



18/05/2015

RECU LL DE PREMSA CAP DE SETMANA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

64



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/05/15	LA IL·LUSTRADORA MARIKA VILA EXPOSA «VEU DE DONA TRENCANT ESTEREOTIPS» A GIRONA / DIARI DE GIRONA	7	1
17/05/15	BLOCS ELECTORALS, UNA LLAUNA DE BANALITATS PERFECTAMENT MINUTADA / ARA (ARA DIUMENGE)	8	1
18/05/15	ERC ES PROCLAMA VENCEDORA EN EL CONCURS DISTÈS DEL JOC DELS CANDIDATS / REGIO 7	9	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/05/15	LA FISCALÍA SE QUERELLA CONTRA JESÚS CACHO POR CUESTIONAR A JUECES / ABC (EDICION NACIONAL)	11	1
16/05/15	LAS 'TELECOS' TOMAN EL MANDO DE LA TELEVISIÓN / EXPANSION (FIN DE SEMANA)	12	2
16/05/15	FOTÒGRAFA DE LA TRANSICIÓ / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	14	1
16/05/15	DOS PERIODISTES CATALANS A DACHAU, PER FRANCESC VILANOVA / ARA	15	1
16/05/15	Isabel Gemio: «NO SE VALORAN LA EXPERIENCIA Y EL TALENTO» / LA RAZON	16	1
16/05/15	L'ESTRANYA MORT D'OSSAMA BIN LADEN / DIARI DE GIRONA	17	1
16/05/15	BUENOS TIEMPOS PARA INVERTIR EN PUBLICIDAD, POR JAIME LÓPEZ-FRANCOS / CINCO DIAS	18	1
16/05/15	¿PERIODISMO? NO, LITERATURA / ABC (EDICION CATALUÑA)	19	1
16/05/15	UN ENFRONTAMENT ENTRE REDACCIÓ I EMPRESA DEIXA 'LE MONDE' SENSE DIRECTOR / ARA	20	1
16/05/15	L'ARA rep el premi GoliAD a la millor iniciativa en premsa / ARA	21	1
16/05/15	EL CAC DÓNA UN TOC D'ATENCIÓ A 'LA TRIBU' / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	22	1
16/05/15	CRÍTICAS A LA FOX POR CENSURAR LOS PECHOS DE UNA OBRA DE PICASSO / LA RAZON	23	1
16/05/15	EL PRESIDENT DEL CAC PROPOSA GARANTIR EL FINANÇAMENT DELS CANALS PÚBLICS AMB GRANS COPRODUCCIONS EUROPEES / ARA	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/05/15	NETFLIX NEGOCIA SU DESEMBARCO EN CHINA CON WASU Y BESTV / EL PAIS (ED. NACIONAL)	25	1
16/05/15	LIBERTAD DE INFORMACIÓN EN VENEZUELA / ABC (EDICION CATALUÑA)	26	2
17/05/15	COMPARTIR NOTICIAS EN LA ERA DEL MÓVIL / EL PAIS (ED. NACIONAL)	28	2
17/05/15	EL MISTERIO DE TINA MADOTTI / EL PAIS SEMANAL	30	5
17/05/15	FESTIVAL FOTOGRAFIA DOCUMENTAL BARCELONA / EL PERIODICO CAT(ED. CAT) DOMINICAL	35	4
17/05/15	ENTREVISTA A SERGI VICENTE, DIRECTOR DE BARCELONA TV: "LA GRAELLA TÉ ELS DIES COMPTATS" / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	39	1
17/05/15	15 ANYS D'UN NOU MODEL DE RÀDIO / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	40	2
17/05/15	BIN LADEN, EL CADÀVER INCÒMODE / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	42	2
17/05/15	'POLITICO' S'EXPORTA A EUROPA / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	44	2
17/05/15	LA BARCELONA DE LUJÁN / EL PUNT AVUI	46	1
17/05/15	LA GRAN REVISTA, ENCARA per EL DEFENSOR DEL LECTOR Pep Collelldemont / EL PUNT AVUI	47	1
17/05/15	EL VIEJO SABUESO DEL PERIODISMO DESPIERTA SUSPICACIAS / EL PAIS (IDEAS)	48	2
17/05/15	LOS LECTORES Y EL NUEVO DISEÑO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	50	1
17/05/15	AUDIÈNCIES BONA ESTRENA DE 'DÉU N'HI DRON' A 8TV / ARA	51	1
17/05/15	PRIMERA LÍNEA' CELEBRA ELS 30 ANYS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	52	1
18/05/15	KATIE J. STANTON: «LOS POLÍTICOS ESPAÑOLES SON PIONEROS EN TWITTER» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	53	1
18/05/15	Les fotografes amb què Tanya Habjouqa va guanyar el World Press Photo del 2014 s'exposen al Palau Robert. / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	54	1
18/05/15	EL GRAN GERMÀ NICARAGÜENC / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	55	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
18/05/15	EUROVISIÓ AMB EFECTE CONCHITA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	56	2
18/05/15	EL PERIODISTA INCÒMODE DE TVE / EL PUNT AVUI (GIRONA)	58	1
18/05/15	SALVAR LA RÀDIO DES D'INTERNET / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	59	1
18/05/15	MONTSERRAT CASALS, PERIODISTA Y ESTUDIOSA DE RODOREDA Y SALES / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	60	1
18/05/15	PRISA REALIZARÁ UN 'CONTRASPLIT' EL VIERNES Y AGRUPARÁ 30 ACCIONES EN UNA / EXPANSION	61	1
18/05/15	LUJÁN I ELS TRAMVIES / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	62	1
18/05/15	MOR MONTSERRAT CASALS, PERIODISTA I BIÒGRAFA DE MERCÈ RODOREDA / ARA	63	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





MARC MARTI

ART

La il·lustradora Marika Vila exposa «Veu de dona trencant estereotips» a Girona

GIRONA | DdG

■ La il·lustradora Marika Vila va presentar l'exposició *Veu de dona trencant estereotips* ahir a la seu de la demarcació de Girona del Col·legi de Periodistes. A l'acte hi va participar el president del col·legi a Girona, Joan Ventura, i Marta Madrenas, tinenta d'alcalde de l'Ajuntament de Girona. L'exposició ofereix una mirada cronològica sobre diversos treballs de l'autora, amb al trencament de tòpics com a presència constant. El discurs de l'exposició versa al voltant dels espais femenins i de les seves veus en un món del còmic que molt sovint s'adreça específicament a un públic masculí.



16__ARADIUMENGE__17.05.2015

CARRETERES SECUNDÀRIES
BRU ROVIRA**BLOCS ELECTORALS,
UNA LLAUNA DE BANALITATS
PERFECTAMENT MINUTADA**

LA TENDÈNCIA DELS PARTITS POLÍTICS A PREFERIR EL CONTROL AL DEBAT, el discurs set a l'argument, la menjada de coco a la paraula enraonada, la propaganda a la informació és una de les digressions suïcides més xocants i enutjoses de la nostra democràcia. També és un insult a la ciutadania, com si tots plegats fóssim una colla de talossos i el nostre vot es pogués aconseguir amb els mateixos criteris amb què es col·loca al mercat un detergent de roba o un xampú contra la caspa.

Amb l'actual campanya per a les eleccions municipals en un any en què hi pot haver fins a cinc cites electorals, tornen els anodins blocs electorals dins dels espais informatius dels mitjans de comunicació. I per imposició de la Junta Electoral i l'acord dels partits polítics que la pressionen, els periodistes s'han de doblegar una vegada més a una informació en què el criteri principal és el cronòmetre i l'ordre que es dedica a cada partit, encara que sigui per dir-nos més o menys el següent: "Senyores i senyors, tot això de què els acabem de parlar és un gran artífici. Pura manipulació. Sàpiguen, soferts espectadors, que si esperaven aprofitar les eleccions per informar-se, valorar arguments, conèixer, potser, els candidats i el que s'amaga darrere de les aparences, il·lusionar-se i trempar amb el debat públic, la campanya electoral que els estem oferint, a més a més de ser avorridíssima -una veritable llauna-, ha sigut empaquetada i minutada sense tenir en compte els criteris informatius i professionals més elementals".

Hi ha cadenes, com és el cas de TV3, que almenys tenen la gosadia de prevenir l'espectador i t'expliquen que tot el que acabes de veure i sentir sobre la campanya electoral és una imposició, de manera que les "informacions" no van signades pels periodistes. Altres cadenes, com TVE, tenen la plantilla professional tan collada i atemorida que ni tan sols s'atreixen a obrir la boca i la cicut mediàtica te l'has d'empassar com si fos un café amb llet, *very relaxing*. Sigui com sigui, però, el cas és que, justament quan s'acosten les eleccions i les campanyes electorals haurien de servir per donar a la política el protagonisme que mereix un sistema de representació on el vot del ciutadà hauria de determinar els assumptes públics, precisament aleshores, el debat polític és reduït a una molèstia, un parèntesi amb apareença d'informació empaquetat amb l'etiqueta de "perill, si t'ho creus és per què ets un soca".

