento del sector y persistía en el incumplimiento de los compromisos adquiridos con las televisiones en el proceso de transición a la TDT».

En el comunicado, Armas recuerda el «ataque a los principales grupos audiovisuales». Precisa que en las últimas fechas desde distintas instituciones se han producido declaraciones relativas a los riesgos de concentración de las audiencias en un número reducido de operadores. Uteca desmiente tales acusaciones. «Para empezar, a pesar de la reducción reciente de la oferta, cualquier espectador medio espa-

### Motor económico, social y cultural de gran valía

**El sector audiovisual español representa el 1 por ciento del PIB, genera un volumen de negocio cercano a los 10.300 millones de euros y es fuente de empleo directo e indirecto para unas 77.000 personas. Desde 1999, el sector ha destinado más de 1.900 millones de euros a la financiación de producciones cinematográficas que han cosechado éxitos de taquilla y la mayor parte de premios y reconocimientos en los últimos años.**

ñol dispone actualmente, entre públicas y privadas, de carácter nacional y local, de entre veinte y treinta opciones en la elección de canales».

### Un total de 15 cadenas

Si sólo nos centramos en la oferta de la televisión privada, en abierto, «nos encontramos con un escenario de cuatro operadores: Atresmedia, Mediaset, Veo y NetTV, que disponen de un total de 15 cadenas. Así, nos parece un tanto ajustado hablar de concentración audiovisual». Uteca remarca que, si se quiere «cargar las tintas en la concentración de audiencia en unos pocos canales, debería ser exclusivamente para reconocer el mérito y los esfuerzos realizados por los operadores, que luchan por mejorar sus audiencias ofreciendo productos de calidad y rigor e invirtiendo miles de horas de trabajo». El ecosistema audiovisual es contrario a estructuras fragmentadas y escasamente eficientes. Uteca argumenta que, «basta para comprobarlo hacer una revisión de las audiencias y escenarios audiovisuales de nuestros países vecinos y se verá fácilmente que, en la mayoría de ellos, existen pocos jugadores, tres como máximo, que se reparten la mayor parte de la audiencia y, por consiguiente, de la inversión publicitaria». Para finalizar, subraya: «Por su importancia en todos los ámbitos de nuestra sociedad, el actual panorama audiovisual no puede estar sujeto a arbitrios judiciales, interpretaciones, recursos e intereses particulares, por lo que debería ser una prioridad para el Gobierno mantener y preservar la oferta de televisión en abierto». Así, Uteca emplaza al Ejecutivo a que en los próximos meses modifique su manera de actuar en relación al sector «corrijalos desatinos cometidos, empezando para ello con la adopción de las medidas necesarias para dotar de seguridad jurídica a los actuales 15 canales».



Carles Casajuana

## El secret del sumari

És curiós veure amb quina rapidesa s'ha tancat el debat sobre la proposta del ministre de Justícia de multar els mitjans de comunicació que publiquin dades de sumaris judicials declarats secrets.

La proposta del ministre Rafael Catalá tenia molts defectes, sens dubte. Assenyalava un problema –la vulneració de la presumpció d'innocència i l'entorquiment de la tasca de la justícia causats per la publicació de sumaris– però, en comptes de proposar mesures per evitar les filtracions, que sens dubte és el que cal esperar del màxim responsable de la justícia, desviava la responsabilitat cap als mitjans de comunicació. És a dir, feia l'orni i proposava matar el missatger.

A més, la proposta era sospitosa d'oportunisme i de mirar de defensar els interessos del Partit Popular en un moment en què les filtracions judicials estan fent aflorar enutjosos escàndols de corrupció en els quals estan implicats polítics que militen a les seves files. No era absurd preguntar-se si el ministre Catalá pretenia evitar noves revelacions sobre el

**La proposta de Catalá no era afortunada, però seria bo obrir un debat sobre mesures per evitar les filtracions**

cas Gürtel, sobre el cas Rato, sobre els manejos del president de la Diputació de València o sobre l'operació Púnica.

Era comprensible, per tant, que la reacció fos molt negativa. Desautoritzat de forma rotunda per la vicepresidenta i sotmès a una allau de crítiques dels partits polítics, el seu inclòs, i dels mitjans de comunicació, el ministre no va tenir més remei que retirar la proposta i xiular Siboney. Unanimitat plena: a tothom li semblava un error.

No obstant això, el problema persisteix. ¿No estem tots d'acord que cal respectar la presumpció d'innocència dels acusats, per greus o reprovables que siguin els delictes dels quals se'ls acusi? ¿No és cada vegada més evident que la publicació d'informacions procedents de sumaris declarats secrets condueix a un judici paral·lel davant l'opinió pública en què la presumpció d'innocència dels acusats és aixafada de forma implacable? ¿No és obvi que hi ha actuacions judicials que han de ser secretes, per no alertar els culpables dels delictes investigats?

La proposta del ministre Catalá no era afortunada. Però em sorprèn que –a excepció d'alguna carta al director, com la de Pere Huguet i Millán, dissabte passat– no s'hagi aprofitat per obrir un debat sobre les mesures que es podrien adoptar per evitar les filtracions. Sembla com si, en el fons, a tothom li fos igual. Com si un espès mantell de resignació impedisés reflexionar sobre l'assumpte.

Al llarg de la meua carrera com a funcionari he treballat en ocasions amb documents que haurien pogut produir un cert impacte en les primeres pàgines dels diaris. Eren documents delicats sobre converses o gestions diplomàtiques, i sovint hi tenien accés moltes persones. Mai no se'n va filtrar cap. És més: mai em va passar pel cap que se'n pogués filtrar cap.

En els casos molt comptats en què he

tingut notícia de filtracions, es tractava de documents de molt segon ordre o en què s'advertia un clar abús per part dels responsables polítics (per exemple, la circular a tots els diplomàtics a l'exterior amb instruccions de difondre que

No tinc cap dubte que la raó per la qual en l'Administració les filtracions són tan escasses és l'estricta sentit del deure i la professionalitat dels funcionaris implicats. A ningú li passa pel cap revelar secrets als periodistes, ni als periodistes demanar-ho. Suposo que la immensa majoria dels funcionaris de l'administració de justícia i dels lletrats amb accés als sumaris comparteixen aquest sentit del deure.

Per què es produeixen filtracions, llavors? La pressió mediàtica a què estan sotmesos és molt més gran. És possible, a més, que persones poc escrupoloses ofereixin diners. Però intueixo que la raó de fons és que hi ha una gran demoralització i que preval el sentiment que tant és i que tot s'hi val.

És un sentiment que, un cop s'apodera d'un determinat àmbit administratiu, és molt difícil d'eradicar, i el que ha passat amb la proposta del ministre Catalá i amb l'avortat debat sobre les filtracions no farà sinó alimentar-lo. Tancar el debat en fals, com s'ha fet, equival a resignar-se a una justícia cada vegada més grotesca, més influïda pels canvis d'humor dels tertulians i per l'atzar de l'agenda in-

ÓSCAR ASTROMIUIOFF



l'atemptat de l'11-M havia estat obra d'ETA). En el cas de filtracions verbals –una mica més freqüents–, moltes vegades el responsable de la filtració era el ministre o algun dels seus col·laboradors més propers, que eren qui més contacte tenien amb la premsa.

formativa. Una justícia en què, quan hi estiguin implicades persones amb projecció pública, la sospita serà, cada vegada més, sinònim de culpa i en la qual la pena de telenotícies acabarà sent la condemna principal, i les imposades en el seu cas pels tribunals, accessòries.●



# Begoña Fernández, la única y verdadera «chica Hermida»

Esta historia comienza en 1986, en la antigua Antena 3 Radio. Allí se conocieron Jesús y su segunda mujer

MAYTE ALCARAZ  
MADRID

Calle Oquendo de Madrid. Verano de 1986. Gobierna Felipe González y una cadena de radio se abre paso en una democracia púber pero con voces y biografías más que consolidadas. Es Antena 3 Radio, cuyo programa estrella, «La Hora Cero», tiene como director a un locutor muy serio, llegado de la corresponsalía en Estados Unidos, exigente pero francamente divertido: **Jesús Hermida**. Su informativo es la antesala de otro momento glorioso en las ondas de entonces: «Supergarcía en la Hora Cero». Jesús Hermida y **José María García**, mano a mano. Unos cuantos becarios acabamos de ser desperdigados por distintos programas. A mí me toca el informativo de las tres de la tarde, de **Julián Nieto**. A otros, como a **Manuel Marlasca**, el de la mañana de **Antonio Herrero**; a los más futboleros, los Deportes de García... Y a un par de compañeros, los acoge Hermida, el señor que había contado la llegada del hombre a la Luna, que está allí como si fuera un aprendiz, ideando cómo ganarle terreno a la rutina radiofónica. Empieza con un formato de una hora y termina, ante el éxito de la fórmula, doblando la apuesta.

Dentro de su equipo no faltan mujeres de campanillas, como **Nieves Herrero**, que suda tinta china para estar a la altura del insaciable jefe; ni colaboradores, como **Federico Jiménez Losantos** o **Vicente Zabala**. Pero entre todos ellos hay una joven morena y discreta, con pinta de ser más mayor de lo que aparenta, que trabaja en la trastienda del programa. Es **Begoña Fernández**. Al correr de los años, la segunda señora de Hermida. La misma que, ante el tanatorio que albergaba los restos de su marido, daba hace unos días las gracias a sus antiguos compañeros por el respeto y cariño al comunicador fallecido.

## De prácticas

De nuevo es el verano de hace 29 años. A Jesús le quedan pocos meses para marcharse a la televisión pública. Pero, antes, da la batalla por situar a su informativo nocturno en una cadena joven en la élite de los programas de autor. El jefe de la emisora, **Manuel Martín Ferrand**, pasea habitualmente por la Redacción para hablar con **José Cavero**, responsable de informativos. Hermida bromea a menudo con el director: «No te preocupes, Manolo, esto mar-



## Jefe y becaria se casaron en 1999

Arriba, Begoña Fernández con su marido, con el que vivía en el municipio madrileño de San Agustín de Guadalix; a la izquierda, las «chicas Hermida» junto a su mentor; abajo, la viuda del periodista onubense, con otros miembros de su familia



cha», repite detrás de una sonrisa. Begoña es tan joven como los becarios que acabamos de llegar.

Pero su ropa, su peinado y hasta su madurez profesional la distancian de los novatos que pululamos torpemente entre tantas estrellas del firmamento radiofónico. Choca que una veinteañera vista de colores oscuros, enfatice tanto su peinado, se suba a imponentes tacones y se adorne con un maquillaje laborioso. Choca sobre todo por el descuidado aliño indumen-

tario que los demás gastamos ese verano de huelgas en Madrid.

Estudia, como casi todos nosotros, en la Facultad de Ciencias de la Información por la mañana, mientras que por la tarde prepara el programa de su, por entonces, jefe. Entre ellos surge una química especial, hasta el punto de que la periodista maneja todos los hilos: desde la producción a la redacción. También la agenda de Jesús. Hay quien la confunde con su secretaria. A Begoña no le importa. Recuer-

do que incluso bromea cuando los menos iniciados le atribuimos el papel de secretaria en la Redacción. Siempre hay una voz veterana, nunca la suya, que nos corrige: «Begoña no es secretaria, es periodista».

A Jesús y Begoña los separan más de veinte años, pero nada impide que el tándem que forman se consolide al compás del éxito de su mejor hijo, el programa nocturno de Antena 3. La joven descuida su carrera en las aulas, como muchos de los que comenzamos



***En Antena 3 Radio***  
**La pareja se conoció en  
 la vieja redacción de  
 Oquendo, donde  
 Hermida dirigía  
 el programa nocturno**

***Los inicios de Begoña***  
**La que sería su segunda  
 mujer era una joven  
 becaria en Antena 3,  
 estudiante de Periodismo**

***Le acompañó siempre***  
**En 1987, el comunicador  
 se marcha a TVE y luego  
 recalca en Antena 3 TV,  
 acompañado siempre por  
 la que hoy es su viuda**

a trabajar por entonces, para entregarse a la emocionante profesión de periodista. Junto a Hermida, su hoy viuda aprende también a dirigir equipos, coordinar contenidos y valorar las noticias. La juventud que le falta al que fuera corresponsal se la aporta Begoña. Ella le hace entender por qué una pieza no sale cómo él ha pedido o las razones del retraso de una locución. Jesús sabe siempre lo que quiere cuando se lo reclama a los reporteros: pide claridad, los datos fundamentales, pero, insiste, sin descuidar las formas. El envoltorio es, para el director de «La Hora Cero», tan importante como el contenido. Lo había aprendido en Washington y Nueva York: no solo hay que decir, sino decirlo bien. Es su máxima.

**Camino de TVE**

Cuando el periodista se marcha de Antena 3 Radio, víctima de la ley de incompatibilidades (haciéndole un agujero importante de audiencia), Begoña le acompaña a la televisión pública, donde sería pionero de los magacines de mañana. Es el 6 de abril de 1987 y el periodista onubense se lleva también a su aventura matinal a Nieves Herrero, primera «chica Hermida», larga nómina que hoy engrosan conocidas profesionales como **María Teresa Campos**, **Irma Soriano**, **Consuelo Berlanga**, **Mariló Montero** o **Miriam Díaz Aroca**. En alguno de los castings que se hacen para el espacio, la última palabra la tiene Begoña.

Es entonces cuando el presentador se divorcia de Nieves, su primera mujer, con la que tiene tres hijos, **Victoria**, **Jesús** y **Jaime**. Y la nueva pareja de periodistas prepara su boda, que se celebrará en el verano de 1999. La casa del matrimonio, en San Agustín de Guadalix, es desde entonces parada de amigos de la profesión. Hasta que un mal día de la primavera de 2015, un derrame cerebral se lleva a Jesús lejos de aquella becaria de la inolvidable Antena 3 Radio.



**LA MALA PRAXI EN EL PERIODISME NO TÉ JUSTIFICACIÓ POSSIBLE**

Xavier Ginesta



Periodista i professor del Departament de Comunicació de la Univ. de Vic-Universitat Central de Catalunya

# Fer autocrítica

**A**mb poc temps, Catalunya ha tingut dos episodis en què la classe periodística ha quedat clarament retratada. Si més no, a ulls de determinada gent que han tornat a tenir carnassa per criticar una de les professions més necessàries per a poder garantir la qualitat democràtica de les nostres societats. La veritat és que el periodista fa temps que lluita, interiorment, entre “la seva supervivència ètica i la seva supervivència econòmica” –com explicava Mònica Terribas ja fa un temps en una conferència a la Universitat de Vic–, i que les rutines de determinats mitjans de comunicació –sobretot grups mediàtics privats a la cerca de l’audiència fàcil– obliguen molts col·legues a treballar sota condicions no desitjables. Coses, desgraciadament, d’un mercat massa agressiu que entronitza les xifres d’audiència com a única manera de mesurar l’èxit.

**EN LA COBERTURA** d’una tragèdia humana, sigui l’assassinat a l’Institut Joan Fuster del barri de Navas de Barcelona, l’accident de l’Airbus 320 de Germanwings, o molts crims de violència de gènere, l’adrenalina periodística puja; qui més qui menys pot perdre el nord per voler ser el primer de la classe, per trobar la imatge més impactant, la declaració més emotiva. Encara em recordo a mi mateix –en una de les primeres cobertures d’un crim de violència de gènere que vaig fer, en la primera feina en sortir de la universitat– quedar esmaperdut davant la praxi de determinats companys més veterans d’agències que buscaven declaracions de testimonis (o no!) a preu fet en un poble de no més de 3.500 habitants. El traspàs i la incredulitat dels veïns era considerable. A les deu del vespre, quan va succeir, pocs (per no dir tres o quatre) havien vist l’assassinat, però per segons quins mitjans tot-hom era testimoni.

**PUC ENTENDRE, PER TANT,** l’actitud dels estudiants de batxillerat del Joan Fuster que van fer una cadena humana per allunyar les càmeres del centre i permetre l’entrada dels estudiants més menuts; o el fet de tancar les fines-



LLUÍS ROMERO

tres per evitar que es pogués filmar a l’interior. Ho comprenc, però em sap un greu enorme perquè posa en dubte la praxi sencera d’una professió que, la majoria de nosaltres, exerceix per vocació i, crec, amb responsabilitat. Desgraciadament, ja se sap: les males pràctiques d’alguns –una foto de l’agressor de l’institut, per bé que pixelada, a la portada de *La Razón*; la publicació de possibles víctimes de l’accident aeri abans de la confirmació oficial, etc.– acaben afectant l’estatus de tot un col·lectiu. Un col·lectiu, desgra-

**Per aconseguir una opinió pública forta, la responsabilitat social dels mitjans de comunicació, i la individual de cada periodista, és clau**

ciadament, que tampoc té una professió tan regulada com la d’altres, on la col·legiació no és obligatòria i, per tant, el codi deontològic acaba essent una guia de bones pràctiques que no més alguns elevem en els altars. La supervivència econòmica de molts companys acabava imposant-se, a vegades, a la seva ètica.

**MALGRAT AIXÒ, LA MALA PRAXI** en l’exercici del periodisme no té justificació possible. Sobretot, perquè les societats ben informades són aquelles que es poden considerar més madures, més preparades per entendre i contemplar els valors essencials de la democràcia. Cito un altre professor que vaig tenir a la facultat, l’actual president de la Societat Catalana de Comunicació, Jordi Berrio: “Una opinió pública forta és la base per a la solidesa democràtica.” I, per aconseguir-ho, la responsabilitat social dels mitjans de comunicació, i la individual de cada periodista, és clau. Abans que torni a passar un altre cas així, fer autocrítica sempre serà positiu per a tots.



## ACORD EMPRESARIAL

# Mediaset ultima la seva entrada en el canal 8TV

## ► L'acord amb la tele del Grupo Godó l'ha d'aprovar la CNMC

EL PERIÓDICO  
BARCELONA

El grup audiovisual Mediaset està ultimant la seva entrada en l'accionariat del canal privat català 8TV, empresa propietat del Grupo Godó, editora de *La Vanguardia*. Segons fonts properes a les negociacions, l'acord entre les dues empreses ja està tancat, i només falta que sigui aprovat

per la Comissió Nacional del Mercat i la Competència (CNMC), òrgan regulador espanyol al qual ja se li ha presentat la sol·licitud de fusió. Com que una de les parts és una televisió catalana, també s'ha presentat davant el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). «Les dues sol·licituds s'han presentat als dos organismes fa diversos mesos, però

encara no tenim resposta, així que no podem dir absolutament res», va explicar a aquest diari un portaveu de Mediaset.

L'entrada a 8TV de Mediaset (líder en el mercat televisiu espanyol i propietària dels canals Tele 5, Cuatro, FDF, Boing, Divinity i Energy) seria un baló d'oxigen per a la televisió de Godó, que està en un moment

econòmic molt delicat. Així, per exemple, el febrer del 2013, Emissions Digitals de Catalunya (empresa que gestiona els canals propietat del grup català) va portar a terme una ampliació de capital –la tercera en tres anys– per valor d'uns sis milions d'euros. Segons fonts del sector, l'empresa va acumular pèrdues, entre el 2010 i el 2014, d'uns 20 milions d'euros.

Davant aquest panorama, l'entrada de Mediaset, que va obtenir un benefici net en el primer trimestre d'aquest any de 36,4 milions d'euros (triplica l'obtingut el mateix període del 2014), seria la pràctica salvació de 8TV, ja que, entre altres aspectes, estaria dins de la cartera publicitària del grup que lidera Paolo Vasile. També hi ha l'opció que es beneficiés de la producció, tant de ficció com de programes, que té al seu extens arxiu

Mediaset, cosa que significaria un nou rival directe per l'audiència (i també la publicitat) per a Televisió de Catalunya, que dirigeix Eugeni Sallent (exdirector de 8TV).

Actualment, els dos únics programes que destaquen a la graella del canal català són l'informatiu diari *8 al dia*, que dirigeix i presenta Josep Cuní, i l'espai d'entreteniment *Arucitys*, d'Alfons Arús, també d'emissió diària.