Amb molt bon criteri i amb la total indiferència dels poders polítics i judicials, el Col·legi de Periodistes de Catalunya fa anys, gairebé una dècada, que lluita per alliberar-se d'aquesta llosa antidemocràtica i, després de fracassar als tribunals espanyols, que prefe-

reixen seguir les directrius consensuades pels partits polítics, ha decidit portar el tema dels blocs electorals al Tribunal d'Estrasburg. Pel que fa a la propaganda electoral, no seria un problema deixar que els anuncis dels partits en els espais publicitaris obligatoris es dediquessin a tocar el violí. La publicitat no enganya ningú: és exactament el que sembla. El que no encaixa amb la llibertat d'informar i la independència del periodisme és que la Junta Electoral obligui que els espais informatius segueixin els mateixos criteris que s'apliquen amb la propaganda.

Segons aquesta manera d'entendre la informació política, els partits no tenen cap necessitat de passar comptes, ni de dir res interessant. Només cal sortir una estona a fer-se veure i calcular bé la frase que diràs en el moment en què t'està filmant una càmera de te-

**Precisament
quan
s'acosten
les
eleccions
el debat
polític és
reduït a una
molèstia**

visió. Si es dona el cas, per exemple, que un candidat d'un partit majoritari ajuda a cuinar una paella d'arròs mirant de seduir els menjadors d'arròs durant la campanya -cosa que a la majoria dels mortals ens és força indiferent-, només pel fet de ser del partit majoritari, tindrà una informació més extensa i prioritària que, posem per cas, la cobertura que es donarà a un candidat d'un partit petit que s'abraona sobre un gos durant un míting i li clava una queixalada, fet notabilíssim que en tots els manuals de periodisme es dona com a exemple de notícia de portada, però que la Junta Electoral és incapaç de valorar.

Aquesta nova manera comptable d'entendre les coses que interessen de la política segons els vots que tinguin els partits ha fomentat també un periodisme electoral cada vegada més mesell, que, probablement, té a les seves arrels l'agraïment i la servitud que molts periodistes han de demostrar al poder que els ha atorgat càrrec i cadira. Sense oblidar, esclar, el pànic que hi ha dins de la professió a pensar per un mateix, un fet que cada vegada es demostra més incompatible amb la continuïtat laboral. No deixa de ser un tema de reflexió constatar que els partits polítics parlin de regenerar la política al mateix temps que es barallen per convertir-la en un avorriments immenjaible. Una llauana d'anècdotes, banalitats i frases buides. Això sí, perfectament minutades. ■



Es treballadors de TV3 -a la imatge, la sala de regidors de la cadena- almenys avisen els telespectadors que han de complir per llei la imposició de la Junta Electoral dels blocs electorals.

JORDI PIZARRO



EL DIA DE RELAX ■ El Joc dels Candidats va servir per aparcar un dia les promeses electorals i veure el rostre simpàtic dels que qui aspiren a governar Manresa

ERC es proclama vencedora en el concurs distès del Joc dels Candidats

Els participants es van enfrontar a preguntes sobre coneixement de la ciutat i proves d'habilitat en l'equador de la campanya

ABEL GALLARDO SOTO | MANRESA

■ Pere Culell, el cap de llista d'ERC, en va ser proclamat el guanyador. Va seure a la gran cadira del vencedor. Com si l'estiguessin proclamant... ja no alcalde, sinó rei, i això que ell és republicà. De fons sonava la banda sonora de *Juego de Tronos* per donar més solemnitat a la seva victòria al Joc dels Candidats. Somreia gairebé com si l'estiguessin investint alcalde. Gairebé tots els partits polítics van participar en aquest concurs distès, que es va celebrar ahir al pati del Kursal, i que tenia com a objectiu crear un to cordial i simpàtic entre els caps de llista enmig de la lluita electoral. El Col·legi de Periodistes i El Galliner van decidir tornar a organitzar l'acte després de vuit anys de no celebrar-se.

Però per molt concurs distès, al cap i a la fi són polítics, i Pere Culell no va poder evitar que el seu primer comentari, un cop va acabar el Joc dels Candidats, fos políticament correcte. «Ha estat una feina d'equip», va emfatitzar. Els diferents grups no només havien de demostrar els seus coneixements sobre la ciutat que volen governar. També havien de fer lluir tot tipus d'habilitats. Diferents participants que integren les llistes, i per tant aspiren a ser regidors, van participar en el joc clàssic de la cadira. Va ser molt disputat. Van fer una gran demostració d'agilitat per

veure qui anhela més la cadira. Dels nou participants que anaven giravoltant, al final només van sobreviure Jordi Borràs, de Millor Manresa, i l'actual regidora de Serveis Socials i Sanitat, Mercè Rosich. Finalment Borràs va vèncer en aquesta prova pels pèls.

Membres de diferents partits també havien de construir amb pals de fusta algun edifici emblemàtic de la capital bagencina. El públic es mirava encuriós cada una de les creacions. Certament, feia falta certa imaginació per endevinar els edificis en què s'havien inspirat. El més pràctic va ser el PSC, que amb un simple rectangle (amb una fusta sobre l'altra) deia haver reconstruït l'edifici dels jutjats. «Esperem veure altres edificacions que quan estiguin a l'ajuntament i tinguin pressupost per fer-los», ironitzava el presentador del concurs, el polifacètic comunicador Xavier Serrano.

En el Joc dels Candidats no hi van ser tots els partits. Ciutadans va declinar la invitació i el cap de llista de CiU, i actual alcalde de la ciutat, Valentí Junyent, tampoc va ser-hi present. De fet, l'alcalde va penjar a Twitter una fotografia de l'acte dient que s'havia celebrat al Casino, quan en realitat es va fer al pati del Kursal. Al final, tots els participants es van endur un obsequi. Un acte per carregar les piles i tornar a fer campanya.



El republicà Pere Culell a la cadira del tron del vencedor acompanyat dels participants en el concurs



Joc de les cadires i construcció amb pals de fusta



Candidats responen les preguntes a les pissarres

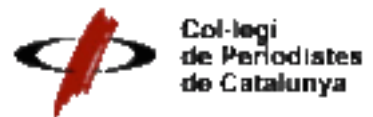
Els membres del govern desconeixen quant costa el bitllet senzill de bus

A. G. S. | MANRESA

■ Força gent del públic devia pensar ahir en un dels moments gloriosos de l'expresident del govern espanyol José Luis Rodríguez Zapatero. Aquell en què va fallar a la televisió la pregunta de quant costa un cafè. El *déjà vu* va arribar quan Xavier Serrano va començar a disparar preguntes sobre coneixement de la ciutat. «Quin és el preu del bitllet senzill de bus urbà a Manresa?». Els integrants del grup de CiU van fallar la resposta. Tampoc la va encertar Plataforma per Catalunya ni la CUP. Només PSC, ERC, PP, Democràcia Municipal i Millor Manresa van respondre correctament, 2,15 euros. A més, tots els partits tindran

problemes el dia que decideixin donar ajuts a les guarderies públiques de la ciutat. Abans s'hauran d'estudiar quantes n'hi ha i quines són. Cap formació política va saber respondre la pregunta: «anomena quines són les llars d'infants municipals». Eren dues qüestions que, a més, tenen a veure amb aspectes que s'han aprovat al ple.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ



El ministro de Justicia, Rafael Catalá, en primer término, junto con la fiscal general, Consuelo Madrigal JAIME GARCÍA

La Fiscalía se querrela contra Jesús Cacho por cuestionar a jueces

► La citación del director de «Vozpópuli» en los juzgados coincide con el debate de Catalá sobre los límites a la prensa

S. E.
MADRID

La Fiscalía ha presentado una querrela contra el director del diario digital «Vozpópuli», Jesús Cacho, por un artículo en el que denunciaba «sospechas de corrupción judicial» en la Audiencia Provincial de Albacete. Lo hacía a propósito de los pleitos que enfrentan a la familia Gutiérrez-Maturana por el control de su fortuna.

Cacho cuestionaba que durante dos décadas esté ganando los pleitos familiares siempre la misma parte, lo que ha llevado al Ministerio Público a emprender acciones legales contra él. Se da la circunstancia de que la citación del periodista en los juzgados con motivo de esta querrela, el próximo lunes, coincide en el tiempo con el debate que hace apenas dos semanas abrió el ministro de Justicia, Rafael Catalá, sobre los límites a la libertad de expresión de los medios de comunicación.

Tras la publicación del artículo, el pasado septiembre, el magistrado de la Audiencia de Albacete Juan Manuel Sánchez Purificación presentó una denuncia contra Cacho, por la que tuvo que prestar declaración en los juzgados de Albacete el 17 de marzo.

Pero al margen de la iniciativa del juez, el presidente del Tribunal Superior de Justicia de Castilla-La Mancha cursó escrito al fiscal superior de esa comunidad –que a su vez se inhibió en la Fiscalía Provincial de Madrid– instando la adopción de medidas penales contra el autor del artículo por parte del Ministerio Público. Esto se tradujo en la querrela contra el periodista que firma de su puño y letra el fiscal jefe provincial de Madrid, José Javier Polo, y por la que tendrá que prestar declaración el lunes.

«Inaudito» en la UE

Cacho denunciaba ayer en el editorial del diario digital que el hecho de que la Fiscalía se querrela contra un medio de comunicación «por criticar los vicios y anomalías existentes en el funcionamiento de nuestra administración de Justicia resultaría inaudito en cualquier país miembro de la Unión Europea con quienes tan a menudo nos comparamos». A su juicio, «viene a ser la prueba del nueve del estado de

El Supremo revoca una de las sentencias controvertidas

Precisamente el jueves se hizo pública una sentencia del Tribunal Supremo que revoca uno de los fallos de la Audiencia de Albacete cuestionados por Cacho sobre el pleito de la familia Gutiérrez-Maturana.

El Alto Tribunal ha estimado el recurso interpuesto por Bárbara Gutiérrez Maturana, viuda del marqués de Paul, contra la sentencia de la Audiencia Provincial de Albacete, de 11 de junio de 2013, que le obligaba a abandonar la casa palacio de la finca Los Llanos, tras anular una escritura pública.

El Supremo permite a la viuda volver a la finca, lo que, después de un peregrinaje favorable hasta el momento, ha supuesto un golpe para Carlos Gutiérrez Maturana Larios y Altuna, hijo de un anterior matrimonio del marqués.

Rápida reacción

Un artículo de opinión puso en marcha toda la maquinaria judicial contra el periodista, en Castilla-la Mancha y en Madrid

Secreto profesional

El juez denunciante cuestionó el secreto profesional del periodista y que hubiera recibido dinero

postración de la Justicia y del grave momento por el que atraviesan algunas libertades públicas en España, tal que la libertad de transmitir información». Para el periodista «no es casualidad» que Catalá se mostrara partidario hace unos días de imponer sanciones a los medios que publiquen informaciones referidas a sumarios judiciales en curso. «Esa casualidad demuestra que realmente las libertades informativas, piedra angular sobre la que descansa cualquier democracia que se precie, incluso en esta pobre democracia enferma nuestra, están en serio peligro», sostenía ayer.

El periodista denuncia la línea argumental que utilizó en la declaración de Cacho en Albacete el juez Purificación, al negar, dice Cacho, «la existencia de ese derecho recogido en nuestra Constitución que tiene cualquier periodista en el ejercicio de sus labores informativas a mantener el secreto de sus fuentes». Asegura, además, que el juez Purificación llegó a preguntarle si había recibido dinero por escribir el artículo en cuestión e incluso a reclamar los movimientos de la cuenta bancaria de Cacho para comprobar si efectivamente figuraba en ella algún tipo de ingreso recibido como contraprestación por la publicación del artículo. «Que la Fiscalía se querrela contra un medio por criticar los vicios de nuestra Administración de Justicia resultaría inaudito en cualquier país miembro de la UE», señala.

Ataque a la libertad de prensa

Como ya informó ABC, la propuesta del ministro Catalá de poner límites a la libertad de expresión –inmediatamente contestada por el Gobierno, para negarlo– fue duramente contestada por la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), que consideran este debate un «ataque inadmisiblemente» a la libertad de prensa. El artículo 20 de la Constitución consagra el derecho a la información, que debe estar, dijo entonces AEDE, «por encima de intereses particulares o de Gobierno».

Desde la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), su presidenta, Elsa González, dejó claro que siempre debe primar el derecho a recibir una información veraz. La Asociación de la Prensa de Madrid (APM), por su parte, considera que no «no puede limitarse el derecho constitucional a la información veraz y de interés público, sea cual sea la misma».



REORGANIZACION DEL SECTOR



Los derechos de emisión del fútbol se han consolidado como un activo de enorme valor para los operadores de televisión de pago.

Las 'telecos' toman el mando de la televisión

La compra de Canal+ coloca a Telefónica como el principal operador de TV de pago de España y obliga a sus rivales a mover ficha en un mercado que se disputan 'telecos' y grupos de Internet.

J. Montalvo, Madrid

La televisión de pago se ha convertido en el nuevo campo de batalla de las operadoras de telecomunicaciones, los gigantes estadounidenses de Internet y los grupos audiovisuales. Para todos ellos, los contenidos representan además de un negocio para explotar, la mejor tarjeta de presentación para sus clientes.

Para las telecos, la televisión de pago es el principal argumento de fidelización de clientes y las permite aumentar sus ingresos por abonado y justificar la enorme inversión que están destinando al despliegue de fibra hasta el hogar, una tecnología que multiplica la capacidad de transmisión de datos y, por tanto, las posibilidades de servicios más sofisticados para los abonados.

La aprobación de la compra de Canal+ a Prisa por parte de Telefónica convertirá al operador histórico de telecomunicaciones en el gran dominador

MERCADO DE TV DE PAGO

Datos a 31 de diciembre de 2014.

■ Miles de accesos, en número.
■ Ingresos (cuarto trimestre de 2014), en millones de euros.



Fuente: CNMC

del mercado de la TV de pago en España. Con los datos de la propia Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC), el regulador que el pasado miércoles dio luz

verde a la operación, la suma de Telefónica y de Canal+, acumulaba, a finales del año, el 70,7% de los clientes de la televisión de pago en España y el 85% de los ingresos.

BANDA ANCHA

Cuota de mercado. Miles de clientes.



Expansión

Esta cifra obedece, sobre todo, al rápido crecimiento que ha tenido el parque de clientes de televisión de Telefónica, que en el último ejercicio aumentó exponencial-

mente. A finales del pasado año contaba con 1,88 millones de abonados, aunque en estos momentos superan ya los dos millones. Por el contrario, el parque de clientes de Ca-

nal+ se ha ido reduciendo paulatinamente, aunque a finales de 2014 aún mantenía 1,69 millones.

Dominio de mercado

Sin embargo, el mayor coste de los servicios de Canal+, que mantiene el mejor parque de clientes de TV de pago en España, permite a esta compañía acumular el 63% de los ingresos, según los datos de la CNMC del cuarto trimestre de 2014. Sumados al 22% que aporta Telefónica, la nueva entidad dispondrá del 85% de los ingresos totales del sector.

Una posición similar en el negocio televisivo quiere alcanzar Vodafone con la reciente compra de Ono por más de 7.000 millones de euros. Además de acceder a una amplia red de fibra óptica y multiplicar su base de abonados, el grupo británico controla ahora un potente sistema de televisión de pago, basado en la tecnología de la plataforma estadounidense TiVo. Para completar el salto,



Las operadoras de telecomunicaciones necesitan televisión para captar y fidelizar a sus clientes

Google, Amazon y Netflix se han convertido ya en los nuevos rivales a batir en televisión

Vodafone confía en tener acceso a parte de los contenidos que está adquiriendo Telefónica, y que tendrá que ceder a sus rivales para cumplir con las condiciones de la CNMC a la compra de Canal+.

El 'efecto Netflix'

La mayor competencia para estos grupos no vendrá, sin embargo, de otras operadoras, ni de las grandes cadenas de televisión. Mediaset prácticamente ha dado la espalda al negocio del pago con su reciente desinversión en Canal+, resuelta además con importantes minusvalías para la cadena televisiva. Antena 3 TV mantiene aún un vínculo con este negocio a través de Atresmedia Digital, aunque la estrategia del grupo está muy centrada en la televisión en abierto.

El enemigo a batir ha nacido en internet, no dispone de grandes infraestructuras ni de fibra óptica, ni tiene licencia para ofrecer televisión en abierto, pero ofrece un servicio de televisión de alta calidad, muy flexible, sin necesidad de contratar a uno u otro operador ni contratos de permanencia de ningún tipo y a precios más que razonables.

Aunque en España ya operan en este negocio compañías locales como Wuaki.tv, adquirida por el gigante japonés del comercio online Rakuten, y Filmin, entre otras. Sin embargo, la gran revolución para este sector llegará este mismo año desde Estados Unidos.

Netflix prepara su desembarco en España para este otoño. El gigante estadounidense de la televisión por internet negocia con las grandes *majors* y con distribuidoras independientes la compra de derechos de emisión de cine y series en España, con el objetivo de lanzar su servicio de vídeo en *streaming* en el último trimestre de este año, previsiblemente en octubre.

Además de abrir negociaciones con las grandes *majors* y las productoras, Netflix, que también ha mantenido contactos con las cadenas de televisión, ha realizado recientemente estudios de mercado en España para conocer los gustos del consumidor espa-

ñol en películas y series, y poder así arrancar con un catálogo acorde al perfil de los usuarios.

Por su parte, Apple está ultimando su entrada en el negocio de la televisión de pago. La compañía mantiene negociaciones con cadenas estadounidenses con el objetivo de incluir su programación en un servicio propio de televisión por internet, que podría arrancar en Estados Unidos este otoño.

Según *The Wall Street Journal*, la televisión de Apple ofrecerá alrededor de 25 canales, con programación de cadenas tradicionales como ABC, CBS y Fox. La compañía de la manzana ofrecerá televisión por Internet, de forma que el contenido de su servicio, en *streaming*, será accesible de manera online desde todos los dispositivos del grupo con sistema operativo iOS, incluyendo los iPhone y los iPad, así como desde su decodificador Apple TV.

La creciente penetración de la televisión por internet, en detrimento de las plataformas tradicionales de televisión de pago, no es, ni de lejos, exclusivo del mercado español. En Estados Unidos, el fenómeno conocido como *cord-cutting*, es decir, clientes que dejan de pagar su suscripción a la televisión por cable porque ven los contenidos a través de la red, ha pasado de ser una amenaza a convertirse en una realidad.