**UN POSSIBLE PROBLEMA** // Una de les traves que pot tenir l'entrada de Mediaset a 8TV està en una de les clàusules que es van aprovar a la CNMC per permetre la compra de Cuatro per part de Mediaset. Aleshores es va estipular que un grup de televisió no podia gestionar apartats com la publicitat d'una altra empresa audiovisual perquè podria donar lloc a acords entre competidors. ≡



**La redacció buida.** Els treballadors fan al maig una sèrie de vagues puntuals ■ COMITÈ D'EMPRESA DE TV3

## Aturades a TV3 per denunciar les retallades salarials

■ Un dictamen estableix que la CCMA no pot tornar el 5% reclamat pels sindicats sense una sentència judicial

### Redacció

SANT JOAN DESPÍ

Els treballadors de TV3 van fer ahir una vaga de deu minuts coincidint amb l'inici del *TN migdia*. Durant els minuts de l'aturada es va fer una concentració a les instal·lacions de la cadena a Sant Joan Despí i als estudis Imagina d'Esplugues. Aquesta ha estat la segona de les aturades previstes durant aquest mes de maig amb les quals es vol reclamar la recuperació del conveni col·lectiu i el final de les retallades.

Les pròximes vagues seran: 10 minuts a l'inici del *TN migdia* del diumenge 17 de maig, 10 minuts d'aturada en l'horari d'emissió del programa *Divendres* de 17.30 h a 17.40 h i per l'últim dia de la campanya electoral, el 22 de maig, està prevista una vaga de 15 minuts a l'inici del *TN vespre* i també està prevista una hora de vaga a partir de les 23.30 h del mateix dia.

Per altra banda, en un comunicat la Corporació Catalana de Mitjans Au-

diovisuals (CCMA) va assenyalar que no pot retornar el 5% salarial a TVC, reclamat pels sindicats, sense una sentència judicial. Així ho estableix un dictamen jurídic sol·licitat per la direcció de la CCMA. El retorn del 5% suposaria un impacte de 41 milions fins al 2018.

### Projectes desencallats

Arran d'aquesta situació, el consell de govern ha acordat aixecar les mesures cautelars sobre l'adquisició de continguts audiovisuals externs, aplicades "com a mesura preventiva per evitar una desestabilització pressupostària de la CCMA davant la incertesa que suposava aquesta hipotètica obligació de començar a abonar de manera immediata la totalitat o part dels imports reclamats pels sindicats de TVC". El consell va aprovar 33 nous projectes audiovisuals de coproducció i contractació per a la producció de programes, amb 33 productores diferents, per un import de 3,6 milions d'euros. ■



# La huelga se juega ya en los despachos

C. A., Madrid

Las dos demandas de Javier Tebas, presidente de la Liga de Fútbol Profesional (LFP), para intentar frenar la huelga del fútbol han empezado a andar. Su resolución se espera para la próxima semana, antes de la fecha prevista para el comienzo del paro, el sábado 16.

Tebas y el fútbol tendrán respuesta seguramente el martes al recurso interpuesto ante el Consejo Superior de Deportes (CSD) para que anule la orden de la federación de fútbol de suspender las competiciones y para que sancione a quienes aprobaron la medida. Si la decisión del máximo órgano deportivo español no contenta a alguna de las partes, estas podrán recurrirlo por la vía judicial en un tribunal de lo contencioso, que podría dictar medi-

das cautelares si se le solicitan. Más tardará en resolver, seguramente, la sala de lo Social de la Audiencia Nacional, tribunal ante el que la LFP presentó una denuncia por "huelga ilegal" contra la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE), convocante de un paro coincidiendo con las fechas de suspensión ordenadas por la federación presidida por Ángel María Villar.

El argumento de Tebas, quien aseguró que cuenta con jurisprudencia a su favor y que cada jornada de huelga costará 50 millones de euros, es que se trata de una huelga política, y que los clubes, que no tienen nada que ver en el asunto, serán los perjudicados de una acción emprendida contra un decreto ley del Gobierno, el que regula la venta centralizada de los derechos televisivos.

Como ayer, viernes, se cele-

bró Consejo de Ministros, la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáez de Santamaría, debió contestar a varias preguntas sobre el asunto.

Sáez de Santamaría invitó a la federación y a la LFP a trabajar "en el entorno de consenso que

**"Fútbol es fútbol y ya está bien de meter la política en todo", dice Sáenz de Santamaría**

lograron" cuando solicitaron al Ejecutivo una normativa sobre los derechos de televisión. "Nos hemos puesto de acuerdo en un régimen estable y duradero, transparente y en este marco lo hemos hecho".

"Fútbol es fútbol y ya está

bien de meter la política en todos los ámbitos. Hemos tratado de solucionar un problema porque por otro lado nos lo han demandado, como en Italia".

"Estamos aquí para ayudar a solucionar problemas", añadió al ser preguntada por si la situación puede influir en la campaña electoral. El Gobierno calcula que no es dañino para su imagen una huelga de futbolistas millonarios, pues considera que a la sociedad le preocupan problemas más graves que sus demandas. Piensan, además, que la AFE no ha conseguido explicar con claridad las causas de un paro que pone en peligro el desenlace final de la Liga. En caso de que la huelga triunfe y no se jueguen más jornadas que la de este fin de semana, será la federación la que decida cómo se resuelve el título y los descensos.





# La Generalitat aconsella a la CCMA que no torni el sou retallat a TV3

► Els advocats recomanen a la Corporació, en el seu dictamen, que esperi fins que hi hagi una sentència

EFE/ACN/DdG | BARCELONA

■ Un dictamen jurídic de la Generalitat de Catalunya estableix que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) no pot tornar el 5% salarial retallat als treballadors de TV3, com reclamen els sindicats, sense que hi hagi una sentència judicial sobre aquesta demanda. El dictamen va ser sol·licitat per la direcció de la CCMA a la Generalitat per saber si havia d'esperar al pronunciament

judicial respecte de la demanda presentada davant el Tribunal Superior de Justícia de Catalunya pel comitè d'empresa de TV3, amb la finalitat d'estendre a tots els treballadors de la CCMA la sentència favorable del Tribunal Suprem relativa només als treballadors de Catalunya Ràdio.

Amb aquesta nova informació, la CCMA va comunicar ahir al Comitè d'Empresa de la televisió pública la impossibilitat d'atendre la seva demanda d'avançar-se a una eventual sentència que, segons els càlculs de la direcció, suposaria un impacte de 41 milions fins al 2018. El dictamen aconsella «continuar la tramitació del conflicte col·lectiu número

45/2013, davant la Sala Social de l'òrgan judicial corresponent i esperar-ne el pronunciament».

Valorant que, per ara, no s'haurà de modificar el pressupost per aquest any, el Consell de Govern va acordar aixecar les mesures cautelars sobre l'adquisició de continguts audiovisuals externs, aplicades com a mesura preventiva per evitar una desestabilització pressupostària.

D'aquesta manera, segons va informar ahir la CCMA en un comunicat, s'han aprovat 33 nous projectes audiovisuals de coproducció, així com la contractació per a la producció de programes, amb 33 productores diferents, per un import de 3,6 milions d'euros.

Aquests projectes corresponen als àmbits de la ficció, l'animació i els documentals.

El Consell de Govern entén que l'aprovació d'aquests nous projectes és «una decisió fonamental per no posar en perill la competitivitat i el lideratge de TV3» i afegeix que ha de contribuir «a complir» amb la seva «obligació de ser motor de la indústria audiovisual».

## La plantilla segueix la vaga

Els representants de la plantilla de TV3 segueixen exigint que s'apliqui la mateixa sentència que als treballadors de Catalunya Ràdio. Per aquest motiu, dijous a la nit van celebrar la primera de les aturades parcials previstes per aquest mes de maig. La vaga d'una hora de durada va afectar la cobertura informativa de la campanya electoral, entre les 23.30 i les 00.30h. També ahir es va produir una aturada que va endarrerir l'inici del TN Migdia a les 14.40h.



# La CCMA aixeca el veto a les productores externes

**REDACCIÓ** Barcelona

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) va emetre ahir un comunicat per informar que ha aixecat les mesures cautelars sobre la compra i coproducció de continguts audiovisuals externs. Aquesta mesura es pren arran d'un dictamen jurídic de la Generalitat de Catalunya que estableix que, si no hi ha una sentència judicial, la CCMA no pot retornar el 5% salarial als treballadors de Televisió de Catalunya que reclamen els sindicats.

Després de la recent sentència que ha dictat el Tribunal Suprem en contra de l'aplicació de la reducció del 5% del sou dels treballadors de Catalunya Ràdio, la incertesa que suposava la hipotètica obligació de començar a abonar de forma immediata la totalitat o part dels imports que reclamen els sindicats als treballadors de TVC havia portat a la CCMA a paraitzar l'adquisició de continguts audiovisuals externs com a mesura preventiva a fi d'evitar una desestabilització pressupostària.

Arran del resultat d'aquest dictamen jurídic, el consell de govern va decidir ahir aprovar 33 nous projectes audiovisuals de coproducció i contractació per a la producció de programes, amb 33 productores diferents, per un import de 3,6 milions d'euros. El consell considera que l'aprovació d'aquests nous projectes és "una decisió fonamental per no posar en perill la competitivitat i el lideratge de TV3 i que ha de contribuir a complir amb l'obligació emanada del Parlament de Catalunya de ser motor de la indústria audiovisual de Catalunya".●



## La plantilla de TV3, sin el 5% salarial hasta orden judicial

BARCELONA

Un dictamen jurídico de la Generalitat de Catalunya establece que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) no puede devolver el 5% salarial recortado a los trabajadores de TV3, como reclaman los sindicatos, sin que haya una sentencia judicial al respecto. Con esta nueva información, la CCMA ha comunicado al comité de empresa de la televisión autonómica la imposibilidad de atender su petición de adelantarse a una eventual sentencia favorable a la devolución de la reducción salarial, que supondría un impacto en sus cuentas de 41 millones hasta 2018.

El dictamen fue solicitado por la dirección de la CCMA a la Generalitat para saber si tenía que esperar al pronunciamiento judicial respecto a la demanda presentada ante el Tribunal Superior de Justicia de Catalunya por el comité de empresa de TV3, con el fin de extender a todos los trabajadores de la CCMA la sentencia favorable del Tribunal Supremo relativa sólo a los trabajadores de Catalunya Ràdio.

Así, por coherencia jurídica, según el dictamen, hay que continuar la tramitación del conflicto colectivo número 45/2013, ante la Sala de lo Social del órgano judicial correspondiente y esperar el pronunciamiento, informó la CCMA a través de un comunicado.

Descartada la obligación legal planteada por los sindicatos y que, al no estar dotada presupuestariamente, hubiera supuesto «un grave impacto sobre la viabilidad y la competitividad de TV3», el consejo de gobierno de la Corporación acordó «levantar las medidas cautelares sobre la adquisición de contenidos audiovisuales externos».



## Spotify prepara un servicio de vídeo en 'streaming'

**Expansión.** Madrid

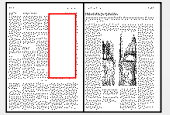
Spotify se prepara para desembarcar en el negocio de los vídeos en *streaming*. Para ello, mantiene negociaciones con compañías especializadas en desarrollar contenidos para el popular sitio de vídeo online Youtube y con las grandes compañías de medios, con el objetivo de comprar o coproducir material audiovisual, según informa *The Wall Street Journal*.

El anuncio se podría producir el próximo 20 de mayo, día en el que ha convocado a los medios a una presentación.

### Crecimiento

En 2014, los ingresos de la compañía sueca aumentaron un 45% hasta 1.100 millones de euros. Las pérdidas operativas se situaron en 165 millones de euros, frente a los 91 millones del año previo, debido a los costes de desarrollo de la plataforma y de la expansión internacional.

La compañía ha sido valorada en 8.000 millones de dólares en una reciente ronda de financiación en la que ha recaudado 350 millones de diversos inversores, entre los que se encuentra Goldman Sachs. Spotify cuenta con 80 millones de usuarios activos, de los que 15 millones son suscriptores de pago.



nezuela. Ni tan siquiera le permitieron salir del país a recoger el galardón; sin embargo, este reconocimiento internacional le da fuerza para seguir luchando por aquello que cree y estos premios se convirtieron en un clamor a la libertad de expresión.

En una época en la que este derecho se ha puesto en entredicho desde el ataque yihadista a *Charlie Hebdo* en Francia, afortunadamente surgen bocanadas de aire fresco como esta. No debemos olvidar la importante labor que hacen nuestros periodistas en todo el mundo y pese a pensar que son *libres* muchas veces deben luchar contra países enteros para lograr que la verdadera actualidad llegue hasta nosotros. A todos ellos gracias.— **Aida Lidia Martín Espí**. Barcelona.

## ***Un héroe en los Premios Ortega***

Pese a vivir en un mundo *libre* todavía surgen figuras al puro estilo de *Braveheart*, individuos valientes que luchan a diario por la libertad, en este caso la libertad de expresión. No se trata de un guerrero de espada, sino de un guerrero de pluma y su nombre es Teodoro Petkoff.

Este periodista fue galardonado en los últimos Premios Ortega y Gasset por su lucha a favor de la libertad de expresión en Ve-



## EUROVISIÓ, VISTA DES DE LA UNIVERSITAT

# El trampolí dels '12 points'

**El festival televisiu**, que se celebra el 23 de maig, ha sigut utilitzat pels països per impulsar l'orgull nacional, curar ferides internes i vendre's al món, segons estudis universitaris. En els últims anys, també ha promociat els drets de gais, lesbianes i transsexuals.

PER **CARLES SAVALLS**

**T**ot el que he perdut no deixarà que la meva ànima es rendeixi. El poder de la derrota és la meva aposta. La meva ànima té la força del foc per cremar tots els temors. Camino cap a Déu i, si caic, em tornaré a aixecar». És la lletra de la cançó *Watch my dance*. En el seu context real agafa encara més força: va ser el tema amb què Grècia va participar en el Festival d'Eurovisió del 2011. Lukas Yiorkas i el raper Stereo Mike van cantar en anglès i grec en un escenari presidit per unes immenses columnes jòniques, símbol inequívoc del seu país. El tema, intens i dramàtic, sonava a himne; amb un «missatge de desafiador orgull nacional», segons Marilena Zaroulia, investigadora de la Universitat de Winchester, al Regne Unit. Grècia, que llavors acumulava un deute superior al 171% del seu PIB, estava al caire de la bancarrota i sotmesa a un ferri programa d'austeritat dictat per la Unió Europea.

Eurovisió és un camp adobat per a diferents tipus de «posades en escena nacionalistes», segons la canadenca Karen Fricker, investigadora del Departament d'Arts Dramàtiques de la Universitat de Brock, al Canadà. Fricker va codirigir entre els anys 2009 i 2011 un estudi sobre les manifestacions polítiques en el festival en què Zaroulia també va prendre part.

En una entrevista a aquest diari, Fricker cita l'exemple de l'Azerbaidjan, que va organitzar l'esdeveniment el 2012. El país està en el punt de mira d'organitzacions com Amnistia Internacional i Reporters Sense Fronteres, que denuncien constants violacions dels drets humans, repressió política i

control de la premsa lliure. Eurovisió, no obstant, va ser la seva oportunitat per mostrar-se com un país amb immenses oportunitats de negoci i, de passada, demostrar el seu poder.

Azerbaidjan és un dels principals productors de gas i petroli i el festival li permet flirtejar amb Europa, a qui vol com a sòcia i client. Els àzeris han sigut els únics a construir una sala de concerts expressament per allotjar el festival: el Crystal Hall de Bakú. La casa per la finestra. No obstant, Fricker apunta que l'esdeveniment també va permetre a l'oposició àzeri fer publicitat de la seva causa, organitzant marxes i repartint informació per treure profit de la presència al país de milers de periodistes i fans occidentals. Estònia també va treure profit del xou el 2002, presentant-se com un país capaç d'organitzar el festival i de pertànyer a la Unió Europea.

### De Iugoslàvia a Israel

«Cada país organitzador escenifica alguna cosa», assegura. Manuel Moreno, analista del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, també va investigar per a la Universitat Pompeu Fabra les implicacions polítiques del certamen. L'edició celebrada a l'antiga Iugoslàvia el 1990 va ser, per a ell, «l'últim cartutx per oferir al món una imatge d'unitat» just un any abans que el país comencés a trencar-se. Cita com a exemple el comentari dels presentadors del xou, Helga Vlahovic i Oliver Mlakar, a l'explicar que Iugoslàvia «és com una gran orquestra; perquè totes les parts funcionin bé hi ha d'haver un director al capdavant». Moreno va observar també que els països que havien aconseguit la seva independència després d'una guer-

«És un camp adobat per a diferents tipus de posada en escena nacionalistes», diu una investigadora

Conchita Wurst i Dana International han impulsat noves formes de representar la identitat sexual



ra van utilitzar la seva participació en el festival per enviar missatges polítics; per dissenyar una «targeta de presentació davant una audiència multitudinària a la qual difícilment haurien arribat en un altre tipus de certàmens».

### Ruïnes de Sarajevo

Bòsnia i Hercegovina, per exemple, va explotar els drames d'un conflicte que va causar 100.000 morts i va generar gairebé 2 milions d'exilis forçats. El país va debutar en el xou el 1993. Per promocionar el seu tema, titulat *Tot el dolor del món*, van gravar un videoclip entre les ruïnes de Sarajevo; els seus representants, els membres del grup Fazla, cantaven dins d'edificis en ruïnes. Aquell mateix any, la també debutant Croàcia hi va participar amb el tema *No ploris mai més*, on segons Moreno es perfilava l'ideari nacional del nou país; una espècie d'himne on es demana als nens morts en la guerra que no pateixin més, estiguin on estiguin, i que vetllin per la pau finalment aconseguida.

Israel va concursar el 2009 amb la mundialment coneguda Noa i la palestina Mira Awad. Van interpretar un tema amb missatge polític: *Hi ha d'haver un altre camí*, on explicaven que recorrerien «un llarg camí; un camí molt difícil, junts, cap a la llum (...) I tota la por desapareixerà». Idearis que no necessàriament han de correspondre's amb la realitat però que serveixen per projectar una idea del país cap a l'exterior. I això no és nou; l'albanès Frederik Ndoci, que va representar el seu país el 2007, va explicar en roda de premsa a la seu del festival que de petit seguia el certamen a través de les deficients emissions de la televisió italiana que es podien captar en algunes

zones d'Albània. Fer-ho, no obstant, era considerat un delictes pel règim comunista de l'època.

En el treball codirigit per Karen Fricker també es posa de manifest que Eurovisió ha servit igualment per reforçar identitats nacionals de portes endins. Brian Singleton, director de la facultat d'Arts Escèniques de la Universitat de Dublín, també va participar en l'estudi. Va investigar el cas d'Irlanda i va arribar a la conclusió que prendre part en el certamen i haver-lo guanyat en quatre ocasions entre el 1992 i el 1996 «va ser crucial per a la cultura i l'autoestima» del país en uns moments en què els irlandesos «es perceben a si mateixos com la perifèria d'Europa». No obstant, quan més tard van florir l'economia i la legitimitat europea del país, «va arribar el declivi» del concepte que fins llavors havien tingut els irlandesos del Festival.

I és que, segons l'estudi codirigit per Karen Fricker, Eurovisió també ha sigut útil per reivindicar una sèrie de valors considerats oficials per determinats països davant minories nacionals o grups d'immigrants que viuen dins de les seves fronteres. Podria ser aquest el cas d'Espanya, únic país juntament amb Portugal de tots els que continuen en el xou que mai ha optat per anar a Eurovisió amb cançons interpretades íntegrament en anglès. Per al sociolingüista Miquel Strubell, aquest fet demostra que el país continua sent, en teoria, «un estat multilingüe que, no obstant, ha sigut monolingüe en castellà des del primer dia». Quan Andorra va debutar en el concurs el 2004, TV3 va coproduir juntament amb la televisió del país pirinenc el programa en què s'elegeria el seu primer representant. Segons Pati Molné, presentadora de l'espai, hi va haver certes friccions entre els dos ens, ja que TV3 volia que es destacés el debut de l'idioma en el concurs mentre que Andorra TV preferia ressaltar el del país.

### Més eficaços que les polítiques

Però el festival d'Eurovisió també és una potent plataforma des de la qual es construeixen o reforcen missatges de caràcter social; principalment els relatius a la identitat sexual. Segons explica Karen Fricker, figures com Conchita Wurst han fet ús del certamen per difondre el seu missatge. En el cas de l'austríaca, el de la pau, el respecte i la tolerància. La victòria de la transsexual israeliana Dana International el 1998 també va suposar un hit per a la causa dels moviments que treballen en favor dels drets de gais, lesbianes i transgènere. Segons explica l'antropòloga Yolanda Aixelà, del Consell Superior d'Investigacions Científiques, l'existència d'aquestes figures acaba complint una important «taca de sensibilització» social sobre les diferents maneres de viure la sexualitat, en el sentit que el seu missatge acaba sent «més efectiu que diverses polítiques» públiques a favor de la integració. ■



**GRÈCIA 2011** Clam antiausteritat

El 2011, els grecs Lukas Yiorkas i Stereo Mike van desembarcar a Düsseldorf amb un tema que apel·lava a l'orgull nacional. Amb una imponent escenografia, van cantar que Grècia ho havia perdut tot per culpa de la crisi i l'austeritat, però que tornaria a aixecar-se.