Tendencia

Según un informe de la consultora MoffettNathanson, recogido también por *The Wall Street Journal*, los proveedores de televisión de pago de Estados Unidos perdieron suscriptores de vídeo en el primer trimestre de este ejercicio, lo que supone la primera vez que la industria se contrae en un periodo que suele ser el mejor del año. Eso hace que el índice de pérdida de suscripciones ascienda al 0,5% en los últimos doce meses, el mayor registrado hasta ahora.

La consolidación europea para competir con Estados Unidos

Hace apenas quince días, el regulador bursátil italiano se vio obligado a suspender la cotización de Mediaset. El grupo audiovisual italiano se disparaba a mitad de sesión un 7,3%, al recoger el mercado una información que apuntaba al interés de Vivendi por comprar la empresa, valorada en casi 6.000 millones de euros. La información fue desmentida al siguiente día, igual que lo fueron semanas antes otras que apuntaban al interés de Vivendi por comprar Sky y Lagardère. El presidente del grupo, Vincent Bolloré, ha reconocido que la empresa busca comprar compañías del sector, que le permitan generar sinergias con sus principales activos. La compañía dispone de una caja de 15.000 millones de euros, que ha engordado recientemente con más de 4.660 millones de euros en efectivo por la venta a Telefónica de la operadora GVT en Brasil, además de un 12% del grupo resultante. Esta enorme cantidad de efectivo disponible ha funcionado como espoleta de una revolución en marcha, la de las plataformas de televisión europeas en busca de una mayor consolidación, para ahorrar costes con sinergias y, sobre todo, para ganar tamaño frente a los gigantes de Internet.



Bloomberg News

SKY, EL GRAN COMPETIDOR

El grupo audiovisual de Rupert Murdoch quiere ser la mayor plataforma de televisión de pago de Europa, con fuerte presencia en Reino Unido e Italia. Compete con Canal Plus y con la alemana ProSiebenSat. La compañía aparece en todas las quinielas de consolidación en Europa.



Efe

VIVENDI, EL COMPRADOR

El gigante galo, propietario de Canal Plus Francia y de Universal Music, dispone de 15.000 millones para invertir en compras de plataformas de televisión. El presidente del grupo, Vincent Bolloré, habría puesto sus ojos en empresas como Sky y Mediaset Premium, entre otras.

NETFLIX, EL NUEVO ACTOR

El gigante de la televisión por Internet, dirigido por Reed Hastings, ha desembarcado ya en Europa, al entrar en el mercado británico, alemán y francés, al igual que Amazon. La compañía ofrece una propuesta basada en el modelo de vídeo bajo demanda que crece con fuerza en Estados Unidos.

Existe otro enemigo a batir, común para todos, desde operadoras de telecomunicaciones a plataformas de satélite y cable, pasando por las nuevas ofertas de televisión por inter-

net: la piratería. Aunque resulta complicado encontrar cifras fiables, se calcula que en España el 87,94% de los contenidos digitales consumidos en 2014 fueron piratas, lo que

supone 4.316 millones de accesos ilegales a contenidos por valor de 23.265 millones de euros, según el Observatorio de la piratería y hábitos de consumo de contenidos digi-

tales 2014, elaborado por la consultora GfK.

Además, las tecnologías de retransmisión en *streaming*, a través de internet, no son percibidas aún con los mismos estándares de calidad que la televisión terrestre, por cable o satélite, pese a que la tecnología permite ya unos niveles óptimos de transmisión. Aun así, los precios compensan este efecto y las audiencias de emisiones a través de internet se multiplican de forma periódica.

La generalización de las suscripciones permitirá, casi con toda seguridad, que nuevos actores del sector puedan aumentar sus inversiones y desviar una parte de la compra de contenidos, su principal necesidad, a la mejora de infraestructuras y a la lucha contra la piratería.

Los derechos del fútbol, la otra gran batalla

El fútbol se ha convertido en un contenido irrenunciable para cualquier plataforma de televisión de pago en Europa. Sky y BT firmaron el pasado febrero un contrato por los derechos de retransmisión en directo de los partidos de fútbol de la Premier League durante tres temporadas por 6.900 millones de euros, un 70% más que la cifra actual. Desde 2010, el valor de los derechos mundiales de retransmisión de los eventos deportivos más importantes ha crecido un 33%, hasta

28.000 millones de dólares, según Deloitte. Este 'boom' se debe a dos cambios fundamentales en la industria televisiva: que la gente ve cada vez más programas bajo demanda sin anuncios (por lo que los eventos deportivos en directo son cruciales para los anunciantes); y, el otro cambio, más evidente en Europa, por la competencia entre las compañías de TV de pago y los grupos de telecomunicación. Pese al elevadísimo coste de adquisición de los derechos

de emisión, ninguna plataforma puede permitirse quedar fuera del negocio. En España, el Gobierno ha cambiado la ley para obligar a los clubes de fútbol a vender de forma centralizada los derechos televisivos de sus partidos desde 2016. Telefónica y Mediapro, aliado este último con Al Jazeera, protagonizarán la puja, en la que no se descarta algún invitado de última hora. Se habla de hasta 1.200 millones por temporada como precio de salida. Nadie puede quedar fuera.



Fotògrafa de la transició

MARÍA ÁNGELES 'QUECA' CAMPILLO (1950-2015)

Fotoperiodista

La figura de Queca Campillo s'identifica amb la transició espanyola. "El món del periodisme avui està de dol. Fins sempre, Queca Campillo i Jesús [Hermida]". Amb aquestes paraules s'acomiadava d'ella el seu col·lega Enric Sopena el passat 5 de maig.

La fotoperiodista va morir al seu Càceres natal als 65 anys a causa d'un càncer que la va obligar a jubilar-se fa un any.

Amb el temps, Queca es va convertir en una figura representativa del fotoperiodisme espanyol de l'últim terç del segle XX i primera dècada del XXI. Va obtenir diversos reconeixements, entre els quals destaquen el premi Nacional de Periodisme el 1980 i el premi Popular del diari *Pueblo* el 1979. També va ser considerada com la millor fotògrafa el 2001 per la revista *Aria*.

Va reivindicar la seva aporta-

prés de fer pública la mort de Queca. De fet, amb la seva feina per a la revista *Tiempo*, va ser una de les pioneres del fotoperi-

Va retratar tots els presidents de Suárez a Aznar i va seguir de prop la família reial

en l'única fotògrafa autoritzada a pujar a bord del iot *Bribón* durant les vacances de la Casa Reial.

En canvi, recordava una mica enfadada no haver pogut cobrir informativament el cop d'Estat del 23-F, perquè es va quedar tancada en un furgó de la Guàrdia Civil a les portes del Congrés.

A més de *Tiempo*, va col·laborar amb diferents mitjans nacionals, com *Pueblo*, i internacionals, com *Der Spiegel*, *Paris Match* o *The Times*.

L'any 1999 va recopilar al llibre *20 años que cambiaron España* algunes de les seves millors fotos comentades per Pepe Oneto, que va ser el seu director a *Tiempo*. El mateix Pepe Oneto va tenir un record per a ella en el seu compte de Twitter la setmana passada: "La mort de la fotoperiodista de Càceres Queca Campillo, exemple de professionalitat i d'amatista".

Condolences a què s'han afegit tota mena de personalitats de l'àmbit polític, com la candidata a l'alcaldia de Madrid Esperanza Aguirre -el partit de la

qual, el PP, Queca havia fotografiat en nombroses ocasions per a campanyes electorals-, que va transmetre el seu "condol als familiars i amics de Queca Campillo, una de les grans figures del fotoperiodisme espanyol".

Descrita pels seus col·legues com una "periodista pura", Campillo va compaginar a tota hora una professió molt exigent amb la dedicació a la seva filla.

De caràcter alegre, Queca tenia un lema: "No s'adiu amb el meu caràcter fer fotos de coses tràgiques i cruels. Jo vaig sempre a la sensació positiva".

PILAR RUIZ



JUAN GAVILAN / EFE

De família de juristes, Campillo va decidir dedicar-se al periodisme i la fotografia per amor -primer a la seva parella i posteriorment a la seva professió-, anant a contracorrent dels desitjos del seu pare. Va iniciar la seva carrera com a substituta al *Diario de Zamora* el 1972 sota la sotsdirecció del seu marit, Javier Rodrigo.

Una de les seves primeres destinacions va ser el madrileny barri de Vallecas, on les seves imatges, que captaven conflictes entre grisos i obrers, poques vegades passaven la censura del règim.

Descrita com una "periodista pura", va ser una gran defensora dels drets de la dona

ció d'una mirada femenina a l'ofici a través de diverses exposicions on mostrava retrats de dones. Va tenir "un paper molt important en la lluita per la defensa dels drets de les dones", va assegurar la seva germana, des-

odisme femení a Espanya, juntament amb Marisa Flores d'*EL País* i Begoña Rivas d'*El Mundo*.

Les seves fotografies formen una de les col·leccions més icòniques i reproduïdes de la transició espanyola; va retratar cares tan conegudes de la política nacional com els presidents Adolfo Suárez, Leopoldo Calvo Sotelo, Felipe González o José María Aznar.

També són molt coneguts els seus retrats de la família reial. Aquesta faceta de la seva feina era considerada per la mateixa Queca Campillo com un dels seus èxits, ja que es va convertir



Dos periodistes catalans a Dachau

El 14 de maig de 1945, ara fa setanta anys, dos periodistes catalans van tenir el privilegi de poder visitar el camp de concentració de Dachau, que feia pocs dies que les tropes nord-americanes que es dirigien a Munic havien alliberat. Matías Cirici Ventalló era un reporter que treballava per al *Diario de Barcelona* i el *Ya*, de Madrid. Carles Sentís escrivia les cròniques per a *Abc* i *La Vanguardia Española*. Tots dos havien estat convocats a Londres i, des d'allí, en un avió militar nord-americà, van ser traslladats a Munic i acompanyats fins al camp de concentració. Probablement, la invitació a aquests i altres periodistes s'havia fet coincidir amb la visita que l'ambaixador nord-americà a França, Jefferson Caffery, es disposava a fer al camp.

Dachau era el camp més antic del sistema concentracionari alemany. Construït l'any 1933 per tancar-hi opositors polítics (sobretot socialdemòcrates i comunistes), ben aviat es van ampliar les seves funcions per tancar-hi ciutadans alemanys d'origen jueu. Curiosament, l'any 1935, quan a Catalunya ja es coneixia l'existència d'aquest camp i de les primeres persecucions contra els jueus, a Carles Sentís li va fer molta gràcia comparar Dachau (sense anomenar-lo) amb Tossa de Mar, on "los judíos alemanes salidos de Alemania", que "vagaban por el mundo solitarios como el legendario judío errante", "en bandadas, como los arenales por el mar", es van instal·lar: "se han concentrado en los mejores campos del país", sentenciava.

El maig de 1945, la situació era una altra, radicalment diferent, radicalment terrible i espantosa. I Ma-

tías Cirici Ventalló, amb una professionalitat digna d'elogi, ho va copsar des del moment que es va trobar a la porta del camp: els deportats supervivents que els rebien a l'entrada eren "los que disfrutaban de mejor salud, sus rostros flacos y cetrinos y sus ojos febriles nos anticipan la noción de lo que veremos después". Al seu costat, Carles Sentís només hi va veure "una Exposición o Feria de Muestras", en la qual les "muestras [...] son las mejores, porque, por lo menos, pueden andar sin arrastrarse y no son contagiosos...".

Matías Cirici va continuar recollint informació, detallada, minuciosa, precisa. Oferia als seus lectors el nombre de religiosos de diverses confessions internats, a partir de les dades que li va facilitar el doctor Van Gestel, un holandès empresonat: 780 polonesos, 121 francesos, 69 txecs, etc. Quan van entrar en un



FRANCESC VILANOVA

PROFESSOR D'HISTÒRIA
CONTEMPORÀNIA A LA UAB

En els deportats, Carles Sentís només hi va veure "una Exposició o Feria de Muestras"

señala, profiriendo frases ininteligibles para nosotros, hacia un punto determinado del final del angosto del pasillo que forman las literas. En el suelo, cara arriba, vidriosos los ojos y torcida la boca, está tendido un cuerpo exánime. [...] Los demás no han reparado en él, o están acostumbrados al trágico espectáculo. [...] El lugar es una verdadera cámara de agonías".

També va ser Matías Cirici Ventalló el primer, i únic, periodista que va explicar als lectors catalans i es-

panyols què eren les cambres de gas: "Una de las cosas más impresionantes es la cámara de gas. Su aspecto es aparentemente inofensivo y se asemeja a un pequeño departamento con su correspondiente vestíbulo. [...] No hay ni muebles ni un objeto; solamente una artística lámpara de globos blancos cuelga del techo. Pero no se trata de una lámpara, sino de algo más terrible. Por allí brotaban, en un momento señalado, emanaciones mortales... Al notar la ausencia de todo aparato siniestro en ese lugar destinado al aniquilamiento de las vidas humanas, surge la duda de si los condenados a entrar en él conocían la suerte que les aguardaba".

El periodista va publicar dues cròniques a *Diario de Barcelona* ("Estampas dolorosas de la guerra. El campo de concentración de Dachau", 15 de maig de 1945; i "Estampas dolorosas de la guerra. Estadísticas y particularidades de los prisioneros de Dachau", 16 de maig), que són, sense cap mena de dubte, els dos reportatges periodístics de més categoria que van aparèixer a Espanya en aquells dies. A diferència de l'únic article que va perpetrar Carles Sentís, les dues peces de Cirici no desentonen dels articles i reportatges que diversos periodistes europeus i nord-americans van publicar en les setmanes immediatament posteriors a la fi de la guerra. Una ullada als darrers llibres d'Annette Wieviorka o Hans Magnus Enzensberger confirmen perfectament la dignitat periodística i moral de les seves cròniques.

Potser és un bon moment per fer justícia a Matías Cirici Ventalló, el periodista que va explicar allò que Carles Sentís va voler amagar del camp de Dachau.



MICHAEL DALDER / REUTERS



«No se valoran la experiencia y el talento»

Isabel Gemio celebra los once años en antena de «Te doy mi palabra»

C. García

MADRID- Más de una década sin síntomas de desgaste; al contrario, «Te doy mi palabra» irrumpe con fuerza cada fin de semana en Onda Cero. Ahí están los datos: en la primera oleada del Estudio General de Medios (EGM), el programa logró un récord en su edición del sábado hasta llegar al 1.270.000 seguidores. «No es fácil, pero suelo ser comedida tanto en lo bueno como en lo malo. Lo que está claro es que el programa está consolidado y es un referente para muchísimas personas. Sigo ilusionándome, a pesar de llevar tantos años en la profesión y voy muy contenta a trabajar», comenta Isabel Gemio.

Si hay un adjetivo para definir a «Te doy mi palabra» es «diferente». Eso es lo que dicen los oyentes y el valor irrenunciable de la periodista, que reflexiona porque, «aunque los contenidos se pueden parecer, lo importante es la forma en la que se presentan. Cada comunicador tiene su propia personalidad y hay que saber diferenciarse». Como comenta, los tempos el fin de semana son distintos y hay que saber gestionar los contenidos. «Se tratan con más tiempo para la reflexión, además de que se pueden incluir informaciones con más calado social. Y siempre he querido dar voz a las minorías. El ser humano es el corazón del programa: me



La periodista y comunicadora Isabel Gemio

gusta que nos llamen para exigir sus derechos y también dar protagonismo a personas anónimas que tienen historias apasionantes. Aportan una espontaneidad y autenticidad que no son muy frecuentes en los medios. Un famoso está viciado y se terminan repitiendo», comenta.

Su obsesión es hacer una radio

que interese a la gente, que aborde los asuntos que le importan, como la cultura, la ciencia, la salud..., porque Gemio afirma que «vivimos en la cultura de lo efímero y hay que intentar evitarlo, aunque soy consciente, que dependemos de un contrato, de los oyentes y de la publicidad». Isabel Gemio intenta reinventarse continuamente sin perder su

esencia y, sí, admite que se examina continuamente, «porque me exijo mucho y no me acomodo, hay que estar muy pendiente del pulso social». De esta temporada lo que más valora es el radiomaratón de 16 horas para recaudar fondos para las enfermedades raras. «Ha sido uno de los hitos, hicimos récord de audiencia y recaudamos 200.000 euros».

«Soy muy sentimental»

Está convencida de que a los medios en ocasiones «les falta corazón y a mí no me importa que se me note. No huyo del sentimiento porque soy muy sentimental». Y ha encontrado en la radio el altavoz adecuado, «el mensaje cala mucho más. La palabra tiene mucha fuerza. No hay que olvidar que la radio es el medio que mejor está

1.270.000 seguidores

obtuvo «Te doy mi palabra» los sábados, según los datos de la primera oleada del Estudio General de Medios

resistiendo la crisis. En tan vivo... Es una relación de intimidad con el oyente. Muchos me dicen: «He llorado o me he emocionado», y me gusta. Sufrimos un exceso de información y es imposible analizar todo lo que nos pasa».

Gemio no olvida el reciente fallecimiento de Jesús Hermida, con el que habló hace un mes. «Estaba jubilado y no porque él quisiera, porque tenía muchos proyectos. Pero este país es muy cainita con los periodistas y comunicadores. No se valora la experiencia. A partir de cierta edad se considera que una persona ya está pasada de moda y amortizada. Vivimos en una sociedad que desprecia la experiencia y el talento».