**IRLANDA** Pessics d'autoestima

Quatre victòries entre 1992 i 1996 van aixecar l'autoestima d'Irlanda, que es veia a si mateixa com la perifèria d'Europa. Amb la seva arrencada econòmica, va decaure l'interès pel xou.



**RÚSSIA 2008** Demostració de poder

Rússia lluita sempre amb els seus millors artistes. Va guanyar el 2008 amb Dima Bilan. Segons Karen Fricker, el país usa la plataforma per demostrar a Europa el seu immens poder. Moscou va organitzar un dels festivals amb més pressupost.

**ESLOVÈNIA 2002**

Orgull gai

El trio Sestre va representar Eslovènia el 2002. Els seus integrants, obertament gais, anaven vestits d'hostesses d'avió. Quan els van elegir, es va desencadenar la polèmica al país i es van convocar manifestacions a favor i en contra. Un agre debat entre homòfobs i liberals que va arribar fins al Parlament Europeu. El Comitè per a les Llibertats Públiques i els Drets Civils de la UE va declarar que possiblement Eslovènia encara no estava preparada per ingressar a la Unió. Al març, el seu Parlament va aprovar el matrimoni homosexual.



**CONCHITA WURST**

«Som imparables»

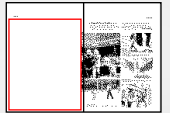
Pau, tolerància i respecte: «Som imparables». És el missatge amb que Conchita Wurst va voler presentar-se al món a través del festival d'Eurovisió. L'artista ha confessat que en el certamen aquesta va ser la seva bandera, més que la del seu propi país. Hi ha antropòlegs que opinen que la publicitat que l'artista dona a la seva causa és més efectiva que qualsevol campanya política en pro de la integració social de gais, lesbianes i transsexuals.

**ANDORRA 2004**

A propòsit del català

Amb Andorra, el català va aconseguir escoltar-se per primera vegada a Eurovisió el 2004, després del malaguanyat intent de Joan Manuel Serrat el 1968. TV-3 va coproduir amb Andorra TV el programa en què es va elegir Marta Roure i el Jugarem a estimar-nos' per protagonitzar el debut. Armènia, per la seva part, competeix aquest any amb un tema que reclama no negar el genocidi que va patir el seu poble entre 1915 i 1923. El grup Genealogy l'integren descendents dels armenis que van fugir del país.





# L'ull de la transició

**A**ra és difícil d'explicar, però en un món tan masculí com era el periodisme i la política als anys 70, l'arribada d'una dona, càmera fotogràfica en mà, a les redaccions d'*El Correo de Zamora*, *Pueblo* o *Tiempo* era una autèntica raresa només apta per a noies decidides. I, segons tots els que la van conèixer, Queca Campillo ho era.

Angélica Campillo Álvarez, Queca, com la li deia tothom, va morir dimarts a Càceres, la ciutat on va néixer, als 65 anys víctima d'un càncer contra el qual va lluitar en l'últim tram de la seva vida. En la seva intensa carrera professional es va convertir en un dels referents del fotoperiodisme en la transició, un període especialment brillant en aquest terreny. Seves són algunes de les fotos que al seu dia van informar un públic àvid de llibertats polítiques, imatges que ajuden a reconstruir una època en què la història semblava accelerar-se a l'altre costat del visor.

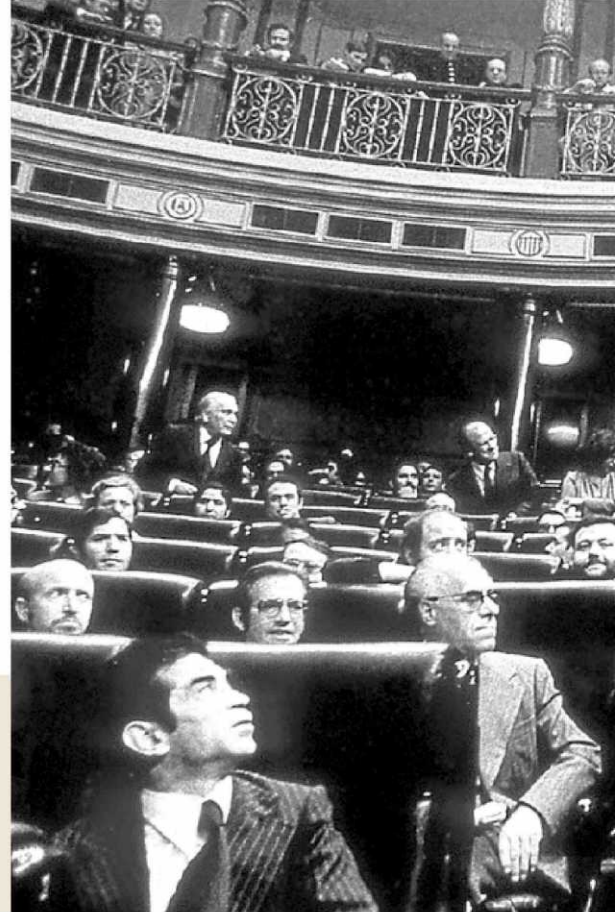
La revista *Tiempo*, del Grup Zeta, era un setmanari d'obligada lectura per als actors polítics als anys 80. Les seves informacions i reportatges eren el relat precís d'uns dies convulsos marcats



per l'assentament de la democràcia enmig del flagell del terrorisme, la incorporació plena d'Espanya a Europa i un profund canvi cultural per superar els vells esquemes de la dictadura. Poques professionals com Queca Campillo van captar amb tanta eficàcia l'esperit d'aquella època. En els seus molts viatges amb els Reis o els presidents del Govern la seva càmera no es va quedar mai en el pla protocol·lari, en la imatge rutinària. Queca va saber veure el costat més humà dels personatges que van protagonitzar aquell apassionant

moment polític. Algunes de les fotografies que reproduïm en aquestes dues pàgines en són una bona mostra.

Bastantes de les fotos més curioses del rei Joan Carles, amb qui va mantenir una gran amistat, o dels presidents Suárez, González i Aznar eren seves. El compromís amb la notícia i la fotografia fan de Queca Campillo una precursora de l'actual periodisme, una professió amb moltes dones avui. El seu incansable anar i venir en viatges per tot el món remetien al gran periodisme, el que es fa fora de les redaccions, amb olfacte i una dedicació apassionada. ■



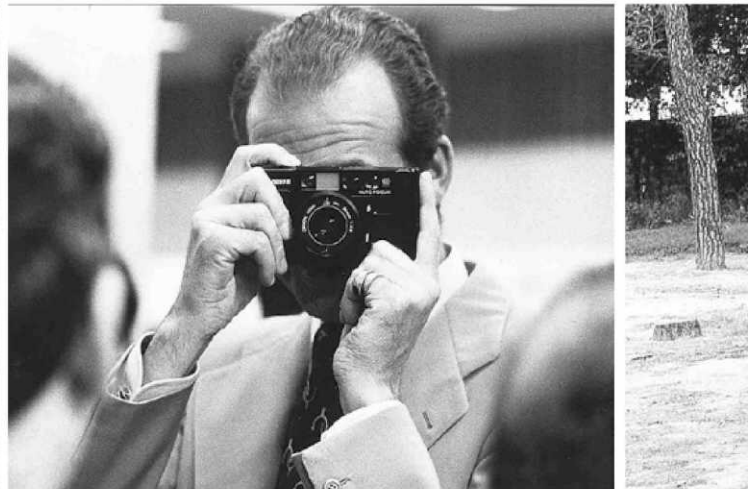
## Llibertat

Dolores Ibárruri i Rafael Alberti, al Congrés dels Diputats, on van obtenir escons el 1977.



## Miguel Boyer

El primer ministre d'Economia del Govern de Felipe González treu els documents dels Pressupostos Generals de l'Estat del maleter d'un cotxe.



## Joan Carles, fotògraf

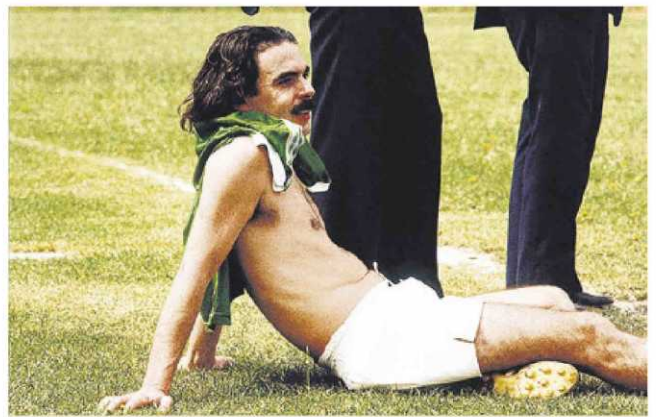
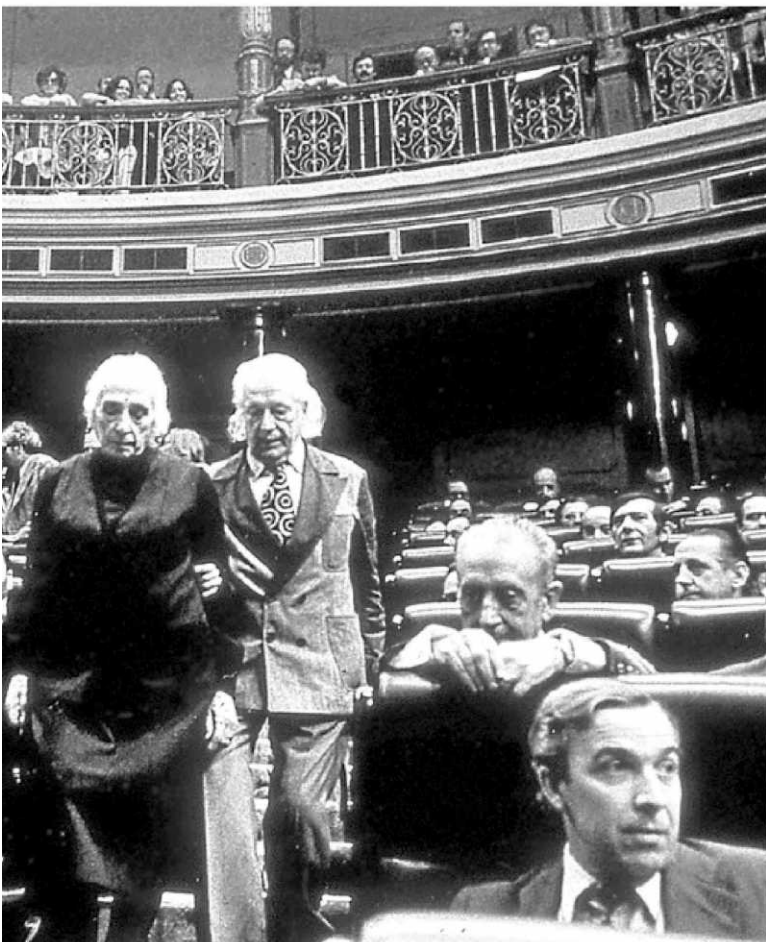
Campillo va captar aquesta imatge del Rei fent-li una foto. Queca va cobrir per a la revista 'Tiempo' molts viatges reials i va ser amiga personal de Joan Carles i Sofia.





**La fotògrafa Queca Campillo** (Càceres, 1950), que ha mort aquesta setmana, ha deixat un extraordinari llegat professional ple de fotos per a la història. Premio

Nacional de Periodismo el 1980, Queca Campillo va arribar al fotoperiodisme en temps durs i va saber engrandir l'ofici amb una feina incansable. PER **JUANCHO DUMALL**



#### Aznar, esportista

Imatge de José María Aznar després de jugar un partit de futbol. Els retrats de polítics fora del seu context habitual van ser una especialitat de Queca Campillo.



#### Duquesa d'Alba

Un retrat de Cayetana Fitz-James Stuart. La mirada de Campillo va anar més enllà de la política. Va deixar imatges de personalitats famoses i de gent del carrer.



#### Petanca socialista

Felipe González i Alfonso Guerra, encara amb l'aspecte juvenil dels seus primers anys en política, juguen a la petanca al parc del Retiro.



#### Nepal

La reina Sofia agafa a coll un nen nepalès durant un viatge a Kàtmandu. Campillo, sempre amb la seva bossa a l'espatlla, va buscar en les seves fotos el costat menys oficialista dels personatges.

EL PAÍS
Granados y su socio ocultan
Los millones en paraísos fiscales
Reino Unido se enfrenta a una de sus elecciones más reñidas
Dovos destaca al turismo español como el primero del mundo
El copibite de Ceramvisings ensayo cinco veces como estrellar el avión
Los Ortega premian la libertad de expresión
Armas de guerra, una amenaza creciente

INTERNACIONAL
China y Rusia pactan conectar sus proyectos regionales
Moscú replica el envío de misiles a Teherán
Varoufakis ve "con esperanza" un próximo acuerdo
Una empresa alemana vendió armas ilegales a México
Mugherini pide reforzar a la UE ante la "guerra híbrida"

ESPAÑA
PSOE y PP se disputan la primacía y Podemos y Ciudadanos, el cambio
El juez ordena el bloqueo de cuentas secretas en Suiza y Singapur del exvicepresidente de Madrid y Marjallón, su colaborador en la red Pantia
Historia: "El PSOE nació de la izquierda, no de la izquierda de la izquierda"

El periódico renueva su edición impresa, reordena las secciones e incorpora otros contenidos. La opinión y el análisis se enriquecen con la suma de nuevas firmas

EL PAÍS se pone a punto

EL PAÍS, Madrid
EL PAÍS estrena nuevo diseño en su edición impresa diaria y sus suplementos. Más bien, es una "puesta al día", puntualiza su director, Antonio Caño. El cambio persigue "adaptar el papel a una proporción y a un tiempo en el que la prioridad del periódico es la de profundizar en su renovación digital".

INTERNACIONAL
Obama obliga a Turquía a unirse a la ofensiva contra el Estado Islámico
Pantallas
Internet reinventa la televisión

OPINIÓN
Disyuntivas morales
Absurdo y dañino
Historia de Nicolas en la recepción del Rey Felipe VI

OPINIÓN
Disyuntivas morales
Absurdo y dañino
Historia de Nicolas en la recepción del Rey Felipe VI

OPINIÓN
Disyuntivas morales
Absurdo y dañino
Historia de Nicolas en la recepción del Rey Felipe VI

ros del cambio es la diferenciación de géneros periodísticos, que desde mañana se potenciarán en estas páginas. "Las noticias, los reportajes, las crónicas y los análisis se distinguirán de forma más nítida para que el lector identifique inmediatamente lo que está leyendo", detalla Caño. Las noticias incorporan una entradilla en la que se destacará lo más importante. "Además de diferenciar la noticia de otro tipo de géneros, como el análisis y el reportaje, queremos ofrecer en pocas líneas lo esencial de cada tema", explica Eva Sáiz, subdirectora de la edición impresa. "El lector de EL PAÍS va a seguir reconociéndose en sus páginas", añade. El nuevo diseño apuesta por la edición gráfica y las infografías, para dotar al periódico de un contenido visualmente más impactante.



**CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

“Aviéndome GIM Wan Kenobi, eres mi única esperanza”. No era la actriz Carrie Fisher replicando una de tantas citas legendarias de La guerra de las galaxias. Era una estudiante del MIT, sevada de potencia Leo, demostrando que experimentar en vídeo en holograma, uno de los sueños

## El futuro es un holograma

El futuro es un holograma. Así lo afirma una estudiante de posgrado del MIT, Leo, que ha desarrollado un sistema de realidad aumentada que permite interactuar con objetos virtuales en un espacio físico. El sistema utiliza gafas de realidad aumentada y sensores de movimiento para crear un entorno interactivo. Leo ha demostrado que este sistema puede ser utilizado para enseñar conceptos complejos de física y matemáticas de una manera más intuitiva y atractiva.

El sistema de Leo permite interactuar con objetos virtuales en un espacio físico. El sistema utiliza gafas de realidad aumentada y sensores de movimiento para crear un entorno interactivo. Leo ha demostrado que este sistema puede ser utilizado para enseñar conceptos complejos de física y matemáticas de una manera más intuitiva y atractiva.

El sistema de Leo permite interactuar con objetos virtuales en un espacio físico. El sistema utiliza gafas de realidad aumentada y sensores de movimiento para crear un entorno interactivo. Leo ha demostrado que este sistema puede ser utilizado para enseñar conceptos complejos de física y matemáticas de una manera más intuitiva y atractiva.

**CULTURA**

Kristin Scott Thomas brilla en el West End

El misterio de 'El jardín de los cerezos' y el fin de una era

Ángel Gattúso ensaya su Teatro de Cámara Chéjov en el CEN

Diez pingüinos, un cervato

El misterio de 'El jardín de los cerezos' y el fin de una era. El estreno de esta obra en el Teatro de Cámara Chéjov marca el fin de una era para este espacio teatral. La obra, basada en el drama de Anton Chéjov, es dirigida por Ángel Gattúso y cuenta con un reparto de lujo.

Diez pingüinos, un cervato. Una obra que aborda temas de identidad y pertenencia. El texto es de María Molero y la dirección es de María Molero. La obra se estrenará en el Teatro de Cámara Chéjov.

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS**

El Gobierno prohíbe tres gasolinerías seguidas de la misma marca

Volkswagen invertirá 4.200 millones en sus dos plantas españolas

Bayce confirma que habrá otro plan PVE

El Gobierno prohíbe tres gasolinerías seguidas de la misma marca. El Ministerio de Energía ha anunciado esta medida para garantizar la competencia y evitar abusos de poder de mercado.

Volkswagen invertirá 4.200 millones en sus dos plantas españolas. El fabricante alemán ha anunciado una inversión significativa en sus instalaciones de Valladolid y Navarra para mejorar su capacidad de producción.

Bayce confirma que habrá otro plan PVE. El ministro de Economía ha anunciado que se seguirá trabajando en el plan de recuperación económica.

te. El propósito ha sido modernizar la presentación de los contenidos, adaptarlos a los nuevos tiempos, con cambios simples que limpian la estructura y la hacen más atractiva.

La opinión y el análisis adquieren una nueva dimensión y cobran mayor visibilidad. Como señala Alandete, “en un mundo digital debemos ser más selectivos con la información de la edición impresa y ofrecer un valor añadido, con más peso del análisis y la opinión”. Una de las principales novedades es Página 2, un espacio de opinión con personalidad propia que actúa como prolongación de la portada y que incluirá un artículo sobre asuntos dominantes de la agenda global, aprovechando que este diario cuenta con la red de corresponsales más extensa de los medios en español.

“En los medios de calidad del siglo XXI la opinión tiene un papel muy destacado porque es uno de los elementos que diferencia a un periódico de otro. Con el nuevo diseño, se mantienen las ventanas de opinión que el diario tenía y se abren otras nuevas. Además, las columnas se enriquecen con nue-

**Más suplementos, más contenido, más identidad**

Los suplementos también cambian de cara y aumentan en número. Se incorpora un nuevo de deportes y nace *Ideas* (hasta ahora, *Domingo*). *Revista de Sábado, Negocios* y *El Viajero* se renuevan y ganan en identidad y en contenido.

*Ideas* invitará a una lectura sosegada. Será un suplemento de análisis, pensamiento y debate, abierto a firmas exteriores, de vocación universal, “que conecte a los lectores con los temas que marcan el debate global, de la política a la ciencia, de la geoestrategia a la economía”, explica la subdirectora Maite Rico, responsable de la edición del fin de semana y de los suplementos. “Alternará formatos (tribunas, crónicas de fondo, análisis) con



secciones fijas, como perfiles, entrevistas y balances semanales donde tendrá cabida el humor y la ironía”. Esta renovación tendrá su reflejo digital, porque *Ideas* contará con su propio espacio en la web de EL PAÍS. Los suplementos tendrán desde esta semana un color identificativo y una tipografía diferenciada. En el caso de *Ideas*, será el marsala; en el de *El Viajero*, el turquesa; en *Negocios* imperará el rojo y en *Revista de Sábado*, el morado. El diseño de *El Viajero* da más preponderancia a lo visual. *Negocios* incorpora nuevos temas, como tecnología e historias empresariales, y potencia los asuntos de América Latina. El diseño de *Revista de Sábado* será más estilizado y buscará situar al personaje en el centro de la noticia. *Babelia*, *Icon* y *Buenavida* completan la oferta de EL PAÍS, a la que se suma, el último jueves de cada mes, el nuevo *Tentaciones*, la revista de tendencias del diario.