Matias Vallés

L'ESTRANYA MORT D'OSSAMA BIN LADEN

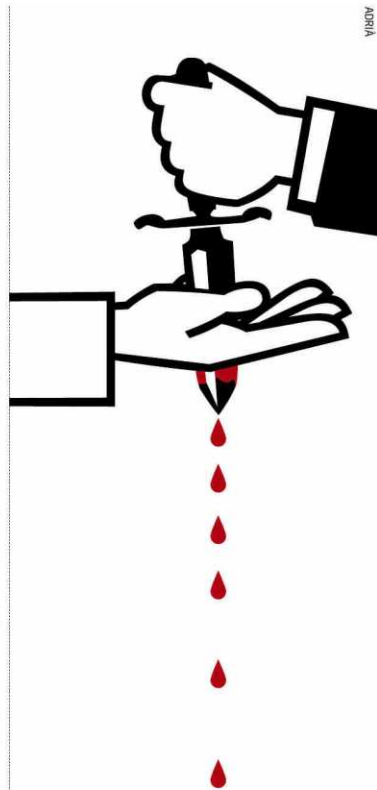
«El periodista de Chicago va desentranar la matança de My Lai sense trepitjar el Vietnam i documentar les tortures d'Abu Ghraib sense trepitjar l'Iraq»

Els lectors de la *London Review of Books*, potser la publicació cultural més distingida del planeta, devien arquejar una cella en topar-se aquesta setmana amb una exclusiva planetària. Amb prou feines si van tenir temps de gaudir sense l'estrepit de la canalla mediàtica amb la narració alternativa del llop solitari **Seymour Hersh**, sobre l'execució o «assassinat» d'**Ossama Bin Laden**. La proposta alternativa del doble premi Pulitzer i agitador perpetu de les aigües del conformisme nord-americà esquarterava la versió proclamada per Washington. A partir d'ara caldrà estudiar la teoria que l'aclamada tasca de recerca de la CIA i la sacrificada actuació de les forces especials en territori hostil no van ser més que una delació fraternal de la cúpula militar pakistanesa, que també va autoritzar l'eliminació a domicili del fundador d'Al-Qaeda.

Les proves que aporta Hersh en un dilatada extracte d'un futur llibre disten de ser in-

controvertibles. No obstant això, posseeixen la coherència indubtable del guanyador d'un Pulitzer lligat a dos esdeveniments amb seients a la història universal de la infàmia de l'últim mig segle. El periodista de Chicago, avui amb 78 anys a sobre, va desentranar la matança de My Lai sense trepitjar el Vietnam i documentar les tortures d'Abu Ghraib sense trepitjar l'Iraq. La seva descripció del pacte entre els Estats Units i el Pakistan per a l'«assassinat» d'un Bin Laden desarmat i desnonat com a líder terrorista no només s'enfronta a l'heroisme reivindicat per la Casa Blanca. També aspira a descreditar la visió canònica de Hollywood, saldada amb cinc nominacions als Oscars per a *Zero Dark Thirty* de **Kathryn Bigelow**.

L'oda a la tortura continguda en la pel·lícula es complementa amb la contribució innegable de la Casa Blanca al seu guió, fins al punt que l'oposició republicana va acusar **Obama** de divulgar secrets d'Estat a major glòria de la seva imatge cinematogràfica. Per a l'espectador sense ínfulas, Hersh intenta enderrocar l'escena més emotiva de *Zero Dark Thirty*, en què l'espia **Jessica Chastain** certifica la identitat de Bin Laden al descórrer la cremallera del sac que conté el seu cadàver. Segons la proposta avançada avui pel periodista, la cara de l'inspirador de l'11-S estaria completament desfigurada, perquè els tiradors d'elit no hau-



ASPIRA

rien estalviat munició per liquidar-lo. L'extens article no només aspira a desmuntar el discurs del president nord-americà, també desafia la narració oferta fins i tot en dos llibres pels escamots que es disputen l'autoria de l'execució.

De fet, el taló d'Aquilles de la versió oficial no es troba en l'operació militar, malgrat que l'helicòpter Black Hawk estavellat durant l'assalt adquireix perfils còmics si la violació de l'espai aeri de Pakistan estava arreglada amb els militars que controlen el país asiàtic. La incertesa es dispara a l'abordar l'estranya peripècia del cadàver de Bin Laden. Els relats discrepants convergeixen en què el terrorista més famós de la història no anava a sortir amb vida de l'atac a la seva residència en un enclavament militar, de manera que l'estada del saudita hagués estat inviable sense la tolerància de les autoritats pakistaneses. No obstant això, el molt oportú llançament de les seves restes mortals al mar des d'un vaixell militar nord-americà es converteix en una píndola difícil de païr, després dels dubtes arraimats per Hersh. El cos rentat i amortallat segons les especificacions de l'Islam, sense un enregistrament de vídeo que reculli el moment històric de la seva entrada en contacte amb les aigües, sona avui al desig d'ocultar més que d'oblidar. I més quan **Obama** i **Hillary Clinton** van seguir en directe l'«assassinat» des de la Casa Blanca. A continuació, fos en negre.

L'individu contra l'Estat és el somni americà, es tracti de **Snowden** o de Hersh. No obstant això, els delators tecnològics com **Manning** o **Assange** han acostumat els lectors a revelacions sustentades en una aclaparadora documentació. També en aquesta excepció sobresurt la solitud del periodista, que ha llançat la seva bomba informativa sobre Washington des d'una seriosa publicació britànica. Practica la investigació de vella nissaga, amb desgast de soles. Cita fonts situades a la cúpula de l'espionatge, ja jubilades però no revela la seva identitat. Aquesta indefinició afavorirà els atacs contra la seva interpretació dissolvent, perquè el patriotisme dels mitjans de masses nord-americans ha estat asfixiant a ovacionar les aventures asiàtiques del seu país. A la següent volta de rosca sobre l'estranya mort de Bin Laden, segur que era ell?



Buenos tiempos para invertir en publicidad



JAIME LÓPEZ-FRANCOS
CEO DE YMEDIA

La comunicación publicitaria es un excelente indicador para entender la situación real de la economía y para prever su evolución. Tras cinco años de caída, en los que la inversión publicitaria en España se ha reducido en un 50%, el mercado comienza por fin a mejorar, lo que a su vez es un indicio de crecimiento del consumo y de la esperada recuperación económica. En la publicidad hemos pasado en seis años de un mercado de 7.200 millones de euros a uno de 3.600. La recuperación comenzó ya tímidamente en el verano del año pasado y todo indica que a final de este año el crecimiento acumulado en 16 meses estará cerca del 10%. Está muy lejos todavía que volvamos a alcanzar cifras de inversión similares a las de antes de la crisis, pero un crecimiento del 10% en menos de dos años es sin duda una buena noticia y nos permite pensar que estamos viendo ya el final del túnel.

Nos enfrentamos por lo tanto a un ciclo en el cual los resultados de las compañías mejorarán, pero el precio de invertir en publicidad seguirá siendo bajo durante algún tiempo. Es

una ocasión incomparable para construir marca, una oportunidad que no podemos desaprovechar. Y para ello, la publicidad en diarios es una de las mejores alternativas, ya que por un lado nos permitirá alcanzar *targets* muy variados y, por otro, la prensa es un medio que siempre aporta prestigio. Estos primeros momentos de la salida de la crisis son una circunstancia irrepetible y, como siempre, serán los más rápidos y los que tengan mejor visión para aprovechar el momento los que obtendrán mayores beneficios.

En dos o tres años, los costes para invertir en publicidad serán muy distintos. Es muy probable que se produzcan subidas superiores al 15%. Además, si no se toman decisiones con celeridad, para cuando lo hagamos es muy posible que el espacio en la mente del consumidor o del potencial cliente ya esté ocupado por otras marcas que fueron más valientes y se decidieron a invertir en estos primeros compases de la recuperación, que representan la verdadera ventana de oportunidad.

Vivimos tiempos nuevos, tiempos de cambio y las ideas antiguas no

siempre sirven para entender lo que está ocurriendo en el mundo publicitario. Pero tampoco podemos pensar que todo lo de antes ya no sirve y que solo lo nuevo funciona. Un buen ejemplo de esto es constatar, como los datos están demostrando, que la recuperación de la inversión publicitaria viene de la mano de la televisión, un medio tradicional al que muchos expertos daban por muerto y finiquitado, pero que no solo está muy vivo, sino que crece a mayor velocidad que la publicidad digital, que estaba llamada a ser el nuevo paradigma.

Pero resulta que la crisis ha orientado a la mayoría de los anunciantes a las ventas de forma muy radical y la televisión es el medio que han encontrado más adecuado para impulsarlas de forma rápida y eficaz. Y es una gran paradoja, porque la vieja televisión no solo crece, sino que se ha convertido en pieza imprescindible para desarrollar los nuevos negocios digitales.

En Ymedia gestionamos más de una decena de negocios nativos digitales y la modelización del retorno de su inversión nos lleva a una conclu-

sión en cierto modo sorprendente: un negocio digital solo se desarrolla de forma rápida con la contribución de otros medios, especialmente de la televisión. Y esta aparente contradicción, en la que el nuevo y boyante negocio digital no sabe echar a andar sin el báculo de la vieja televisión, se explica por las peculiares características de este medio que hace ya casi 60 años llegó a los hogares españoles para hacerse dueño de sus salones.

La televisión es un medio grande en alcance y con ella es posible lograr coberturas próximas al 90% de la población con gran rapidez y cierta facilidad. Además es un medio eficiente ya que su coste por impacto es más barato que el del resto de soportes. Y por encima de todo, la televisión impacta, los anuncios se ven, porque a diferencia de internet, estamos acostumbrados a recibir anuncios en esa pantalla. Son por lo tanto nuevos tiempos, en los que ha hecho falta que muchas cosas cambien, no sé si para que todo vuelva a ser lo mismo o quizá para que nada vuelva a ser igual. Lo que sí sé, de eso no hay duda, es de que son buenos tiempos para invertir en publicidad.

“
La vieja televisión no solo crece, sino que se ha convertido en pieza imprescindible para los negocios digitales”

RAMÓN
PÉREZ-MAURA

¿PERIODISMO? NO, LITERATURA

La defensa de Corinna es comprensible cuando se comparten intereses

ESPAÑA es territorio fértil para el falso «periodismo de investigación». Claro que este puede ser un arranque equívoco para el asunto al que está dedicado este artículo. Porque vamos a hablar más bien de literatura disfrazada de periodismo. Pulula estos días con gran desparpajo un libro sobre el final del reinado de Juan Carlos I que es verdaderamente inverosímil. Baste un hecho incontestable respecto al mismo. Quien lo ha escrito dice en cualquier foro que ha contado con el testimonio de unas cien personalidades con conocimiento de primera mano sobre la materia, pero que todos, sin excepción, han exigido reservar su identidad para hablar con quien se ha atrevido a contar «toda la verdad» dando la cara frente a tan temible adversario. Qué bonito, qué épico. Este humilde escritor de periódicos, ante semejante «contexto», pensaría que más bien estamos hablando del Rey de Arabia Saudí. Porque en España no nos consta que a nadie se le haya perseguido por contar la vida privada –y mucho menos la pública– del Rey Juan Carlos. Y de algún otro miembro de su familia difícilmente se puede decir más de lo que ya se ha dicho. Eso de hablar de cien testimonios y no citar ninguno permite a quien lo escribe decir lo que le encaje mejor con la tesis en torno a la que escribe su relato. Y eso no es ni periodismo ni historia. Eso es literatura.

Está después la cualificación de quien escribe un libro así sobre el Rey Juan Carlos. Y eso también tiene su aquel. Esta persona fue durante unos pocos años corresponsal de Familia Real en un diario madrileño. Y eso sería un aval, claro. El 2 de junio de 2014, día en que se anunció la abdicación de Juan Carlos I, su periódico, como ABC y otros diarios, publicó por la tarde una edición especial. En ella, esta persona firmaba en portada la crónica de la abdicación. En cambio, el 3 de junio por la mañana, el mismo diario publicaba una crónica casi idéntica, palabra por palabra, de la que solo habían desaparecido la firma de la autora y una referencia a Corinna zu Sayn-Wittgenstein. En un caso digno de pasar a los anales del periodismo español, ese diario despidió de su cargo a la corresponsal de Familia Real entre la edición de tarde y la del día siguiente, ¡el día que abdicaba el Rey de España! Pocas hazañas profesionales de ese mérito y magnitud hemos vivido los periodistas de mi generación.

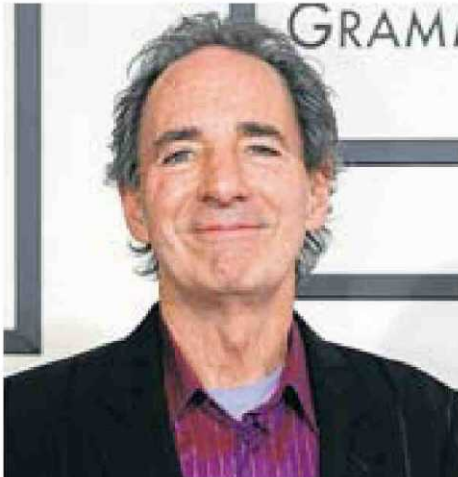
La defensa de Corinna era comprensible: esa corresponsal y ella compartían intereses, como se demuestra en el libro ahora publicado, en el que sólo se hace responsable de la autoría una de las dos personas que lo han pergeñado. Pero no deja de ser menos curioso que el diario que despidió a quien aparece como autora de este libro por mencionar en la crónica del 2 de junio a Corinna haya querido hacer hogaño una prepublicación sobre la venganza de Corinna. Claro que se comprende que los intereses de la empresa editora han de primar en tiempos de grave penuria.

La persona que asume la autoría del libro denuncia estos días en Twitter el silencio de los medios de comunicación españoles ante su «magna obra». «Todos contra mí», le falta decir. Pues no. Un poco más de modestia, por favor. Los medios de comunicación españoles, los relevantes, los que de verdad saben de qué habla un colega que escribe sobre una materia de la que todos han informado, se limitan a condenar a la papelera aquello que sólo puede salir de ahí para ser jaleado desde la frivolidad de la prensa rosa o desde el amparo de colegas a los que une íntima amistad.

Que disfruten el dinero que les rente.



elradar



Harry Shearer treballava a *The Simpsons* des del primer capítol. AFP

Ned Flanders, el senyor Burns i Smithers canviaran de veu

Harry Shearer, l'actor que posava veu a personatges com Ned Flanders, el senyor Burns, Smithers i el director Skinner a la versió original de *The Simpsons*, no continuarà a la sèrie. Segons ha explicat ell mateix a través de Twitter, la causa de la seva marxa ha sigut un desacord contractual: "Volia el que sempre hem tingut: llibertat per fer altres feines". En una altra piulada, Shearer citava l'advocat de James L. Brooks, productor de la sèrie: "La sèrie continuarà. El Harry no en formarà part. Li desitjo el millor".

Segons el portal Variety, els productors executius de la sèrie han explicat que a tots els actors se'ls va oferir el mateix tracte, i que Shearer és l'únic que no l'ha acceptat. També han deixat clar que els seus personatges continuaran apareixent a la sèrie, i que buscaran "els millors dobladors disponibles" per posar-los veu.

Shearer, de 71 anys, formava part de l'equip de dobladors de *The Simpsons* des que es va estrenar, la tardor del 1989, i posava veu a una llarga llista de personatges que incloïa també el reverend Lovejoy, el doctor Hibbert, Otto i Lenny. La sèrie, que demà tancarà la 26a temporada a la cadena Fox, ha renovat per a dos anys més. —

Un enfrontament entre redacció i empresa deixa 'Le Monde' sense director

Gilles van Kote, que des del maig de l'any passat ocupava de manera provisional el càrrec de director de *Le Monde*, va presentar dijous la dimissió, en un gest que agreuja la crisi al capdavant del diari francès. La seva renúncia va arribar l'endemà que la redacció rebutgés en una votació la candidatura a la direcció presentada per Jérôme Fenoglio, que comptava amb el suport dels accionistes i del mateix Van Kote. En un missatge publicat a la web del diari, el fins ara director provisional va assenyalar que uns i altres "tenen part de responsabilitat en la situació actual", i que cal un procés "perenne, transparent i just per designar el director o directora".

Fenoglio va ser l'escollit pels tres socis financers propietaris de *Le Monde* -Pierre Bergé, Xavier Niel i Matthieu Pigasse- i pel grup espanyol Prisa. Malgrat això, a la votació de dimecres només va aconseguir el suport del 55% dels treballadors, per sota del 60% que fixen els estatuts per poder accedir al càrrec. Prèviament, els accionistes havien descartat els tres candidats que des de dins del diari s'havien proposat: el mateix Gilles van Kote -que va assumir la presidència interina arran de la dimissió de Natalie Nougayrède-, Jean Birnbaum i Christophe Ayad. —



Gilles van Kote haurà estat un any al capdavant de *Le Monde*. AFP



Salvador Garcia en el moment de recollir el premi. UAO

L'ARA rep el premi GoliAD a la millor iniciativa en premsa

ARA
BARCELONA

El conseller delegat de l'ARA, Salvador Garcia Ruiz, va recollir dijous al vespre el premi GoliAD a la millor iniciativa en premsa escrita, atorgat a aquest diari per "haver-se convertit en un mitjà de capçalera amb menys de cinc anys d'antiguitat". El jurat ha destacat també que l'ARA "ha apostat per una edició i una redacció escrita exclusivament en català" i "s'ha convertit en un mitjà defensor de la cultura i els costums catalans sense deixar de banda la informació de la resta del món".

Els premis, que són atorgats pels 300 estudiants de publicitat i relacions públiques de la Universitat Abat Oliba, van reconèixer també el programa de la Cadena SER *Hoy por hoy*, en l'apartat de ràdio; el concurs de *La 2 Saber y ganar*, en televisió, i el blog sobre publicitat *We love advertising*, en l'apartat d'iniciatives online. Joan Costa, expert en comunicació corporativa, es va endur el premi a la trajectòria, mentre que el desaparegut president del grup Planeta, José Manuel Lara Bosch, va ser reconegut amb un premi honorífic.

En els apartats de publicitat, l'anunci de Turisme d'Andorra va guanyar el premi al millor spot, General Óptica el de *branded content* i *Monta el pollo por Navidad* el de campanya de valors humans. També van ser guardonats l'anunci de Loteries com a falca radiofònica, la campanya de La Cocinera en xarxes socials i Burger King com a gràfica. El premi a l'esdeveniment de l'any va ser per a Mini. ■■■



GAG DENUNCIAT

El CAC dóna un toc d'atenció a 'La tribu'

|| EL PERIÓDICO
BARCELONA

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha considerat per unanimitat que un gag del programa *La tribu* de Catalunya Ràdio que buscava el pitjor restaurant no va respectar el llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Segons ha informat l'organisme regulador, el fragment es va emetre el 10 d'octubre en la secció d'humor, a càrrec de l'equip del programa *APM?*, de TV-3, quan buscaven el pitjor restaurant de Catalunya i Espanya, i van trucar a un establiment xinès -del qual no van dir el nom- que rebia crítiques de clients en una web especialitzada.