**El nuevo orden de las secciones**

**Página 2 Internacional**  
**Opinión**  
**España**  
**Ciencia y Tecnología**  
**Cultura**  
**Estilo**  
**Deportes**  
**Economía y Negocios**  
**Gente**  
**Tiempo**  
**Pantallas**  
**Última**

vas firmas”, explica José Manuel Calvo, subdirector de Opinión.

Ciencia y tecnología y Estilo son las nuevas secciones. Contarán con su espacio en el papel aunque no diariamente. “La ciencia, la tecnología y los asuntos de estilo de vida son de gran interés para el público”, señala Caño. Internacional se mantiene como sección de apertura, Sociedad y Nacional se funden en España y Economía cerrará el diario.

**Deportes amplía su espacio para las grandes y las pequeñas historias**

Un espectacular despliegue los lunes con mucha potencia visual e infografías

Deportes amplía su espacio con el nuevo diseño y tendrá un lugar destacado en la edición de los lunes de EL PAÍS. Nace un nuevo suplemento con gran potencia visual y una decidida apuesta por las infografías. Contendrá crónicas sobre los grandes acontecimientos deportivos del fin de semana, pero también incorporará contenidos que van más allá de



ra responsable de la edición impresa, que añade que el lector podrá encontrar “temas culturales relacionados con el mundo deportivo”.

Los artículos de opinión tendrán un papel destacado en este suplemento, que mantiene las firmas habituales en la sección de deportes de EL PAÍS y suma



algunos nombres nuevos. Al igual que el resto de suplementos, contará con su color identificativo, el verde, y utiliza la tipografía Benton.



## PROMOCIÓ

# Un llibre, un DVD i un CD per celebrar els 15 anys de RAC1, la ràdio líder

• Un llibre amb més d'11.000 paraules amb articles de Basté, Clapés, els Òscars, Pou...

• Un DVD amb el documental 'Secrets de com es fa ràdio' emès aquesta setmana a 8tv

• Un disc que recull les cançons més optimistes que van votar els oients d'«El món a RAC1»

JOAN MARIA MORROS Barcelona

Aquesta és la manera com RAC1 vol celebrar amb els oients la seva història. Un triple record que els lectors de *La Vanguardia* podran aconseguir amb aquest diari el cap de setmana vinent. Aquest complet recopilatori, que podràs llegir, escoltar i mirar, recull els millors moments des que van començar les emissions de RAC1 fins ara. Són 15 anys que han convertit la ràdio del Grup Godó en l'emissora més escoltada de Catalunya (ininterrompudament des del 2009) i que ha trencat tots els rècords.

El llibre porta per títol *La ràdio desinhibida. Un conte i algun secret*

## COM ES POT ACONSEGUIR

■ Tant els lectors com els subscriptors podran obtenir en el seu quiosc habitual el pack de llibre+CD+DVD del 15è aniversari de RAC1, a partir del dissabte 16 de maig per només 9,99 € més el val descompte. Promoció vàlida en els punts de venda de Catalunya.

• També tenen l'opció de comprar-lo a [www.lavanguardia.com/shopping](http://www.lavanguardia.com/shopping). Enviaments a partir del 25 de maig a tota Espanya, excepte illes Canàries, Ceuta i Melilla.

en onze mil paraules. Inclou articles de Jordi Basté, Toni Clapés i els Òscars, i també de professionals vinculats a RAC1 tots aquests anys, com Els Amics de les Arts, el president d'Endemol Espanya i tertulià Jordi Bosch, i el músic Guille Milkyway entre d'altres. Són 11.000 paraules per compartir amb els oients vivències i reflexions en un llibre que parla de ràdio i de música.

El segon record és un DVD amb el documental *15 anys de ràdio, Tots som I*, que va emetre aquesta setmana a 8tv, i en què es poden descobrir els secrets més ben guardats de com es fa aquesta ràdio: 24 hores de funcionament diari de RAC1, des de l'arribada de l'equip d'«El món fins que s'acaba el *Tu diràs*»; des de les reunions preparatòries de cada programa fins al resultat final en antena. Un documental que us portarà per tots els racons de la ràdio.

I el tercer: un CD amb 15 cançons: *Cançons optimistes per a desinhibits*. Són catorze de les cançons que els oients de RAC1 van votar com les més optimistes un dijous qualsevol, a la secció del



## La tria musical i més optimista dels oients de RAC1

■ A *El món a RAC1* sempre ens ha agradat estar al costat dels nostres oients, i especialment aquests anys en què molts d'ells han passat per situacions adverses. Mostra d'això és la coneguda *Borsa de treball*, un espai en què intentem, i aconseguim, casar ofertes de feina amb persones que en busquen. Però no ens volíem quedar aquí. Quan acaba el programa, l'equip es reuneix per preparar els pròxims. I so-

vent el Basté ens posa cançons que, per un motiu o altre, li han agradat. En una d'aquestes reunions, el Basté va posar una cançó -no recordo quina- i la Margalida va dir: «A mi aquesta cançó m'anima molt!». I d'aquí va néixer la idea, una *baste-niada* més: i si preguntem als oients quines cançons els animen? Vam demanar a l'audiència que ens proposés cançons al costat de l'etiqueta #can-

çonsqueanimen. El hashtag va ser trending topic tot el matí i vam convertir la última hora d'un dijous en una discoteca de peticions populars. Un cant a l'optimisme que des d'aquell mateix dia té la seva corresponent llista a l'Spotify. Una llista que encapçala, per més votada, *Bon dia*, d'Els Pets. Una cançó que sembla feta a mida per a aquells que ens llevem ben d'hora, ben d'hora, ben d'hora. / Jofre Llobart

Jordi Beltran i el Guille Milkyway. Entre aquestes hi ha des de *Vull estar amb tu* d'Els Catarres, fins a *Don't stop me now* dels Queen o els *Superherois* que Guille Milkyway va compondre especialment pels 10 anys de l'emissora. Són 14 cançons amb un *bonus track* molt especial: *SardaRAC1*, la sardana dels quinze anys de RAC1, escrita per Jeroni Velasco i Corzo i interpretada per la Coblà Contemporània.

Tot plegat per celebrar i compartir amb els oients 15 anys de ràdio amb 15 cançons, 11.000 paraules i un DVD amb imatges d'un d'aquests dies en què «tots som I».



# EL COL·LAPSE DE LA MASCULINITAT EN L'ISLAM DIGITAL

“És l'amor, i no el terrorisme, el que interessa a la joventut musulmana; justament el contrari del que pensen els occidentals”, diu l'escriptora marroquina en l'article de 'La Maleta de Portbou'

TEXT\_FATEMA MERNISSI

QUINES VAN SER LES CAUSES QUE VAN PROPICIAR LES REVOLUCIONS ÀRABS JUVENILS? És la pregunta del milió a la qual tots els consultors miren de respondre. No són tan ingènua per pretendre que a aquestes altures sóc jo qui en té la resposta; més aviat estic en la fase de resoldre l'enigma, és a dir, d'intentar seguir sense presses els diversos camins del laberint per veure cap on van. En aquesta etapa prefereixo treballar més com una filadora d'hipòtesis que com una investigadora. I en aquest article proposo que explorem el camí següent: quin és l'impacte de la tecnologia digital en els rols de gènere? ¿La tecnologia digital ha destruït les fronteres d'espai dels rols de gènere?

La combinació de la riquesa petrolífera, la tecnologia digital i la llengua àrab ha posat en marxa una indústria màgica dels mitjans de comunicació

— 1 —

És evident que moltes coses se n'han anat en orris al món àrab, però també ha passat una cosa meravellosa: l'eclosió de cinc-cents canals per satèl·lit panàrabs, que conformen una vibrant *umma* (comunitat) digital. Una de les raons d'aquesta eclosió és que, malgrat la fragmentació política, els àrabs no només comparteixen l'idioma, sinó que aquests mitjans de comunicació també arriben a altres musulmans no àrabs, com ara els iranians o els malaisis, així com a les diàspores d'emigrants. Ja fa set

anys, el 2008, que Khalid Belkhyour, el director executiu d'Arabsat, una empresa situada en el novè lloc del rànquing mundial de proveïdors de canals per satèl·lit, va anunciar que a la dinàmica regió anomenada MENA (Pròxim Orient i nord d'Àfrica) “s'espera que els beneficis augmentin durant els pròxims cinc anys a un ritme anual que no té comparació en altres regions”. Igualment, va afegir que “el nombre de canals de televisió en obert s'ha disparat de poc més de cent als més de cinc-cents actuals, i les recents previsions d'assessors àrabs apunten que els pròxims anys es pot superar la barrera dels mil”. Aquesta gegantina eclosió mediàtica, alimentada pel petroli i els mitjans digitals, és la que ens pot ajudar a desxifrar la magnitud dels canvis psicològics que incideixen en els rols de gènere.

— 2 —

Si tenim en compte que a l'islam es fan servir les fronteres d'espai per regular els rols de gènere (les dones dins, els homes fora), podem dir que les tecnologies de la informació -com internet i els cinc-cents canals per satèl·lit panàrabs- han eliminat aquestes fronteres. L'espai privat ja no existeix des del moment en què una dona, asseguda a la seva habitació, pot navegar per internet o fer zàping pels canals via satèl·lit per trobar el seu cantant favorit.

— 3 —

Però l'eradicació d'aquesta divisió entre l'espai públic i el privat ha tingut un efecte econòmic

devastador: ha destruït la masculinitat. Abans, només els homes amb accés monopolític oficial a l'espai públic podien guanyar diners. Ara les dones també poden fer-ho. En un món musulmà connectat digitalment, la masculinitat definida com un estatus que permet guanyar diners s'ha vist desafiada per dones competitives que busquen independència econòmica.

— 4 —

Avui dia tenim una societat digital en què homes i dones joves competeixen entre ells, i tots dos s'enfronten a la difícil tasca de renegociar noves identitats psicològiques mitjançant la invenció de noves maneres de gestionar les emocions, a la recerca d'un equilibri emocional innovador amb l'altre sexe. És un anhel del tot nou que explica per què l'amor (*al-hub*) ha aparegut com una poderosa onada entre els musulmans que naveguen a la xarxa. És l'amor, i no el terrorisme o el fanatisme, el que interessa a la joventut musulmana; justament el contrari del que pensen els occidentals.

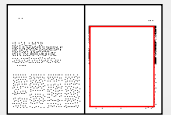
La superioritat masculina es basa en el fet que les dones no competeixen amb els homes com a font d'ingressos familiars

A diferència del cristianisme, que promou l'ascetisme i considera els capellans solters com un ideal, l'imam Qaradawi, famosa estrella televisiva d'Al-Jazira, explica al seu llibre *Al-hal wa-l-haram fil-islam* [Què és lícit i què es-

tà prohibit a l'islam] que l'aproximació de l'islam a la qüestió del sexe és molt sofisticada: d'una banda, prohibeix l'abstinència, però, de l'altra, també la fornicació desinhibida (*zina*). Així, considera el matrimoni en què puguin disfrutar del sexe tant l'home com la dona com la institució ideal, que permet el plaer en emmarcar-lo en una estructura organitzada. Aquest és el motiu, segons Qaradawi, pel qual el profeta va fer una crida específica als musulmans joves perquè es casessin: “Oh, homes joves, aquells de vosaltres que us ho pugueu permetre heu de casar-vos”.

No obstant, dins el matrimoni cada sexe té una feina ben diferenciada, vital per a la supervivència de la comunitat. Els homes han de guanyar prou diners per mantenir felices les seves dones. “No és acceptable que un marit musulmà no proporcioni a la seva dona menjar i roba”. I per descomptat és aquesta supremacia econòmica de l'home la que justifica que sigui declarat superior a la dona en el vers 228 de la sura 2 (*al-Baqara*): “L'home és superior a la dona”. L'imam Qaradawi subratlla que la supremacia masculina (*qawama*) es justifica per la responsabilitat econòmica de l'home (*al-Mas'uliyah*). Però, esclar, amb l'adveniment de l'era digital ha passat una cosa: les dones emergeixen com a dures competidores a l'hora de guanyar-se el seu propi sou.

L'auge de les dones com a comunicadores digitals que generen ingressos: locutores, estrelles de l'entreteniment i sexòlogues



**RIMA MAKTABI** La periodista libanesa, a la imatge moderant un debat el 2012 a Istanbul, va ser una de les primeres corresponsals de guerra del món àrab. Actualment treballa a la cadena Al-Arabiya després d'uns anys presentant un programa a la CNN. WORLD ECONOMIC FORUM

Els següents perfils de dones que estan acumulant grans fortunes, ja sigui com a comunicadores (presentadores de televisió) o com a intel·ligents i atractives manipuladores (estrelles i sexòlogues), donen una idea del terratrèmol digital que es viu en les dinàmiques familiars musulmanes.

### — 1 —

Rima Maktabi, presentadora d'un telenotícies, va demanar a la CNN que li pagués cinc-cents mil dòlars si volien que deixés el canal Al-Arabiya: aquesta mena de notícies són les que *Zahrat al Khaleej*, una de les publicacions familiars més venudes, decideix oferir destacades als seus lectors. Rima Maktabi va cridar l'atenció al món àrab en convertir-se en una de les primeres dones que treballaven com a corresponsals de guerra, quan els diversos conflictes van convertir la regió en un terrible espai de mort. Però altres dones, com Elissa Khoury, prefereixen guanyar diners en territoris menys perillosos i s'han llançat al lucratiu negoci de les icones sexuals.

### — 2 —

Elissa Khoury, cantant libanesa, guanya nou-cents mil dòlars per cada actuació que fa. Nascuda el 1972, filla de pare libanès i mare siriana, i titulada en ciències polítiques, va decidir enfocar la seva carrera cap al món de la música perquè les feines acadèmiques no estan tan ben pagades. Si Khoury té la possibilitat de guanyar tants diners és gràcies als

multimilionaris del petroli -com ara el príncep Walid bin Talal- que van optar per invertir a Rotana, un dels canals panàrabs d'entreteniment que fa servir dones seductores per guanyar audiència i, en conseqüència, anunciants. Un brillant erudit egipci mort recentment, Abdel Wahab Elmessiri, va pronosticar l'any 2005 que el consumisme occidental envairia les regions àrabs tan bon punt el cos de les dones fos dessacralitzat i s'utilitzés com un imant en els canals televisius, per despertar desitjos libidinosos i generar així publicitat. A aquest procés el va denominar *reduccionisme eròtic*.

A la Wikipedia es pot llegir que el disc d'Elissa Khoury *Tsadaq Bmein* [En qui pots confiar?], que va ser presentat i estrenat a Rotana el 26 de desembre del 2009, va arribar a la impactant xifra de quatre milions de còpies venudes, "cosa que el converteix en un dels discos més venuts de la dècada". En la mateixa pàgina se'ns informa que "gràcies a aquest disc, Khoury va guanyar el seu tercer World Music Award a l'artista amb més vendes al Pròxim Orient". Haifa Wahbi és un altre exemple d'aquestes Sherezades digitals convertides en símbols sexuals.

### — 3 —

Haifa Wahbi, cantant libanesa. Per casar-s'hi, un home ha de pagar un dot de quatre milions de dòlars! És un altre producte del regnat televisiu de videoclip del mencionat Walid bin Talal, un príncep saudita. L'ocurrent pe-

riodista marroquí Hassan Hamdani va descriure així Haifa Wahbi durant una visita al Marroc: "Bèstia negra dels islamistes i sex symbol per a d'altres, portada a la premsa del cor però prohibida en nombroses cadenes, Haifa Wahbi divideix la nació àrab". I així va resumir el desafiament de Wahbi a la societat musulmana: "Temes espinosos a dojo: nombroses operacions quirúrgiques, clips amb massa sexe, l'edat (quaranta-un anys?), relacions conflictives amb la seva germana, disputes amb les seves competidores estil Barbie, amb la seva filla, en el seu matrimoni exprés amb un milionari saudita (que sí que va pagar quatre milions de dòlars de dot)". Per descomptat, Wahbi és utilitzada com a reclam comercial per part de la indústria de les joies i de la moda: "Aquesta dona s'ha convertit en una empresa ella mateixa, i concilia en la seva persona la fibra comercial i el món de l'espectacle de lluentons. Per exemple, quan una cantant libanesa decideix llançar una marca de samarretes, Wahbi hi respon creant una línia de joies. L'anell més petit de la seva col·lecció costa cinc mil dòlars, però és que això va d'acord amb les joies que ella mateixa du. Qualsevol fotesa feta amb diamants costa dos milions de dòlars". Com a resultat de totes aquestes inesperades possibilitats de guanyar diners en la indústria dels mitjans de comunicació àrabs, que no para de créixer, moltes dones prefereixen invertir en la seva pròpia carrera i renunciar al matrimoni.

Els homes joves tenen dificultats per casar-se: les dones estan ocupades amb el seu propi empoderament narcisista

"Per què no es casen les dones?" és el títol d'un article aparegut a la coneguda publicació egípcia *Rose el Yousef*. S'hi afirma que un dels problemes que té el país és que "hi ha nou milions de dones i homes joves que no s'han casat". Això s'ha convertit en tema habitual d'alarmisme a la premsa àrab: "Les joves de Bahrain prefereixen no pensar en el matrimoni". Hi afegim que una jove de trenta-un anys va declarar que prefereix centrar-se en la seva carrera "que pensar en el matrimoni". "La vella idea del matrimoni ja és irrellevant. La dona ha deixat de ser una companya situada en un nivell inferior dins del matrimoni. S'ha convertit en un actor amb responsabilitats". I afirma que el seu somni és aconseguir una llicenciatura universitària que l'ajudi a saltar als mitjans de comunicació. Una de les noves i inesperades conseqüències de la tecnologia digital és que les dones i els homes àrabs estan renegociant les relacions amoroses, fent-les més democràtiques, mentre inventen noves identitats de gènere amb l'objectiu principal d'obtenir "dignitat". I ja qui es dirigeixen per trobar ajuda en aquest món àrab connectat digitalment? Bé, encara que resulti difícil de creure, es dirigeixen a imams digitals, com el mateix Qaradawi, i a sexòlogues com l'egípcia Heba Qotb; és a ells a qui recorren per aprendre a negociar relacions amoroses més igualitàries. I ara, la conclusió.



**DONES POLÈMIQUES** A dalt, la cantant libanesa Elissa Khoury. A la imatge de sota, la doctora Heba Kobb, que fa un programa de sexe a la televisió. A baix, Haifa Wehbe.

Conclusió: una joventut psicològicament estressada que negocia un nou amor més democràtic és el que explica l'auge en els canals via satèl·lit tant d'imams com d'expertes sexuals femenines.

El senyor Alami és l'encarregat de Dar al Fikr, una de les biblioteques panàrabs més sofisticades de Rabat. Em recomana habitualment llibres fascinant, i per desxifrar la "revolució digital de la joventut àrab" em va aconsellar llegir *Virtuel Faqih*, d'Abdallah al Ghudami, publicat el 2001 de manera simultània a Beirut i a Casablanca pel Centre Cultural Àrab (Al Marzak at-Taqafi al-Arabi). *Faqih* és el terme àrab que descriu els savis i dipositaris del coneixement que estan emergint com a imams virtuals. El subtítol del llibre és: "El trasllat del discurs religiós des del púlpit de la mesquita a la pantalla televisiva". Amb tot, en realitat no es tracta d'un fenomen nou: molts brillants psicoanalistes occidentals, com Erich Fromm, sostenen que la religió i la psicoanàlisi entren en competència des del moment que abracen els mateixos camps: els desitjos i les emocions (llegiu el seu fascinant llibre *Psicoanàlisi i religió*, Buenos Aires: Písique, 1975).

I un d'aquests imams virtuals, que s'ha convertit en estrella de la televisió, és Qaradawi, d'Al-Jazira. A part del seu programa de debat a Al-Jazira, *Xaria ual haia*, Qaradawi té



MABEL MOUNZER. EFE

una pàgina web: Islamonline. Però això no és tot. Dels milions de consultes de joves que li demanen ajuda a ell i al seu equip de psicoanalistes en selecciona temes que considera adequats i sobre els quals disserta en diversos llibres. Un és l'èxit de vendes *Al-internet uai-hub* [Internet i l'amor]. Hi pronostica que, com que actualment els i les joves naveguen per la xarxa sense cap mena de censura, l'individualisme no tardarà a aparèixer en aquesta zona del món: "Des que internet va envair les nostres vides [...] hem patit incessants transformacions [...] El que és llunyà s'ha convertit en proper només prement una tecla. Això ha afectat profundament les nostres societats, que no tenien àmbits d'entreteniment educatiu i comunicatiu de qualitat. [...] De sobte, les noves tecnologies han proporcionat l'oportunitat de comunicar-se i entretenir-se per un mateix, sense la supervisió d'una autoritat censora o d'un controlador amb qui calgui passar comptes. [...] Com a resultat, ara l'únic agent controlador és la responsabilitat individual. I, per desgràcia, mai ens hem preocupat per desenvolupar un sistema educatiu que se centri en el desenvolupament de la responsabilitat individual". Qaradawi estava pronosticant un dels factors que probablement expliquen la revolució de la joventut àrab del 2011: l'auge de l'individualisme. Però el que de debò és una sorpresa per a una dona de la meua edat és que els imams que fins ara han monopolitzat el discurs sobre la sexualitat s'han vist desafiat per dones sexòlo-

gues que reclamen el seu espai en el món digital. Com és el cas d'Heba Qotb.

Un dels esdeveniments més curiosos de la primera dècada del segle XXI, clarament digital, és que mentre Occident s'obsessiona amb el vel i mira d'impedir que les dones musulmanes portin el *hijab* en els espais públics, a l'Orient musulmà apareixen dones que guanyen diners com a expertes en sexualitat.

**La caiguda del monopoli dels imams sobre el sexe: la sexòloga Heba Qotb i la psicòloga Fawzia**

La sexòloga egípcia Heba Qotb ha decidit posar-se el vel a l'hora de presentar el seu programa de debat a la televisió egípcia Mehwar. El fet de cobrir-se els cabells no implica pudor sexual. ¿El vel incrementa la fascinació dels telespectadors quan Qotb debat sobre temes sexuals? ¿Aconseguirà així atreure més anunciant que inverteixin en el seu programa? En qualsevol cas, la combinació del vel i les converses sobre sexe sembla que funciona com un imant per a la publicitat. "Heba Qotb: conegui la terapeuta a qui no li fa por parlar de sexe per guanyar-se la vida" és el títol d'un article molt curiós de Manal el-Jesri (*Egypt Today*, octubre del 2004, [www.egypttoday.com](http://www.egypttoday.com)). L'article comença així: "Sexe: això és tot el que s'amaga darrere de la doctora Heba Qotb. Una més d'un grapat de terapeutes sexuals egípcies, Qotb s'ha convertit en un nom conegut gràcies a les seves constants aparicions a la televisió per satèl·lit". Professora de medicina forense a la Facultat de Medicina Kasr al-Aini, Qotb va obtenir el seu doctorat a la Universitat Maimonides de Florida amb una tesi sobre sexualitat a l'islam i actualment també treballa com a terapeuta i educadora sexual, explica Manal el-Jesri.

Una altra experta femenina en l'amor és la doctora Fawzia, que adverteix repetidament al seu programa de la televisió *Al-Rai* dels perills de la Viagra. També dóna consells a les dones a qui molesta que els seus marits mirin pel·lícules pornogràfiques. El que més m'agrada d'ella és que, tot i que està tan grassa com jo, ha aconseguit mantenir la seva posició com una reconeguda figura maternal que esperona la joventut perquè desxifri els enigmes de l'amor.

**Conclusió de la conclusió (per riure una mica)**

El que fa que la joventut àrab s'hagi llançat a surfejar les onades digitals no és el terrorisme, com es pensa a Occident; és la indagació imperiosa per negociar noves relacions amoroses democràtiques, una situació que explica que una de les paraules clau que tant la joventut revolucionària tunisiana com l'egípcia clamaven en les seves històriques manifestacions fos *karama*, dignitat. I és per això que al Marroc, en un concurs radiofònic que es va fer el desembre del 2010, els joves van votar massivament a favor de Latefa Aharar, una atractiva i intel·ligent estrella televisiva marroquina. La imatge que se'n projectava al concurs la situa als antípodes del contrincant, Benkiran, que és l'eloqüent i atractiu líder islamista del PJD, el Partit de la Justícia i el Desenvolupament (vegeu Ràdio Aswat: [www.aswat.ma](http://www.aswat.ma)). ■

**Fatema Mernissi** és escriptora, historiadora, doctora en sociologia i professora universitària a l'Institut Mohamad V de Rabat. L'article està extret del pròxim llibre de l'autora, *Why islam scares the West*, reproduït, amb l'autorització de Brookbank, al número 11 de la revista *La Maleta de Portbou*.



El periodista Casimiro García-Abadillo, en la sede del diario EL MUNDO, de Unidad Editorial, en Madrid. CARLOS GARCÍA POZO

## RELEVO EN LA DIRECCIÓN A PARTIR DE JUNIO

# GARCÍA-ABADILLO, ARTICULISTA DE REFERENCIA EN EL MUNDO

Tras dejar la dirección de este periódico el próximo 24 de mayo, el periodista escribirá dos columnas de opinión semanales, grandes reportajes de investigación y un blog para la edición 'on line' del diario

**E. M. MADRID**  
Casimiro García-Abadillo continuará vinculado a EL MUNDO cuando ceda el testigo de la dirección del periódico a David Jiménez. García-Abadillo ha llegado a un acuerdo con el grupo Unidad Editorial, al que pertenece EL MUNDO, para que el relevo no sea óbice para su permanencia en este diario como articulista de referencia.

El periodista mantendrá una posición destacada en las páginas de este periódico, ya que será uno de los grandes columnistas que lo sustentan. García-Abadillo firmará dos opiniones semanales desde junio, un análisis en el que se abordarán, entre otros, asuntos políticos y económicos, nacionales e internacionales. Además, lanzará un blog para la edición en internet de EL MUNDO, líder de la información on line en español.

A partir de junio, el periodista y hasta ahora director también elaborará periódicamente para su publicación en domingo grandes historias, reportajes de investigación que reforzarán los contenidos del diario.

El consejo de administración de Unidad Editorial, grupo de EL MUNDO, *Marca* y *Expansión* entre otras cabeceras, eligió la pasada semana a David Jiménez como nuevo director de este diario, una decisión que será efectiva en las próximas semanas. Al anunciar el relevo, el consejo ya expresó su deseo de buscar una fórmula para que García-Abadillo continuara ligado a Unidad Editorial.

García-Abadillo (La Solana, Ciudad Real, 1957) asumió el 30 de enero del pasado año la dirección de EL MUNDO, un periódico en el que ha trabajado desde su fundación, en 1989. Dejará el cargo el próximo 24 de mayo.

El inicio de la trayectoria profesional de García-Abadillo, licenciado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, se remonta al año 1981, cuando trabajaba para el diario económico *Cinco Días*. En 1983, el periodista se incorporó a la revista *Mercado*. Posteriormente, formó parte del equipo fundacional de *El Globo*, semanario aparecido en el año 1987.

García-Abadillo siempre ha destacado por sus trabajos de investigación en el ámbito de la información política y económica. En 1988 se incorporó a la sección de Economía de *Diario 16*, que luego abandonó para involucrarse en la creación de EL MUNDO, en los quioscos desde el 23 de octubre del año 1989.

Ya en esta casa, García-Abadillo ha sido redactor jefe y correspon-

## ADEMÁS DE OFRECER SU ANÁLISIS EN PAPEL Y EN INTERNET, EL PERIODISTA FIRMARÁ GRANDES HISTORIAS DE FORMA PERIÓDICA

sal económico, para convertirse en 1997 en adjunto al director en el área de Economía. En octubre de 2004, cuando EL MUNDO contaba 15 años, García-Abadillo fue nombrado vicedirector y responsable de las áreas de Información. El pasado año, en el que esta cabecera cumplía un cuarto de siglo,

accedió a la dirección del diario.

Como director, ha mantenido la línea editorial independiente del diario, además de haber logrado estabilizar sus resultados. Remodeló el diseño y creó las secciones de Datos e Investigación, logrando grandes exclusivas.

El sello de este periodista ha marcado algunas de las investigaciones más relevantes de la reciente Historia de España. García-Abadillo ha destapado numerosas informaciones en casos clave como Filesa, Ibercorp, Macosa y Gescartera, además de en los atentados del 11-M.

En su amplia trayectoria, ha colaborado con las principales cadenas de radio y televisión españolas, como Onda Cero, Telecinco, Antena 3, TVE y Telemadrid.

García-Abadillo es autor de los libros *De la euforia al descrédito: crónica del dinero* (1995), *El balance: luces y sombras de la España del PSOE* (1997), *11-M la venganza* (2004) y *La trampa* (2012). El periodista y escritor es, asimismo, coautor de *La rebelión de los Albertos* (1989), *La estafa. Ibercorp y el fin de una era* (1992) y *Titadyn* (2009).





JAUME NOLLA MARTÍ ■ RADIOFONISTA

# 'Els catalans no som gent pacífica'

CARLA POMEROL

- Quin paper juga la ràdio a la seva vida?

- Ho és gairebé tot. No m'he dedicat a res més. És el meu ofici i a casa meva escoltar la ràdio ha estat sempre una cosa molt normal. Jo sóc del parer que el periodisme és un ofici, no una carrera professional. Ara bé, estic d'acord que els periodistes han de tenir un cert bagatge cultural per poder fer bé la feina.

- Què hi ha de Jaume Nolla al personatge del senyor Marcel·lí Virgili?

- Cada vegada ens assemblem més. Quan convius amb una persona, t'acabes assemblant a ella. El senyor Marcel·lí Virgili és el conserge de la ràdio, que quan ha tingut l'oportunitat ha tret el nas i s'ha donat a conèixer per antena. Ara bé, no sempre segueix al peu de la lletra els guions que li preparo.

- Com és l'humor del senyor Marcel·lí?

- És l'humor català típic, que barreja un caràcter rondinaire amb aspectes tradicionals i qüestions populars. El senyor Marcel·lí parla de coses quotidianes i fa comentaris populars catalans, que tots podem reconèixer. Podríem dir que és l'humor hereu del de Joan Capri.

## PERFIL |

**Jaume Nolla Martí va néixer a Vilallonga del Camp (Tarragona) l'any 1965. Químic de formació i radiofonista d'ofici, va treballar vuit anys a Catalunya Ràdio i ara en porta deu a Rac1, acompanyant el Toni Clapés a 'Versió Rac1'. És guionista de coneguts personatges, com el senyor Marcel·lí Virgili. Ha rebut el Premi Ràdio Associació al millor professional de ràdio.**

- Què significa per vostè rebre el Premi Ràdio Associació 2015 al millor professional de ràdio?

- Aquest homenatge em supera. Sempre m'ha fet basarda recollir premis. Suposo que té alguna cosa a veure en què no estic acostumat a ser el protagonista de la història. Li vaig dedicar el premi a totes aquelles persones anònimes que donen vida a la ràdio i que gairebé mai reben un reconeixement, com ara, els redactors, guionistes o tècnics de so.



Jaume Nolla és 'l'apuntador' de molts personatges del 'Versió Rac1'. El més conegut és el senyor Marcel·lí Virgili. FOTO: CEDIDA

- Quina és la clau del seu èxit després de 18 anys a primera línia de foc?

- No la sabem. Ens ho hem preguntat moltes vegades i mai hem tingut una resposta. Suposem que és algun element químic: es crea un vincle afectiu amb el públic sense saber el perquè. Ara bé, està clar que és indispensable el treball constant.

- Qui és Toni Clapés per vostè?

- En Toni és el meu gran company de feina i és amb qui vaig

iniciar, ara fa 18 anys, aquesta aventura. De tots els professionals amb qui he treballat, en Toni és el més persona. En aquest ofici, l'ego i la supèrbia estan a l'ordre del dia, i en Toni demostra constantment la seva empatia i el seu respecte cap a totes les persones. És per això que fa tants anys que anem junts.

- Què reivindica del periodisme?

- No reivindico res. L'únic que demano a crits és que paguin bé als professionals. Els mitjans de

comunicació haurien de tenir una mica més de consideració amb la gent que hi treballa. Ens hem de fer valorar. Aquest és el mal més endèmic de la nostra professió.

- Com veu Catalunya?

- Desitjo que sigui independent com més aviat millor. No es poden tolerar els atacs constants a la nostra llengua, a la nostra economia i a la nostra manera de fer. Els catalans tenim massa paciència: fa 300 anys que aguantem. Mai hem encaixat ni encaixarem amb l'Estat espanyol, per molts esforços que facin.

- Com és el tarannà català?

- Us recomano que llegiu *Com han estat i som són els catalans*, de l'autor Rodolf Llorenç. El tarannà català no va lligat amb el seny, no sé pas qui s'ho va inventar això. Som gent especial, difícils i complicats. No som pacifistes; els catalans sempre hem tingut un caràcter bèl·lic.

- Quina salut té la llibertat d'expressió al nostre país?

- Molt precària. I una part de culpa és nostra, dels ciutadans. Si volem garantir la llibertat d'expressió, hem de disposar de mitjans privats que puguin mantenir-se per ells mateixos, i per això és necessari consumir i comprar informació.

EL DEFENSOR  
DEL LECTOR

Josep Rovirosa

## Paper i pantalla

**J**a no és cert que els lectors siguin només lectors. Les noves tecnologies els han donat la possibilitat d'interactuar amb el diari. Llegeixen i escriuen indistintament i actuen com una comunitat. Tampoc no està clar que els consumidors de diaris es divideixin en dos blocs irreconciliats: els seguidors del paper i els qui utilitzen la pantalla de l'ordinador, el telèfon o la tauleta. La majoria aprofita cada suport segons les seves necessitats o situacions.

La carta del lector Jordi Martínez exemplifica els nous temps: "Sóc lector habitual de *La Vanguardia* en la seva edició en paper, que compro diàriament (tret de rares excepcions). Això pot semblar-los normal –explica– encara que en el meu cas particular podria ser-ho menys, atès que la meua professió és la d'enginyer de software i, com a tal, la meua principal eina de treball són els dispositius informàtics. Però per costum, potser després de dècades de llegir el diari en paper, o per comoditat, o per vetustat (tinc 43 anys), o per plaer, la qüestió és que no llegeixo ni *La Vanguardia* ni cap altre diari català en format digital (sí que ho faig amb el *Wall Street Journal*". En el seu escrit, el lector Martínez explica que "el dissabte 25 d'abril, després de llegir a *La Contra* una entrevista amb Erik O. Wright, em vaig decidir a escriure un comentari en l'edició digital" i va ser impossible perquè l'article no estava disponible al web de *La Vanguardia*, en l'edició oberta a tothom.

Efectivament, a *LaVanguardia.com* bona part dels continguts propis de l'edició en paper estan disponibles només per als subscriptors o es poden descarregar previ pagament, però no estan oberts a tothom fins passat un mes de la seva publicació. Jordi Martínez entén aquesta restricció –la informació de qualitat té un cost i no pot ser gratuïta–, però suggereix que qui ha comprat el diari en paper hauria de poder entrar a l'edició digital a través d'algun codi d'accés. La proposta incideix en aspectes tècnics i comercials que s'escapen de l'àmbit del Defensor, però porta implícit el concepte que les noves tecnologies han imposat als mitjans: la interacció i la possibilitat de compartir.

**Els lectors han comprès que el diari els ofereix diversos suports i reclamen la màxima facilitat per transitar de l'un a l'altre**

En un interessant llibre amb un títol més propi del gènere negre, *El misterio del yogur caducado* (UOC, 2013), que d'una anàlisi sobre *cómo reinventar los periódicos* (subtítol del llibre), Xavi Casinos explica que després de passar uns quants anys anunciant el final dels diaris en paper, l'editor de *The New York Times*, Arthur Sulzberger Jr., el 2012 va assegurar "amb rotunditat el contrari, que els diaris impresos no desapareixerien perquè representen el periodisme de qualitat" i perquè "no són incompatibles amb les plataformes digitals en una concepció multimèdia de continguts i formats, sota el segell d'una marca, la de la capçalera del rotatiu, que en molts casos s'ha construït des de fa més d'un segle sobre la base de la credibilitat i professionalitat sorgides de la seva redacció".

Fer possible aquesta compatibilitat entre el paper i les plataformes digitals és el repte del futur més immediat. L'aposta està canviant l'organització de les redaccions i els protocols del treball dels periodistes, però ha modificat també l'actitud dels lectors. Han comprès que la mateixa capçalera els ofereix diversos suports i reclamen la màxima facilitat per transitar de l'un a l'altre i aprofitar els aspectes més genuïns de cadascun.

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



## EL OYENTE

LUIS OZ

*15 años de  
revolución*

¿Cómo han cambiado la comunicación, la publicidad y el periodismo en los últimos 15 años?

Aprovechando el decimoquinto aniversario de *20minutos*, su director, Arsenio Escolar, y el profesor Arturo Gómez Quijano preguntaron el jueves a cuatro primeros espadas en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense.

«La comunicación corporativa ha pasado de ser muy táctica a ser estratégica», respondió Amalia Blanco, responsable de comunicación de Bankia. «Hemos pasado del mundo de las cañerías a otro más transparente, en el que todo ha cambiado: canales, contenidos, formatos...», añadió.

Para Javier Rodríguez Zapatero, que dejó hace 15 años el mundo de los detergentes por el de internet y preside desde 2008 Google en España y Portugal, «la información sigue creciendo en progresión geométrica». «En 2003 toda la información generada por la Humanidad cabía en cinco exabytes (cinco mil millones de gigabytes)», dijo. «Hoy eso se genera en internet en seis horas y el año que viene, en tres».

«La velocidad es lo más importante y lo principal es llegar a esa información lo antes posible», añadió. «No estamos ante una época de cambios, sino ante un cambio de época». Sobre el cierre de Google News, comentó que «no se volverá a abrir mientras no cambie la ley».

A partir de la confusión entre carretas y transporte que llevó a la ruina entre 1830 y 1833 a casi todos los que hacían carros de caballos en los EEUU, Pablo Alzugaray, presidente y fundador de la agencia Stackleton, explicó el cambio espectacular en la caja de herramientas al servicio de los publicitarios. «Lo esencial hoy de nuestro oficio es orquestar bien todos los canales y lenguajes disponibles para hacer mejor nuestro trabajo, que no es otro que el de influir, a sabiendas de que no hay nada más importante que los hechos. Lo que haces importa mucho más que lo que dices».

Gumersindo Lafuente, uno de los principales pioneros del periodismo digital en España, recordó «el efecto demoleedor de la profunda desintermediación de los periodistas» a causa de la revolución digital y criticó la ceguera de los *dinosaurios* ante ella.

Tras apostar por el periodismo comprometido con la verdad, en rebeldía permanente, aconsejó a los centenares de estudiantes que le escuchaban: «Olvidaros de los *dinosaurios*, que en vuestra vida profesional triunfan las ardillas».



JOSÉ CARLOS MIRANDA

boig per tu

## Posant cares a les veus

■ RAC 1 acaba de complir els seus primers quinze anys de vida. I cal reconèixer-li a l'emissora privada del grup Godó que ha crescut de pressa i bé: ràdio de proximitat i de qualitat que ha plantat cara a la totpoderosa Catalunya Ràdio i amb un sector de l'audiència ja molt fidelitzat. 8TV, del mateix grup, s'ha afegit al redó aniversari i ha produït un documental: *Tots som 1: 15 anys de ràdio* que, deixant de banda l'inevitable –i de vegades insofrible– autobombo i pilo-teig divers, va resultar interessantíssim com a treball de camp per conèixer com és per dins una emissora de ràdio, què hi ha darrere del programa quan s'apaguen –o encara no s'han encès– els micròfons i, sobretot, per què aconseguim posar una cara a aquella veu que tant ens ha acompanyat i que, a tot estirar, havíem ju-



Una de les tertúlies de RAC 1.

gat a dibuixar-la en la nostra ment. Això ha sigut el millor del documental, que es va emetre aquest dijous, veure com són els Quim Morales, Pérez Esquerdo, els Òscars, Clapés, Xavi Freixes, Basté –bé, aquest ja està més vist–, Mònica Usart o la *troupe* dels esports.



## AUDIOVISUAL

### Mediaset negocia amb Godó la seva entrada a 8tv

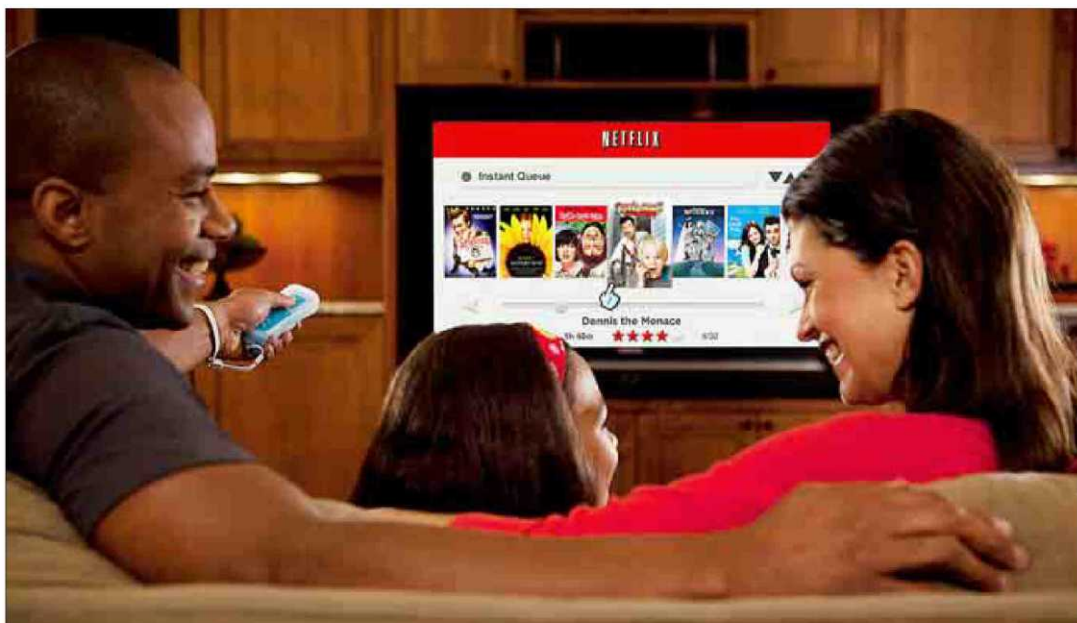
El grup Mediaset i el Grupo Godó negocien una operació amb la qual el gegant que dirigeix Paolo Vasile podria entrar a formar part de l'accionariat de 8tv, la televisió privada propietat del grup català. Les dues parts haurien presentat els termes d'un acord a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) –l'organisme regulador que ha d'aprovar l'operació–, segons va confirmar Mediaset. L'entrada del grup italià a 8tv podria suposar, entre altres coses, un augment dels ingressos publicitaris. ■ ACN



## GUARDONS

### Jordi Évole, premiat amb l'onze José Couso

Jordi Évole ha estat guardonat amb el premi José Couso a la Llibertat de Premsa, que atorguen el Col·legi de Periodistes de Galícia, el Club de Premsa del Ferrol i l'Obra Social La Caixa, en record del càmera de Telecinco mort el 2003 mentre cobria la guerra de l'Iraq a causa d'un atac de les tropes dels Estats Units contra l'hotel dels periodistes. Jordi Évole va manifestar "l'honor" que és per a ell rebre un guardó que porta el nom de José Couso, "un símbol per a la professió a escala internacional", va dir. ■ ACN



Una familia estadounidense selecciona en el salón de su casa una película para ver en la televisión a través de Netflix. E. M.

## ESTUDIO HáBITOS DE CONSUMO EN LOS HOGARES

## EEUU SE ABONA A LA TELEVISIÓN POR INTERNET

Por primera vez, más personas prefieren contratar servicios como Netflix, Amazon Prime o Hulu a los de las cadenas tradicionales, una tendencia que amenaza a las compañías de cable

PABLO SCARPELLINI LOS ÁNGELES  
ESPECIAL PARA EL MUNDO

La costumbre y la obligación hicieron de los anuncios en televisión un tedio necesario. Había que tragárselos a la fuerza para seguir viendo la enésima reposición de una cinta de los hermanos Marx o a Johnny Weissmuller después de comer. Y aunque hoy resisten el paso del tiempo entre una oferta mucho más variada de canales, no hay duda de que sobre sus estrechos hombros se cierne una tormenta de grandes proporciones que no tardará mucho en descargar.

Al fin y al cabo, todo o casi todo lo que se implanta en Estados Unidos como moda o tendencia se termina por imponer en el resto del planeta, con particular furia en una Península Ibérica que se inclina por el desdén hacia el imperio norteamericano como primer instinto, pero que copia y termina siempre por claudicar, con una hipocresía silenciosa, ante los vientos que soplan del otro lado del Atlántico.

No es una cuestión de sensaciones, como lo fue al inicio este movimiento, sino de números que han dejado patente la realidad que se aproxima. Según un estudio de la consultora Deloitte, la

hace de la forma tradicional.

Es un dato histórico y devastador para las compañías de televisión por cable, acostumbradas a dominar el panorama audiovisual durante décadas y que ahora han

entrado en una situación de descenso imparable en su número de suscriptores.

De acuerdo con los datos de Leichtman Research Group, sólo en el año 2014 perdieron 1,2 millones de clientes, un dato que encaja con el 40% de consumidores que dice tener una suscripción a algún tipo de servicio a la carta como Netflix, Hulu o Amazon Prime.

También es indiscutible que la



'House of Cards', con Robin Wright y Kevin Spacey, serie insignia de Netflix.

## ESPAÑA VE LUZ AL FINAL DE LA PIRATERÍA

Netflix prevé estar presente en España en otoño de este año si los planes de la plataforma no se retrasan. Eso sí, como dice el tópic, este país es diferente. En 2014, 6.139 millones de euros se esfumaron de la industria del cine por el consumo ilegal; en el ámbito de las series, la cifra ascendió a 1.755 millones, ya que se reprodujeron o descargaron ilegalmente 1.033 millones de capítulos en el año, según el último Observatorio de piratería y hábitos de consumo digitales. Más reciente y halagüeño es el informe anual del Observatorio Audiovisual Europeo, que señala una subida del consumo *on line* dentro de la ley. El cine en *streaming* en la Unión Europea ya recauda anualmente 588 millones. Filmin y Waki.tv son algunas de las plataformas que operan en España y que se verán las caras con actores de la magnitud de Netflix.

mayoría de los estadounidenses prefiere consumir televisión por internet, con Netflix a la cabeza de este cambio que parece imparable. Un 53% de espectadores reconoció que accede a sus programas predilectos a través de la opción de *streaming*, sin tener que andar pendiente de horarios de emisión, frente al 45% que aún lo

compañía con sede en Los Gatos, al norte del Estado de California, es la dominadora absoluta de esa batalla digital, con casi 10 millones más de abonados que Amazon Prime –de acuerdo con varias fuentes–, el segundo en lista. Según los datos de la empresa presidida por Reed Hastings, Netflix alcanzó los 60 millones de suscriptores a nivel mundial, con más de la mitad de ellos presentes en Estados Unidos.

En España, descargará en breve, convertida ya en una plataforma digital que ha pasado de llevarse por delante el segmento de los videoclubs con un original sistema de entrega de películas a domicilio por correo, a ser un proveedor de contenidos de primera

## EL 53% DEL PÚBLICO ACCEDE A LOS CONTENIDOS POR 'STREAMING', FRENTE AL 45% QUE LO HACE DE LA FORMA CLÁSICA

calidad. Sus series ahora no tienen nada que envidiarle a las de HBO, por ejemplo.

*House of Cards* y *Orange is the New Black* son buena prueba del éxito de su fórmula, ambas premiadas y altamente consumidas, un fenómeno que ha llevado a los directivos de la firma a invertir más de 400 millones de dólares en contenido original para el año que viene.

Eso pese a tener una colección de más 100.000 títulos entre películas, documentales y series, un mar de contenido que están tratando de imitar sus competidores. De hecho, HBO ha recurrido a Apple TV para ofrecer sus productos de forma gratuita durante un mes, con la idea de conseguir abonados sin necesidad de estar suscritos a la televisión por cable.

Es, además, el reflejo de la ineficiencia del sistema tradicional. Según los datos de Nielsen, los americanos tienen acceso a una media de 189 canales a través del cable, pero sólo ven 17, lo que muchos consideran un desequilibrio considerable. De ahí que el 38% esté pensando en darse de baja y sumarse a la tendencia digital que impera en el mercado.

Es un cambio, además, que se está produciendo a gran velocidad. El estudio de Deloitte asegura que hace tres años nadie creía en la televisión por internet (un 17% la consumía) y que ahora son más de la mitad los consumidores en EEUU que no pueden vivir sin ella.

Por eso es previsible que aparatos como la caja negra de Apple TV y la suscripción a la plataforma Netflix por menos de 10 euros al mes sean parte de la conversación en Madrid, Sevilla o Barcelona. Es más cómodo, más práctico y sin cortes publicitarios. Es lo que viene.



## MEDIR LA INFORMACIÓN EN LA RED TIENE UN PRECIO

Desde 2012, Tweet Binder mide el impacto que tienen en Twitter programas de televisión, campañas o eventos. Una actividad cada vez más demandada por el creciente uso de esta red social. Y es que "hay mercado por explotar en la medición de información"

ANA GARCÍA



**T**witter, Facebook, Instagram o LinkedIn se han convertido ya en algunas de las palabras más comunes de nuestro día a día. Las redes sociales llegaron a nuestras vidas pisando fuerte y, además, se han convertido en el trampolín de muchas empresas. El telón se ha abierto para aquellos que han sabido ver las opciones de mercado que esta nueva realidad podía aportarles. Sobre el escenario, emprendedores como Javier Ábrego, que en 2012 creó Tweet Binder, una

plataforma dedicada a medir el impacto en Twitter de campañas, eventos o programas de televisión. "Durante mi época de trabajo anterior, me di cuenta de la importancia de las redes sociales dentro del marketing *online* y de que existía un enorme mercado todavía por explotar en la medición de información" reconoce el fundador de Tweet Binder.

Pero nadie dijo que los inicios fueran fáciles. Tanto es así que, durante sus dos primeros años de vida, se enfrentaron a permanentes pérdidas. "Aunque vi claro que existía un gran

mercado, no fui capaz de dar con la tecla y literalmente me arruiné", asegura Ábrego.

La financiación inicial provenía de los ahorros personales de Javier, así como de un préstamo participativo otorgado por la Sociedad de Desarrollo de Navarra, Sodena. "Para una segunda ronda, visitamos a muchos inversores y ninguno de ellos quiso invertir porque no les parecía que la empresa pudiera ser rentable", critica Ábrego. No obstante, la situación cambió y algunos de estos inversores les volvieron a contactar, aunque Ábrego defiende que ya no les necesitaban. "El mundo de los inversores, *venture capital* y *business angels* en España es una jungla a la cual no quiero volver a acercarme en el corto plazo, aunque sé que quizás tenga que hacerlo", reconoce el fundador de Tweet Binder.

El punto de inflexión llegó en 2014, cuando el número de clientes comenzó a aumentar. "Pudimos llegar a un equilibrio entre gastos e ingresos a mediados de ese año", afirma Ábrego, quien además añade que "últimamente, en España, nuestros clientes aumentan la inversión en cosas que en años anteriores no podían".

### Objetivo: otras redes sociales

"Twitter podrá morir en unos años o quizás cambie mucho, por eso hay que tener visión de futuro y monitorizar otras redes". Con estas palabras, Ábrego explica su intención de ampliar este tipo de negocio a otras plataformas. "El mercado tiende cada vez hacia la monitorización de información. Quedarse sólo en Twitter sería un error, por eso estamos ya incorporando Instagram y en breve vendrán otras", asegura.

Por el momento, junto a Javier trabaja un equipo de diez personas y, aunque reconoce no poder decir abiertamente el nombre de sus clientes, defiende que entre ellos se incluyen bancos, agencias de comunicación, equipos deportivos, medios de comunicación, grupos de música o congregaciones religiosas.

Desde Tweet Binder señalan que el sector se encuentra todavía en una fase incipiente y la competencia es grande, aunque aseguran que el mercado también lo es.





# Troben 158 fotografies de l'alliberament de Perpinyà a la Segona Guerra Mundial

► Les va realitzar el fotògraf Auguste Chauvin l'agost de 1944 i han aparegut en una caps de medicaments

GIRONA | DdG

■ Durant aquests dies de la celebració de l'armistici de la Segona Guerra Mundial, ha passat un fet històric i inèdit a Perpinyà: han aparegut els negatius de fotografies de l'alliberament de la capital nord-catalana.

Els carrets fotogràfics han emergit després de caure oblidats durant més de 50 anys dins d'una caixa de medicaments, segons ha explicat l'historiador de l'art Eric Forcada, activista cultural de Perpinyà, que té entre mans l'edició d'aquestes imatges en un llibre que serà publicat per l'editorial Mare Nostrum de Perpinyà.

«Són 158 negatius, més d'un centenar dels quals corresponen a imatges inèdites, mentre que la resta es van difondre a la seva època perquè són fruit del treball del fotoperiodista Auguste Chauvin, corresponsal a Perpinyà de l'agència Frances Press, que prenia fotos de fets rellevants i les venia per a la seva publicació a través de l'agència», relata Forcada.

Els clixés, d'un excepcional interès documental, es donaven per perduts, però han aparegut a les golfes de la casa a Perpinyà de la neboda de Chauvin, Annie Lordat. Els negatius recuperen un període importantíssim que va viure la ciutat.

Les fotografies les va realitzar Chauvin durant el mes d'agost de 1944 i mostren la fi de l'ocupació nazi després de quatre anys de combats i resistència dels perpinyanesos per recuperar la seva llibertat i la democràcia.

A les imatges es mostren escenes de lluita, d'homenatges als màrtirs i caiguts durant l'alliberament, i ciutadans i soldats plegats celebrant l'arribada de la pau.

## Primer territori alliberat

El 19 d'agost de 1944, la Catalunya del Nord va esdevenir el primer territori continental de l'estat francès a alliberar-se per si mateix. Durant els primers instants de l'alliberament, les noves autoritats nord-catalanes realitzen un sentit homenatge a l'acció dels republicans catalans i espanyols.

«A Perpinyà, al contrari de la desfilada de l'alliberament de París, els guerrillers participen conjuntament amb els ciutadans de Catalunya del Nord i les institucions en els actes de celebració que es realitzen», comenta Forcada.



► **MOMENTS D'INTENSITAT HISTÒRICA** són els que va viure Perpinyà l'agost de 1944 durant l'alliberament de l'exèrcit nazi. **1** El 27 d'agost de 1944, primera desfilada victoriosa dels refugiats republicans catalans i espanyols des del 1939, amb José Luis Molinuevo, antic jugador de l'Athletic Bilbao i exiliat a Perpinyà, que porta la bandera republicana espanyola. La bandera anarquista i la de l'Aliança Catalana també van ser presents a la desfilada de l'alliberament de Perpinyà. **2** Aspecte de la destrucció al centre de la capital nord-catalana. **3** Les bales encara es disparaven als carrers del barri vell de la ciutat.

Les noves institucions homenatgen d'aquesta manera la lluita dels republicans espanyols i catalans contra el feixisme internacional, i agraeixen la seva acció dins la resistència antinazi i al mateix temps els donen suport en la seva lluita activa contra el règim franquista.

Forcada va fer a la Casa de la Generalitat a Perpinyà una exposició sobre la caiguda de Barcelona a mans dels franquistes, i va ser a propòsit d'això que Annie Lordat el va anar a trobar per explicar-li que conservava moltes fotos del seu oncle, el fotoperiodista Auguste Chauvin.

A l'estiu està previst que es publiqui el llibre *Perpinyà alliberada. Reportatges del fotoperiodista Auguste Chauvin*. L'obra presentarà la integritat dels negatius trobats i permetrà descobrir més d'un centenar de fotografies d'un alt valor històric que han estat inèdites fins aquest moment. L'editorial Mare

Nostrum publicarà 300 exemplars del llibre que serà distribuït a partir del 19 d'agost, dia de l'alliberament de Perpinyà.

Al web [www.perpinya1944.cat](http://www.perpinya1944.cat), que es posarà en funcionament en els pròxims dies, es podrà realitzar una subscripció per disposar d'un exemplar d'aquest llibre històric.



El comisario del Mercado Único Digital, Andrus Ansip (izquierda), y el de Economía Digital, Gunther Oettinger, en conferencia de prensa. / E. DUJAND (AFP)

## La Unión Europea se prepara para el mercado único digital

BELÉN DOMÍNGUEZ, Bruselas  
La Unión Europea avanza, poco a poco, hacia unas reglas únicas para el comercio online. Bruselas desveló esta semana su estrategia para unir el mercado digital y hacer frente así a la pujanza de EE UU, que tiene el 54% de la cuota del sector

La reforma que prepara Bruselas para que unas normas conjuntas rijan en todo el comercio electrónico de la UE debe pasar su primera prueba de fuego: superar la aprobación del Consejo de los Estados miembros que se celebra entre el 25 y 26 de junio. Si tiene éxito, pasará al Parlamento Europeo. Y después, de vuelta al Consejo. En total, su suerte debería quedar decidida a finales de 2016. Por el camino puede sufrir cambios y ajustes, antes de que los Estados la asuman si tiene éxito.

"Deseo ver una red de comunicación paneuropea con servicios digitales que crucen fronteras y que fomenten la aparición de pequeñas y medianas empresas digitales", aseguró el presidente de la Comisión, Jean-Claude Juncker, la semana pasada. Las 16 propuestas que deben facilitar la existencia de ese mercado único digital incluyen un intento para armonizar el IVA para el comercio digital o un *copyright* europeo. La Comisión Juncker ha dejado claros los objetivos sobre los que girará el debate hasta el próximo año, aunque no aún cómo se trasladarían a las legislaciones de los países.

**Los mismos contratos.** La Comisión quiere armonizar las normas de contratación entre empresas y consumidores online. Se trata tanto de bienes físicos como de consumo: un libro electrónico, por ejemplo, o una aplicación. Con esta medida, Bruselas pretende aumentar la confianza de los consumidores, ya que solo el 38% de los europeos se fía a la hora de comprar por Internet en otro país.

virtual. El Ejecutivo de la UE propone 16 estrategias que abarcan desde normas comunes de contratación a un sistema de *nube* europeo. El objetivo es que sea una realidad en 2016, pero para lograrlo, la propuesta deberá superar un largo camino a través de las instituciones europeas.

**Facilitar la distribución.** El 62% de las compañías europeas afirma que existen demasiadas barreras para poder distribuir en otros países de la UE. La Comisión quiere eliminar trabas y rebajar el precio de distribución, porque cree que así se reducirá también el precio final del producto para el consumidor.

**Eliminar fronteras.** El Ejecutivo comunitario quiere eliminar las fronteras digitales injustificadas a la hora de consumir contenido de un país a otro. Por ejemplo, para que los ciudadanos europeos no tengan restringido el acceso a tiendas virtuales de ningún Estado miembro.

### Los empresas piden menos regulación

El mundo digital de la UE parte de unas cifras contundentes: 315 millones de europeos utilizan Internet cada día y un mercado único digital podría generar hasta 415.000 millones de euros de crecimiento adicional y miles de puestos de trabajo.

En España, los distintos sectores han recibido entre el entusiasmo y el escepticismo el anuncio de la Comisión. Por ejemplo, los operadores de telecomunicaciones, a través de la asociación Etno, valoran que el plan reconoz-

**Competencia electrónica.** En su afán por hacer un mercado más competitivo donde las pequeñas y medianas empresas puedan operar, la Comisión investigará el sector del comercio electrónico en búsqueda de posibles prácticas anticompetitivas o de abuso de poder.

Además, en relación con los buscadores, aplicaciones y medios de comunicación, también se ha fijado como objetivo prioritario determinar y regular la relación entre las plataformas digitales y sus proveedores, y quiere controlar si la promoción de sus propios contenidos pone en desventaja a sus competidores. La Comisión Europea acusó el pasado mes al gi-

ca que el despliegue de redes y las inversiones serán una de las prioridades de Bruselas en el futuro, pero demanda ahora acciones concretas y rápidas. Por su parte, quince asociaciones de emprendedores de toda la UE, entre ellas la española Spain Startup, han firmado un manifiesto para que la Comisión utilice el nuevo paquete de medidas para la reducción de la carga normativa aunque eso suponga "tomar algunas decisiones difíciles" que perjudiquen a algún negocio existente.

Ametic, la patronal española del sector de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) pide "más velocidad" para que "todo lo que es posible en el mundo físico lo sea también en el mundo digital". / RAMÓN MUÑOZ

gante estadounidense Google de llevar a cabo prácticas anticompetitivas. Según el documento, Bruselas estudiará a partir de ahora fórmulas legales en Internet para evitar posibles abusos similares.

**Un 'copyright' europeo.** La hoja de ruta incluye también crear un *copyright* a nivel europeo para finales de 2015 y para ello facilitará la expedición de licencias de derechos. El objetivo es que los consumidores tengan más y mejor acceso a todos los contenidos generados en la UE y luchar contra la piratería.

**Un IVA unificado.** Este es probablemente uno de los puntos más delicados de la propuesta, porque atañe a un tema fiscal sobre el que existe mucha disparidad en la UE: el IVA. El objetivo es lograr armonizarlo para el comercio digital. La Comisión hace hincapié incluso en su intención de minimizar este IVA para impulsar que las pequeñas y medianas empresas entren en el comercio electrónico. La UE propone también simplificar la gestión de este impuesto a las empresas, reduciendo sus trámites administrativos.

**Intercambio de datos.** Bruselas quiere reforzar el intercambio de datos en el territorio digital comunitario, un asunto cuya directiva debería estar lista a finales de año. El tema es espinoso y ha recibido muchas críticas. Por eso la Comisión, en esta estrategia de mercado único digital, dice que se asegurará de que se respeta la privacidad con más *ciberseguridad* en la red. En la propuesta se incluye, además, la posibilidad de lanzar "una nube europea", es decir, un espacio digital europeo a través del que los usuarios puedan acceder a sus contenidos.

**Más digitalización.** Bruselas, más allá del comercio digital, quiere animar a otros sectores de la economía a entrar en el mundo digital, en especial la sanidad, la energía o el transporte. La Comisión considera a los tres sectores son "críticos" para dar alas al desarrollo digital de la UE.



Ander Mirambell, Ángel David Rodríguez, Melani Costa y David Casinos forman parte de la asociación

# DEPORTISTAS AGRADECIDOS AL FÚTBOL

## Los atletas de alto nivel, a favor del real decreto para el reparto televisivo

R. D.

MADRID- Nueve deportistas de alto nivel, representantes de una alternativa a la Asociación de Deportistas que presidía Cayetano Martínez de Irujo que aún se está gestando, se mostraron ayer favorables al real decreto que regula la venta de los derechos audiovisuales del fútbol. La nadadora Melani Costa, el piloto de Fórmula 1 Marc Gené, el taekwondista Nicolás García Hemme, el atleta paralímpico David Casinos, la jugadora de rugby Patricia García, la nadadora de sincronizada Alba Cabello, el piloto de skeleton Ander Mirambell, el tirador de esgrí-

**«LOS FUTBOLISTAS JAMÁS DESEARÍAN QUITARNOS ESE PORCENTAJE»**

ma retirado José Luis Abajo «Pirri» y el atleta Ángel David Rodríguez se han constituido en lo que denominan «junta gestora» destinada a formar una asociación que los represente.

Los nueve deportistas se mostraron muy agradecidos por el real decreto que regula el reparto de los derechos televisivos del fútbol en España. «Fija una ayuda histó-

rica a los deportistas de alto nivel», aseguran. El dinero destinado a los deportistas de élite servirá para incluirlos en la Seguridad Social, de la que ahora estaban excluidos. «Agradecemos el gesto del fútbol profesional, de sus jugadores, clubes y dirigentes, por un gesto solidario que engrandece aún más su categoría y prestigio mundial. Ya lo expresamos en las redes sociales de forma masiva y mayoritaria cuando se aprobó la histórica medida», agregan los deportistas. «Conocemos personalmente a muchos de los futbolistas de Primera y Segunda División y estamos seguros de que los futbolistas jamás desearían quitarnos ese porcentaje que tanto necesitamos», añaden. «Agradecemos al Gobierno su sensibilidad», concluyen.

Los futbolistas reclaman una porción del dinero que percibirán los clubes por los derechos audiovisuales y que ellos pretenden destinar a los futbolistas de las divisiones inferiores con el fin de integrarlos en el mercado laboral una vez que concluyan sus carreras deportivas. La preocupación de la Asociación de Futbolistas (AFE), que desde hace años tiene en marcha un proyecto para ayudar a los futbolistas en paro, es poder recuperar para el mundo laboral a jugadores que, en muchos casos, han abandonado los estudios por el deporte.

### HOY, REUNIÓN DE LA LIGA

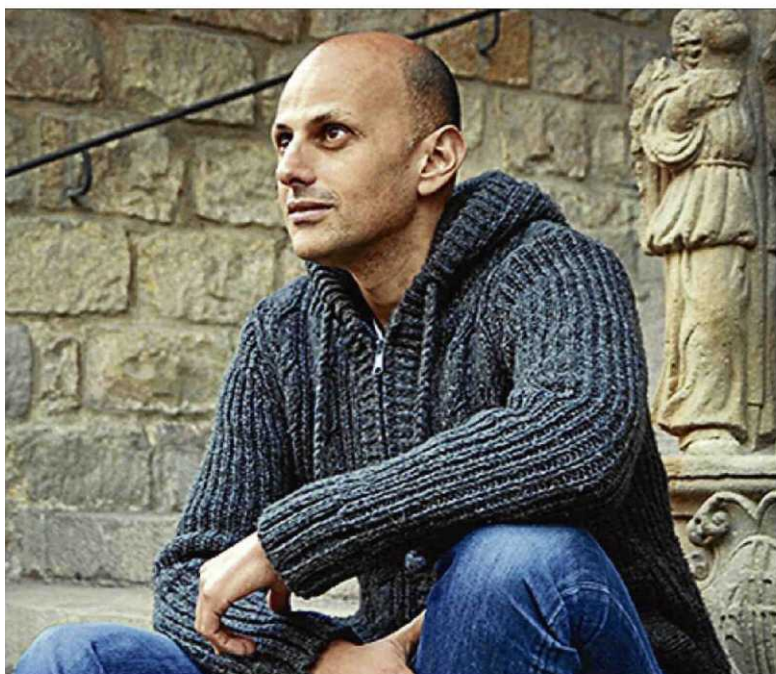
La Liga de Fútbol Profesional ha manifestado su oposición total a la negociación con el sindicato de jugadores y con la Federación al denunciar la convocatoria de huelga de las dos organizaciones. A pesar de todo, Javier Tebas ha manifestado su intención de invitar a Ángel María Villar a la asamblea de la Liga de Fútbol Profesional. Los clubes se reúnen a las once de la mañana para tratar la convocatoria de huelga de los jugadores. Luis Rubiales, el presidente de la AFE, ya ha asegurado su intención de llegar a un acuerdo con las partes firmantes del convenio,

la Liga y el Consejo Superior de Deportes. «Si no se disputan las dos últimas jornadas de Liga sería un fracaso», dicen en la AFE, convencidos de que lo mejor para todos es llegar a un acuerdo que dé paz al revuelto mundo del fútbol. El problema de fondo, sin embargo, es la convocatoria de la Federación, enfrentada con la Liga y con el Gobierno, y dispuesta a no enviar árbitros a los partidos. Los jugadores han convocado paros para las dos últimas jornadas de Liga, pero la Federación lo extiende a la final de Copa.



Conversa exprés

ENTREVISTA DE  
ALBERT SOLER



**RAFA BURGOS**

PERIODISTA I ESCRIPTOR

«Els poders financer i polític tenen connivència i es confonen»

**El periodista Rafa Burgos acaba de publicar «La casta», on rebla el clau de l'amiguisme i la corrupció després del seu exitós «Crema catalana», de la seva web lacomisso.cat i de les seves rutes guiades de la corrupció catalana**

■ **Qui mana en aquest país?**

■ Hi ha tres potes: els polítics, el poder financer i els ciutadans, que se suposa que també haurien de manar.

■ **Se suposa?**

■ Als ciutadans ens han fet creure que ja n'hi ha prou votant cada quatre anys, que així ja podem canviar les coses. Hem oblidat que no és així, que cal un constant treball de control i vigilància.

■ **I els poders financer i polític?**

■ El problema és que tenen una total connivència, gairebé es confonen. És el fenomen de «portes giratòries», passen d'un camp a l'altre amb total naturalitat.

■ **Tenint això en compte no el deu sorprendre que el Govern català es porti tan bé amb Abertis.**

■ [Riallada] Gens, el sorprenent seria el contrari. I s'hi porta tan bé, el govern de CiU, com s'hi va portar el del Tripartit, quan Nadal era conseller Abertis en no tenia cap queixa, al contrari. Darrere d'Abertis hi ha La Caixa, ja se sap.

■ **Hi ha molt poder, vol dir?**

■ No perquè sigui La Caixa. Però quan es permet que una entitat financera domini sectors que el ciutadà no pot triar (aigua, electricitat, etc.), aquesta està controlant el dia a dia de tothom. La casta ha existit

sempre, ja des de la República, encara que es fessin servir altres noms. Aquesta política vella s'ha d'arrencar de soca-rel.

■ **Els partits són corruptes?**

■ Dins dels partits hi ha gent honesta. Però molts prefereixen mirar cap a un altre costat perquè l'aparell del partit a l'hora de confeccionar les llistes castiga els discòls.

■ **Què té contra Esade i les escoles de negocis, que formen la gent que demà ens traurà de la crisi?**

■ Aquest demà que no arribarà [riu]. Són llocs que semblen immaculats, però d'això res. Són escoles conservadores, la majoria vinculades a l'Opus Dei, destinades a formar directius de multinacionals... i també poli-

**«Molts prefereixen mirar**

**cap a un altre costat: l'aparell**

**del partit a l'hora de confeccionar**

**les llistes castiga els discòls»**

tics. Sense els contactes d'Esade, Ur-dangarin no hauria pogut fer res.

■ **Política, periodisme, art, banca... treu draps bruts a tots els sectors. Encara vota?**

■ Sí, encara no és allò d'haver de votar amb el nas tapat. Pocs, però crec que encara hi ha partits honestos.

■ **Amb llibres com aquest deu fer-se amics arreu, no?**

■ Aquestes coses només es poden dir si tens tants diners que no t'has de preocupar de res... o si no tens res i per tant tampoc no t'has de preocupar. Aquest darrer és el meu cas.



# Mediaset, gran beneficiada per l'apagada de la TDT

Les cadenes en català no pesquen audiència de la reordenació del dial

ÀLEX GUTIÉRREZ  
BARCELONA

La setmana passada va fer un any que es va consumir l'apagada de la TDT, és a dir, la desaparició de nou canals en obert en virtut d'una decisió del Tribunal Suprem. Dotze mesos després, ja s'aprecien els efectes d'aquesta sentència, que suposen un reforçament de Mediaset, que, tot i que va perdre dos canals, ha millorat la seva quota. Si l'any anterior a l'apagada Mediaset va sumar un 29,3% de l'audiència, en l'any que ha passat des d'aleshores ha aconseguit elevar el seu *share* fins al 31,4% (amb el benefici afegit d'haver de suportar uns costos de producció i de transport del senyal més baixos).

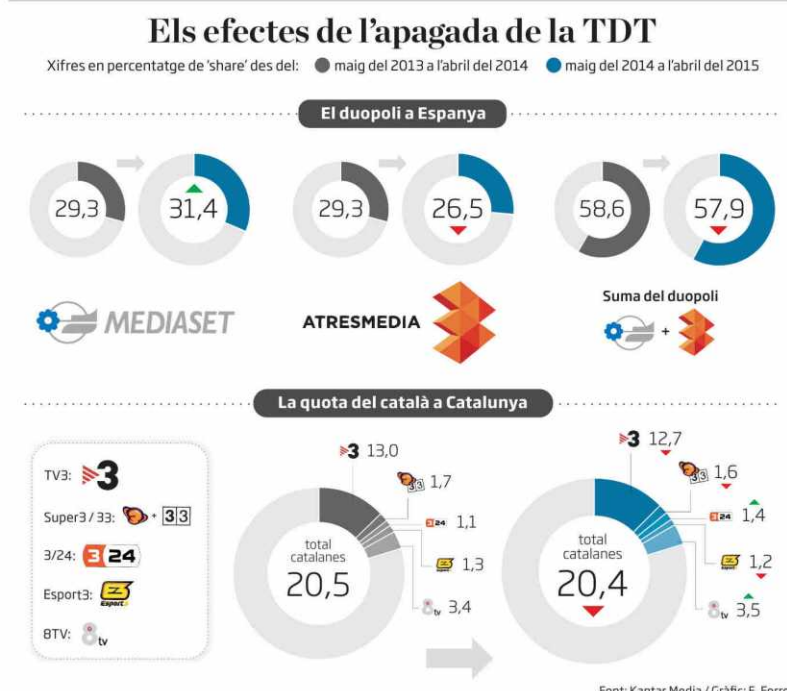
Atresmedia, en canvi, ha patit més. A diferència de Mediaset, que va tancar dues cadenes d'audiència residual com La 7 i La 9 –cap superava l'1% de quota–, la televisió del Grupo Planeta va haver de renunciar a tres canals, un més que el seu rival. I es tractava de canals més consolidats: Nitro (1,7%), La Sexta 3 (1,6%) i Xplora (1,7%). El resultat, un any després, és que el grup ha passat del 29,3% al

26,5%. El saldo és, però, només una mica negatiu per al duopoli, ja que del 58,6% de quota conjunta s'ha passat al 57,9%. La caiguda, per tant, és de només set dècimes, mentre que els cinc canals que es van haver de clausurar sumaven un 6,7% d'audiència.

Tot i aquestes xifres, els dos grans grups defensen que són els principals afectats pel tancament –al capdavant, van renunciar a cinc canals– i reclamen que el govern tingui present aquesta circumstància de cara a l'atorgament dels sis nous canals de TDT que hi ha plantejat. Tant Atresmedia com Mediaset opten als dos canals que permet el plec de clàusules.

Amb tot, sobre el duopoli pesa una altra amenaça, en forma de nova sentència del Suprem, que, segons fonts del sector, podria arribar aquesta setmana. Si arriba, hi ha vuit canals addicionals en joc. Si el tribunal segueix la mateixa lògica jurídica, els hauria d'anul·lar. En aquest cas, Mediaset seria la principal perjudicada, amb tres canals.

Pel que fa als primers canals, Telecinco ha pogut reforçar-se i passa del 13,7% al 14,8% en un any. En canvi, Antena 3 està estancada en el 13,5% que tenia fa un any. La 1, men-



## Amenaçat El Suprem pot dictaminar aquesta setmana el tancament de 8 canals més

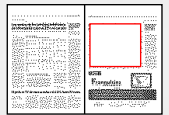
trestant, tampoc recull cap rèdit: cau del 10,1% de fa un any al 9,9% obtingut durant aquests dotze mesos.

El Suprem va anul·lar quatre llicències més, però en aquest cas les televisions van tancar abans o es van mudar al pagament. Cadenes com MTV i Intereconomia van ser algunes de les afectades.

En tot cas, malgrat que la desaparició dels canals esmentats alliberava uns set punts de *share*, l'audiència es va tornar a repartir no-

més entre els canals de llengua espanyola. En l'any anterior a l'execució de la sentència del Suprem, els canals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i 8TV tenien una quota conjunta del 20,5%. Un any més tard, tot i la desaparició d'oferta, no tan sols no han aconseguit sumar, sinó que perden una dècima. Així, la quota del català (sense comptar l'aportació residual de les televisions locals) ha sigut l'últim any del 20,4%.

Font: Kantar Media / Gràfic: E. Forroll



# Movistar TV permite recuperar los programas de los últimos siete días

Ofrece un nuevo servicio gratuito de grabación por defecto en su paquete "Total"

Antonio Lorenzo MADRID.

Telefónica España ha encontrado un nuevo argumento comercial para contratar su televisión de pago: Permite recuperar cualquier programa de televisión que se haya reproducido en los siete últimos días. Y además, lo hace sin necesidad de que el usuario tenga que programar grabaciones individuales. A grandes rasgos, la tecnología de la compañía de telecomunicaciones se encarga de almacenar por defecto la totalidad de su catálogo emitido en la última semana.

Por todo lo anterior, no habrá excusas para aquellos que se han perdido el espacio televisivo del que todos comentan en las tertulias en la oficina, en el bar o en las redes sociales. Según explican fuentes del operador, este mes de mayo se ha producido el lanzamiento de *Últimos 7 días*, un servicio por ahora limitado a los clientes de *Movistar TV Total*, así como de aquellos que disponen en sus televisores la aplicación *Movistar TV Ready*.

La mejora tecnológica "supone un paso más en la flexibilización del acceso a los contenidos adaptando-



Pantalla con el menú principal de Movistar TV. EE

los a la disponibilidad del usuarios", explica Telefónica para destacar las virtudes del dispositivo IPTV que utiliza la compañía. "*Últimos 7 días* cubre las necesidades de aquellas personas que tienen interés en una televisión más personal, a la

carta, que se ajuste a sus necesidades", indican las mismas fuentes.

Para redondear la jugada, el sistema también ofrece la posibilidad de ver desde el inicio cualquier programa en curso. De esa manera, poco importa llegar tarde a casa y des-

cubrir que el programa favorito ya está empezado. Esa prestación "permite a los espectadores disfrutar cómodamente de su tiempo de ocio y aprovechar su oferta de televisión con una experiencia de consumo audiovisual personalizada", añaden en la *teleco*.

## Cómo se utiliza

Existen tres sistemas para utilizar las nuevas prestaciones de *Movistar TV*: "Desde la miniguía, a través de las opciones, *ver programas an-*

Los usuarios podrán ver desde el inicio cualquier programa cuya emisión está en curso

teriores y *ver inicio*; desde la guía de programación ejecutando el botón *play* en cualquiera de los contenidos que se hayan emitido durante los últimos siete días; y a través del *Servicio de Grabaciones* presente en el menú de *Movistar TV*.

**Enric  
Sierra**

## Llei prehistòrica

**E**ls partits catalans estan validant el refrany que només recordem Santa Bàrbara quan trona amb el seu nou intent d'aprovar una llei electoral catalana que fa 35 anys, ni més ni menys, que s'espera al gran calaix de les promeses incomplertes. Quan falten quatre mesos per a les eleccions del 27-S, no sembla que hi hagi d'haver cap acord si ens atenim a l'habitual tacticisme amb què es mouen les formacions polítiques al nostre país.

Es necessària una llei electoral catalana per diverses raons. D'una banda, perquè en aquest assumpte Catalunya és a la cua a Espanya i Europa. I, d'altra banda, perquè la norma que s'aplica per elecció ha quedat antiquada i no respon a les demandes ciutadanes actuals de transparència, llibertat d'informació i expressió, pluralitat, obertura a nous nivells de participació i de possibilitats tecnològiques de votació, així com tampoc als models de contenció de la despesa electoral que ja s'apliquen en molts països amb què sempre ens comparem.

Cal reconèixer que sona bé la música que se sent en la negociació que duen a terme els partits sobre aquest tema. Però avui semblen més interessats en com quedarà la seva sigla a la foto final després de les eleccions que en com es pot modernitzar el procés electoral per fer-lo més atractiu i sense les anacròni-

### Curiosament, la llibertat d'informació i expressió està més vigilada i limitada durant la campanya electoral

ques cotilles que avui ens imposen, per exemple, en matèria informativa. En aquest sentit, fa enveja observar que al Regne Unit no hi hagi limitacions per fer sondejos electorals. Fins i tot n'hi va haver el mateix dia de la votació.

La restrictiva llei que tenim aquí encara ens tracta com si fóssim nens de pàrvuls que no tenen criteri i han de ser tutelats per evitar que els enganyi qual-sevol home del sac malvat. Aquí està prohibit publicar sondejos durant l'última setmana de la campanya electoral. I pobre del qui se li acudeixi manifestar-se o informar de l'activitat política la vigília del dia de la votació, perquè pot acabar assegut al banc dels acusats i jutjat penalment.

La campanya electoral és el moment més adequat per debatre i confrontar idees, i és quan els ciutadans busquen més informació i contrast entre les diferents propostes dels partits. Doncs bé, és durant aquests quinze dies quan els mitjans de comunicació estan vigilats i coartats en la seva llibertat d'informació per una llei prehistòrica i carca que aplica una espècie de tribunal inquisidor anomenat Junta Electoral. A aquest estament recorren en massa, deladors o xivatos, partits i particulars per abocar tota mena de denúncies que, sovint, demostren impotència, frustració i revenja.

I, mentrestant, les xarxes socials serveixen de via d'escapament a aquesta absurda limitació i deixen en evidència una llei que demana a crits una reforma més àmplia de la que els partits aborden.



ONLINE



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

**acceso**

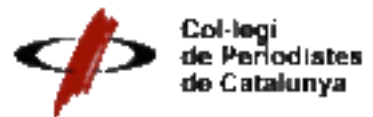
INTELLIGENCE TO SHINE



## Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
09/05/15	Reportajes sobre rutas de evasión y la fiesta de Moros y Cristianos ganan el Pica d'Estats / 20 Minutos	58	1
09/05/15	Un reportaje de rutas de evasión, premiado con la Pica d'Estats / Europa Press	59	1
09/05/15	El Camí dels Bons Homes i les rutes "Perseguits i salvats" entre els protagonistes del 26è premi Pica d'Estats / La Vanguardia	60	1
09/05/15	La sèrie de reportatges "Perseguits i salvats", de Catalunya Informació, Premi Internacional Pica d'Estats / Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	61	2
10/05/15	Per què els blocs electorals / Segre	63	1
11/05/15	Tony Lara guanya el 26è premi Pica d'Estats / El Periòdic d'Andorra	64	1

# Col·legi de Periodistes de Catalunya



## Reportajes sobre rutas de evasión y la fiesta de Moros y Cristianos ganan el Pica d'Estats

**Sábado, 9 de mayo de 2015**

Un reportaje del canal ruso Moia Planeta sobre la fiesta de Moros y Cristianos de Lleida y otro sobre los caminos de evasión de los judíos por el Pirineo, son algunos de los ganadores de los premios periodísticos Pica d'Estats de la Diputación de Lleida que la institución ha entregado este sábado a los ganadores. Un reportaje del canal ruso Moia Planeta sobre la fiesta de Moros y Cristianos de Lleida y otro sobre los caminos de evasión de los judíos por el Pirineo, son algunos de los ganadores de los premios periodísticos Pica d'Estats de la Diputación de Lleida que la institución ha entregado este sábado a los ganadores. El premio correspondiente al mejor trabajo de Televisión, dotado con 5.000 euros, ha sido para el reportaje 'Fiesta de Moros y Cristianos en Lleida' que emitió en junio del 2014 el canal de TV ruso Moia Planeta (Mi planeta) y ha sido recogido por sus autores los periodistas Irina Bazhanova y Fedor Belikovn. El premio al mejor trabajo de Radio, dotado con 5.000 euros, lo ha ganado Eloi Barrera, por una serie de cuatro reportajes sobre las rutas 'Perseguidos y salvados' emitidos durante el verano del 2014 por Catalunya Informació. El Pica d'Estats de prensa escrita de información general, dotado con 5.000, ha recaído en una serie de ocho artículos de opinión del periodista Josep Maria Casasús, publicados en la sección 'De Set en Set', del diario El Punt Avui sobre el Pirineo. El jurado ha reconocido como mejor trabajo de prensa especializada en viajes y turismo, dotado con 5.000 euros, el monográfico sobre la Val d'Aran publicado en noviembre del 2013 por la revista 'El Mundo de los Pirineos'. El premio al mejor trabajo de prensa internacional, dotado con 5.000 euros, ha sido para el reportaje 'Los caminos del hombre', publicado por el periodista argentino residente en México Marcos Ferro en la prestigiosa revista 'National Geographic Traveler Latinoamérica' en abril del 2014. En la categoría Medios de Comunicación de las tierras de Lleida, dotado con 5.000 euros, ha recaído en Jaume Barrull por el reportaje 'La tragedia del arte de la Seu Vella', publicado en el suplemento 'Lectura' del diario Segre en diciembre de 2013. El premio correspondiente al mejor reportaje fotográfico, de 5.000 euros, ha sido para el fotoperiodista Antoni Lara, por una serie de fotografías de la catedral de La Seu d'Urgell hechas durante el Instawalk por La Seu d'Urgell que tuvo lugar el 23 de marzo del 2014 y publicadas en Instagram. El premio correspondiente al mejor trabajo de Internet, dotado con 3.000 euros, ha sido para el reportaje 'Triatlón de Balaguer 2014', emitido por Balaguer TV, de Carla Vilaseca, Josep Blanch, Miguel Ángel Daviu, Santi Carles y Toni Simó. El jurado del Premio Pica d'Estats, presidido en esta edición por la decana del Colegio de Periodistas de Catalunya, Neus Bonet, eligió los trabajos ganadores el 14 de febrero entre 212 reportajes, entre ellos 33 de profesionales extranjeros de 17 países. El presidente de la Diputación, Joan Reñé, ha destacado que el premio pone en valor la riqueza del patrimonio cultural, arquitectónico, natural y la gente del territorio de Lleida.

## Un reportaje de rutas de evasión, premiado con la Pica d'Estats

**Sábado, 9 de mayo de 2015**

(EUROPA PRESS) - Un reportaje del canal ruso Moia Planeta sobre la fiesta de Moros y Cristianos de Lleida y otro sobre los caminos de evasión de los judíos por el Pirineo, son algunos de los ganadores de los premios periodísticos Pica d'Estats de la Diputación de Lleida que la institución ha entregado este sábado a los ganadores. El premio correspondiente al mejor trabajo de Televisión, dotado con 5.000 euros, ha sido para el reportaje 'Fiesta de Moros y Cristianos en Lleida' que emitió en junio del 2014 el canal de TV ruso Moia Planeta (Mi planeta) y ha sido recogido por sus autores los periodistas Irina Bazhanova y Fedor Belikovn. El premio al mejor trabajo de Radio, dotado con 5.000 euros, lo ha ganado Eloi Barrera, por una serie de cuatro reportajes sobre las rutas 'Perseguidos y salvados' emitidos durante el verano del 2014 por Catalunya Informació. El Pica d'Estats de prensa escrita de información general, dotado con 5.000, ha recaído en una serie de ocho artículos de opinión del periodista Josep Maria Casasús, publicados en la sección 'De Set en Set', del diario El Punt Avui sobre el Pirineo. El jurado ha reconocido como mejor trabajo de prensa especializada en viajes y turismo, dotado con 5.000 euros, el monográfico sobre la Val d'Aran publicado en noviembre del 2013 por la revista 'El Mundo de los Pirineos'. El premio al mejor trabajo de prensa internacional, dotado con 5.000 euros, ha sido para el reportaje 'Los caminos del hombre', publicado por el periodista argentino residente en México Marcos Ferro en la prestigiosa revista 'National Geographic Traveler Latinoamérica' en abril del 2014. En la categoría Medios de Comunicación de las tierras de Lleida, dotado con 5.000 euros, ha recaído en Jaume Barrull por el reportaje 'La tragedia del arte de la Seu Vella', publicado en el suplemento 'Lectura' del diario Segre en diciembre de 2013. El premio correspondiente al mejor reportaje fotográfico, de 5.000 euros, ha sido para el fotoperiodista Antoni Lara, por una serie de fotografías de la catedral de La Seu d'Urgell hechas durante el Instawalk por La Seu d'Urgell que tuvo lugar el 23 de marzo del 2014 y publicadas en Instagram. El premio correspondiente al mejor trabajo de Internet, dotado con 3.000 euros, ha sido para el reportaje 'Triatlón de Balaguer 2014', emitido por Balaguer TV, de Carla Vilaseca, Josep Blanch, Miguel Ángel Daviu, Santi Carles y Toni Simó. El jurado del Premio Pica d'Estats, presidido en esta edición por la decana del Colegio de Periodistas de Catalunya, Neus Bonet, eligió los trabajos ganadores el 14 de febrero entre 212 reportajes, entre ellos 33 de profesionales extranjeros de 17 países. El presidente de la Diputación, Joan Reñé, ha destacado que el premio pone en valor la riqueza del patrimonio cultural, arquitectónico, natural y la gente del territorio de Lleida.

## El Camí dels Bons Homes i les rutes "Perseguits i salvats" entre els protagonistes del 26è premi Pica d'Estats

**Sábado, 9 de mayo de 2015**

Aquest dissabte s'han lliurat els guardons que reconeixen els millors treballs de periodisme turístic sobre les comarques de Lleida. Cada una de les categories està premiada amb una dotació de 5.000 euros, excepte la d'Internet, amb 3.000. El premi corresponent al millor treball de Premsa escrita d'informació general ha estat per a una sèrie de 8 articles d'opinió del periodista Josep Maria Casasús, publicats a la secció "De Set en Set", del diari El Punt Avui. Pel que fa al millor treball de Premsa especialitzada en viatges i turisme ha estat per al monogràfic sobre la Val d'Aran publicat al novembre del 2013 per la revista El Mundo de los Pirineos. En la categoria de Premsa internacional el premi ha estat per al reportatge "Los caminos del hombre", publicat pel periodista argentí resident a Mèxic Marcos Ferro a la prestigiosa revista National Geographic Traveler Latinoamèrica l'abril del 2014. El reportatge "Festa de Moros i Cristians a Lleida" que va emetre el juny del 2014 el canal de TV rus Moià Planeta (en català, "El meu planeta") s'ha endut el Pica d'Estats 2015 al millor treball de Televisió. Els autors del reportatge són els periodistes Irina Bazhanova i Fedor Belikov. El premi corresponent al millor treball de Ràdio ha estat per a Eloi Barrera, per una sèrie de 4 reportatges sobre les rutes "Perseguits i salvats" emesos durant l'estiu del 2014 per Catalunya Informació. Pel que fa a la categoria de Mitjans de comunicació de les terres de Lleida, el guardó ha estat per a Jaume Barrull pel reportatge "La tragèdia de l'art de la Seu Vella", publicat al suplement "Lectura" del diari Segre al desembre del 2013. El premi per al millor Reportatge fotogràfic ha estat per al fotoperiodista Antoni Lara, per un conjunt de fotografies de la catedral de la Seu d'Urgell fetes durant l'Instawalk per la Seu d'Urgell que va tenir lloc el 23 de març de 2014 i publicades a Instagram. Finalment, el premi corresponent al millor treball d'Internet ha estat per al reportatge "Triatló de Balaguer 2014", emès per Balaguer TV. Els premiats són l'equip de Balaguer TV format per Carla Vilaseca i Vilarasau, Josep Blanch Codó, Miquel Àngel Daviu Llobera, Santi Carles Gomà i Toni Simó Pérez. El jurat del premi El jurat del Premi "Pica d'Estats" va ser presidit en aquesta edició per Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya. En van formar part com a vocals Santiago Costa, director de redacció del diari Segre; Josep Cuní, director del programa "8 al dia", de 8 TV; Lluís Foix, periodista i analista polític de La Vanguardia; Antonio Franco, assessor a la presidència del Grupo Zeta; Rafa Gimena, president a la demarcació de Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya; Eduard Navarro, director general de Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió; Mariano Palacín, president de la Federació Espanyola de Periodistes i Escriptors de Turisme; Mònica Terribas, directora d'"Els Matins de Catalunya Ràdio", i Jordi Blanch, actuant com a secretari, en qualitat de director del Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida.

## La sèrie de reportatges "Perseguits i salvats", de Catalunya Informació, Premi Internacional Pica d'Estats

**Sábado, 9 de mayo de 2015**

La sèrie de reportatges "Perseguits i salvats", emesa l'estiu passat a Catalunya Informació, ha guanyat la 26ena edició del Premi Turístic Internacional Pica d'Estats en la categoria de ràdio. El guardó, que atorga el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, reconeix aquells treballs periodístics que tractin algun aspecte de la realitat turística de les Terres de Lleida. És un dels guardons més ben dotats del periodisme a l'estat espanyol. En aquesta edició, el jurat ha reconegut el treball "Perseguits i salvats", una sèrie de 4 reportatges elaborats pel periodista de Catalunya Ràdio Eloi Barrera. El treball se centra en l'evasió de milers de ciutadans jueus que intentaven fugir de l'holocaust a través del Pirineu. Els reportatges aprofundeixen en aquest episodi històric, i expliquen també el projecte turístic que s'ha desenvolupat al voltant d'aquesta realitat desconeguda al Pirineu de Lleida: un conjunt de rutes i espais històrics que s'agrupen sota el nom de "Perseguits i salvats". Els reportatges, de 4 minuts cadascun, situen l'oient en el context històric en què es va viure la fugida dels jueus de la persecució nazi durant els anys 40 del segle XX. S'hi explica com funcionaven les xarxes d'evasió, i fins a quin punt va ser imprescindible la complicitat silenciosa de moltes persones anònimes del Pirineu. Per fer-ho, compta amb el testimoni de prestigiosos experts, com l'historiador Josep Calvet, el màxim coneixedor a l'estat espanyol d'aquesta matèria, o Josep Maria Solé i Sabaté, catedràtic d'Història Contemporània i director de l'Institut d'Estudis Ilerdencs. Historiadors i escriptors locals del Pallars o de la Vall d'Aran també aporten els seus coneixements per contribuir al relat radiofònic d'aquest colpidor episodi històric. Els quatre reportatges els podreu trobar en aquests enllaços: Capítol 1: "La fugida" Capítol 2: "Xarxes d'evasió" Capítol 3: "Salvadors del Pirineu" Capítol 4: "Rutes d'evasió pel Pirineu" L'autor Eloi Barrera i Doñate és corresponsal de Catalunya Ràdio al Pirineu Central des del maig de 2013. Abans havia estat productor de Programes i Informatius a la mateixa emissora, i redactor i locutor de l'emissora Catalunya Informació. Llicenciat en Comunicació Audiovisual per la Universitat Autònoma de Barcelona, va començar al món de la ràdio ja des d'adolescent. A banda de la seva trajectòria a Catalunya Ràdio, ha treballat com a productor, redactor i presentador a productores audiovisuals i va ser la veu corporativa del canal juvenil 3XL. El Premi El Premi Internacional Pica d'Estats arriba a la 26ena edició. L'atorga el Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida, i reconeix aquells treballs periodístics que versen sobre qualsevol dels atractius de les Terres de Lleida. El jurat el formen professionals de reconegut prestigi: en l'edició d'enguany la presidenta ha estat Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya. Com a vocals, Mònica Terribas, directora d'"El matí de Catalunya Ràdio"; Santiago Costa, director de redacció del diari "Segre"; Josep Cuní, director del programa "8 al dia" de 8tv; Lluís Foix, periodista i analista polític de "La Vanguardia"; Antonio Franco, assessor a la presidència del Grupo Zeta; Rafa Gimena, president a la demarcació de Lleida del Col·legi de

**Sáb, 9 de may de 2015 14:08**

**Audiencia:** 349.562

**Ranking:** 6

**VPE:** 2.748

**Página:** 2

**Tipología:** online

Periodistes de Catalunya; Eduard Navarro, director general de Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió; Mariano Palacín , president de la Federació Espanyola de Periodistes i Escriptors de Turisme, i actuant com a secretari el director del Patronat de Turisme, Jordi Blanch . [Catradio.cat/catinfo](http://Catradio.cat/catinfo) [Twitter.com/catinformacio](https://twitter.com/catinformacio)

## Per què els blocs electorals

### **Domingo, 10 de mayo de 2015**

Blog: [www.miquelpueyo.cat](http://www.miquelpueyo.cat) · Twitter: @MiquelPueyo Ja som un altre cop en campanya. Dilluns passat, en el simposi sobre llibertat de premsa organitzat pel Col·legi de Periodistes a la Universitat de Lleida, discutíem sobre els diversos obstacles que s'oposen a la llibertat d'expressió. Carles Prats, editor del TN Migdia, va criticar un cop més la imposició a Espanya, des del 1982, de la cotilla dels blocs electorals. Com sabeu, des d'aquell any, la legislació electoral determina que, durant la campanya, els mitjans de comunicació públics informin dels partits en funció dels resultats obtinguts a les últimes eleccions, i no de l'interès informatiu o de la realitat del que estigui realment passant. El sistema imposa un minutatge estricte que privilegia els partits més votats -de fet, respon a un pacte entre aquests-, prohibeix als professionals aplicar criteris periodístics i allunya, encara més, la ciutadania del funcionament d'un sistema polític que es percep com a immobiliista i parcial. Els professionals dels mitjans públics catalans i el Col·legi de Periodistes de Catalunya han estat els més actius, a l'Estat espanyol, contra la imposició dels blocs electorals, han exhaurit totes les instàncies jurisdiccionals espanyoles i finalment han decidit presentar una demanda al Tribunal Europeu de Drets Humans d'Estrasburg contra aquesta pràctica caciquista que a Europa només aplica -en una més de les seues singularitats immobiliistes- el sistema polític espanyol. En la meua opinió, la utilitat dels blocs electorals, des del punt de vista dels interessos dels partits majoritaris que n'han imposat l'aplicació, no és tant aconseguir que aquells que controlen el sistema incrementin espectacularment els seus vots, sinó amagar l'existència d'opcions alternatives i reforçar la desmobilització de l'electorat i/o la convicció, per part d'amplis sectors socials i d'edat, que no és possible introduir canvis significatius en el sistema. O sia, escenificar una batalla simbòlica -una mena de moros i cristians en termes partidistes i publicitaris- que impedeixi una confrontació política real i garanteixi que l'oscil·lació dels resultats no comprometrà la continuïtat d'un règim d'oligopoli polític amb una vocació profundament immobiliista.



## Tony Lara guanya el 26è premi Pica dEstats

Lunes, 11 de mayo de 2015

El fotògraf d'EL PERIÒDIC D'ANDORRA, Tony Lara, ha guanyat el 26è premi Internacional Pica dEstats en la categoria de millor reportatge fotogràfic. El fotoperiodista andorrà ha estat guardonat per un reportatge sobre la catedral de la Seu d'Urgell que el jurat va triar per unanimitat. Lara va escollir el monument urgellenc « perquè sempre que hi vas hi trobes alguna cosa nova, alguna cosa diferent que t'impulsa a fer fotos. Els claustres et permeten aturar-te, mirar en 360 graus, observar els detalls », ha explicat. El

fotògraf va publicar el reportatge a través d'Instagram, fet que el jurat ha valorat com a una interessant combinació de fotoperiodisme i difusió a través de nous canals com són les xarxes socials. « Instagram i les xarxes en general simplement són noves formes de comunicar una feina, una foto, que ha de tenir la mateixa qualitat que si es publicués en paper », va declarar Lara dissabte, dia en què va recollir el premi.

Per al fotògraf, un dels « al·licients » del Pica dEstats és el prestigi « del jurat, format per gent del gremi ». En aquesta edició, el jurat l'ha presidit Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, i n'han format part Santiago Costa; Josep Cuní; Lluís Foix; Antonio Franco; Rafa Gimena; Eduard Navarro; Mariano Palacín; Mònica Terribas, i Jordi Blanch. El fotoperiodista, que treballa des de fa quinze anys a EL

PERIÒDIC, confessa que « no acostumo a presentar-me a premis perquè penso que és molt difícil mesurar els gustos del jurat », però admet que « tot esforç acaba tenint la seva recompensa ». De fet, Lara també ha guanyat un accèssit del premi Pirene de periodisme interpirinenc pel reportatge Un país dactors, publicat a la revista Portella, de la qual n'és col·laborador, i ha obtingut un accèssit del premi de divulgació científica del cartell del Cercle de les Arts i de les Lletres, juntament amb Roser Porta, pel treball Andorra literària / Rutes de novel·la.

Lara considera que « la fotografia és un art que molta gent se sent capaç de fer » i lamenta « la brutal ingesta d'imatges que consumim cada dia. Hi ha molta foto clínic. Penges imatges a la xarxa que els espectadors i, fins i tot l'autor, obliden al moment ». En canvi, el fotògraf reconeix que « hem passat del tot shi val a educar la vista. La gent es va adonant que no és tan fàcil, que no n'hi ha prou amb la tècnica, la càmera i els filtres, sinó que cal una mirada darrere de l'objectiu. A les xarxes socials es veuen imatges molt bones ».

Alguns dels referents de Lara són Vivian Maier, Josef Koudelka, Robert Frank i Alex Webb i clàssics com Doisneau i Cartier-Bresson. Els premis Pica

dEstats estan dotats per la Diputació de Lleida i inclouen vuit categories.