La conversa telefònica es va mantenir, amb una voluntat humorística, amb un ciutadà xinès amb dificultats per comprendre les preguntes i els comentaris pel seu desconeixement del castellà. L'actuació del Consell de l'Audiovisual s'ha iniciat arran d'una queixa que assenyala que l'emissora havia concretat la localització del restaurant, al qual havia qualificat com el pitjor de Barcelona, que havia manipulat la conversa amb l'interlocutor del local i que els fets «podien fomentar els tòpics racistes». L'organisme regulador considera que el periodista es va aprofitar de la falta de domini de la llengua de l'interlocutor, que es va expressar amb frases incorrectes gramaticalment i que «va crear equívocs negatius per a l'establiment». ≡



Críticas a la FOX por censurar los pechos de una obra de Picasso

L. R. C.

MADRID- Ya se sabe que la cadena FOX, propiedad de Rupert Murdoch, es una de las más conservadores del mundo audiovisual, pero hace unos días llegó al paroxismo. La cadena FOX 5 ilustró la información de la subasta de Christie's de Nueva York –en la que el lienzo de Picasso «Las mujeres de Argel», se vendió por 179 millones de dólares–, con una imagen del lienzo en el que difuminó la zona en la que aparecían los pechos de cuatro mujeres. Muchos consideraron esta decisión como una profanación artística y en el mundo del arte ha sido más que cuestionada. Jerry Saltz, el crítico de la revista «New York», fue uno de los más duros al escribir en su cuenta oficial de Twitter: «¿Hasta qué punto están enfermos los conservadores de la Fox News?». El escritor de arte Aruna D'Souza comentó: «Me alegro de que Fox News esté protegiendo a su audiencia de la obscena mente de Picasso».



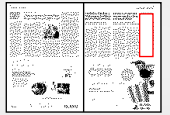
Parte del lienzo «Las mujeres de Argel»



El president del CAC proposa garantir el finançament dels canals públics amb grans coproduccions europees

Roger Loppacher, president del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC), considera que les coproduccions ambicioses a nivell europeu poden ser un mecanisme que ajudi a garantir la sostenibilitat de les televisions públiques. Així ho expressava ahir a Berna (Suïssa), en el marc de la reunió de l'EPRA, la plataforma que agrupa els reguladors europeus de l'audiovisual. Loppacher

ha defensat també més cooperació entre les televisions públiques europees en matèria de compra conjunta de drets. El president del CAC ha explicat que la televisió pública catalana té un *share* del 16,7% amb tendència a perdre un punt percentual per any i que això s'explica, en part, pel desplaçament dels continguts cap a plataformes de pagament.

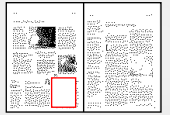


Netflix negocia su desembarco en China con Wasu y BestV

SANDRO POZZI, **Nueva York**
Netflix ha iniciado negociaciones con las productoras chinas BestV New Media y Wasu, respaldada por Jack Ma de Alibaba, para ofrecer sus contenidos y su videoclub digital en el país asiático. Aunque las conversaciones están en fase inicial, la reacción de los inversores fue inmediata y el precio de la acción superó por primera vez la barrera de los 600 dólares (unos 525 euros).

El servicio de Netflix ya está disponible en América Latina y algunos países de Europa, como Reino Unido y más recientemente Francia. En estos mercados, la barrera para avanzar está más bien del lado de los derechos, lo que limita su oferta. En China, el problema es la filtración constante a la que se somete todo lo que se mueve por la red.

Los grandes distribuidores audiovisuales de EE UU dieron hace tiempo con la manera de llevar a China sus películas y series, adaptándolas a las reglas del mercado. La clave está en dar con la fórmula para ajustarse a la censura. *House of Cards*, una de las series que llevan su sello, ya es muy popular en el país.



Libertad de información en Venezuela

La defensa de la libertad de información y la denuncia en los medios del autorita-

rismo del régimen chavista ha prohibido a 22 periodistas independientes de Venezuela salir del país. Dicha represión se hizo eco hace unos días en la entrega de los premios Ortega y Gasset de Periodismo ante la ausencia del fundador del diario «Tal cual», Teodoro Petkoff, que no pudo recoger el premio a su trayectoria profesional porque Nicolás Maduro le prohibió salir del país.

El Gobierno tiene el control de los medios, son ellos los encargados de comprar el papel para la impresión de los diarios, así que simplemente con el control de la materia prima prohíben el derecho a la libertad de expresión de los medios que no les intere-



san y el derecho a la libertad de información a una población que lucha por vivir en un país libre y democrático.

En este escenario se espera la llegada del expresidente socialista Felipe González Márquez, declarado persona *non grata* por el Parlamento venezolano, Veremos en los próximos días si finalmente le han dejado entrar en el país.

CRISTINA QUESADA
BARCELONA



Sobre estas líneas, una usuaria de móvil se conecta a EL PAÍS. Abajo, la versión de este diario en distintos dispositivos móviles. / CRISTÓBAL MANUEL

EL PAÍS alcanza los 14,3 millones de usuarios únicos en España, su récord histórico, embarcado en una profunda transformación digital

Compartir noticias en la era del móvil

JOSEBA ELOLA, Madrid
Dos piezas informativas relacionadas con el accidente de Germanwings del pasado 24 de marzo sirven para explicar el proceso de cambio en que se halla embarcado el diario EL PAÍS y la mutación que están experimentando las grandes cabeceras internacionales en plena era digital. El 50% de las consultas informativas de la noticia del funesto accidente se realizaron a través del teléfono móvil. Un 45%, desde el ordenador de mesa. Un 5%, desde las tabletas.

En otras palabras, el presente (y el futuro) de los medios de comunicación ya se juega en ese dispositivo presuntamente inteligente que parece haberse convertido en apéndice del ser humano del siglo XXI.

Hablamos, de hecho, de una tendencia global. 39 de los 50 medios digitales más importantes del mundo consiguen más tráfico hacia su sitio web desde terminales móviles que desde el PC, tal y como señala el último análisis realizado por el Pew Research Center a partir de datos de ComScore.

"El móvil ya es el presente de los medios", afirma Antonio Caño, director de EL PAÍS. "Nada de lo digital es ya futuro. Es más: hay partes de lo digital que ya son pasado".

Esta tendencia que recorre el panorama mediático mundial encuentra reflejo en los números de este diario o, mejor dicho, de esta plataforma multimedia de contenidos: el 53% de su audiencia llega vía dispositivos móviles. "La movilidad [teléfonos y tabletas] pronto representará el 80% de nuestra audiencia", augura Manuel Mirat, consejero delegado del diario EL PAÍS. "El móvil mata al PC; pero ni el móvil ni el PC matan al papel".

El teléfono portátil lo cambia todo, sí; pero también lo hacen las redes sociales, que se han convertido en el principal canal

de distribución de contenidos informativos. Más de 71.000 personas compartieron la noticia del accidente de Germanwings que este diario publicó a las 13.50 del jueves 26 de marzo, un día que el redactor jefe de Internacional, Andrea Rizzi, recuerda como "una extraordinaria sacudida de adrenalina, además de una gran conmoción por la tragedia". La noticia recibió 1.221.717 visitas y es desde entonces la tercera más consultada del último año. Colocó a la sección de Internacional frente a uno de los retos de estos tiempos informativos: "Lograr un equilibrio entre dos velocidades: ser ultrarreactivo; y a la vez, buscar la profundidad", dice Rizzi. Es decir, cubrir tanto la oferta informativa en directo, que exige constantes actualizaciones, como la elaboración de contenidos con valor añadido y mirada propia.

Otra pieza relacionada con el vuelo suicida del copiloto Lubitz alcanzó unos niveles de viralidad (contagio en la Red) que propiciaron más de dos millones de visitas. Fue la que elaboró Verne, espacio para noticias asombrosas, como la elaboración de contenidos en este diario como blog el pasado 24 de septiembre. Reproducía un video, colgado cinco días antes del accidente por un internauta, en el que el presentador Pablo Motos aludía a la historia

Hábitos de lectura

Por la mañana, al despertar, la gente consulta las noticias por el móvil. Consumo que vuelve a reactivarse a la hora de comer.

El acceso a contenidos informativos desde el PC reina en las horas de trabajo.

de un superviviente del avión que en 2009 amerizó sobre el río Hudson. Relataba los últimos pensamientos de un hombre que creía que iba a morir.

La pieza del video *premonitorio* de Verne es la más visitada en el último año. Apareció en el muro de Facebook de siete millones de personas. Nuevas narrativas, nuevos formatos, nuevos lectores.

El 80% del tráfico que ha llega-



La tableta, sin embargo, es consultada por la noche, al acabar la jornada.

El tiempo de conexión es mayor en el caso del PC: el del móvil, es un consumo inquieto, rápido. El de la tableta, similar al de PC.

do en el último mes a este espacio que lidera Delia Rodríguez viene de las redes sociales. Eso es lo que buscan los medios: presencia en las redes, en los móviles. La *monetización* de esa audiencia es el desafío en la búsqueda del Santo Grial: el modelo de negocio.

Datos, datos, datos. Estamos en la era de los datos y el diario no permanece ajeno a ello: la audiencia es un criterio clave.

Martes, 10 de la mañana. Un grupo de 10 personas, entre los que se encuentran el consejero delegado, Manuel Mirat; el director del diario, Antonio Caño; y el director general, Ignacio Soto, miran atentos las cifras que se proyectan en una gran pantalla en la tercera planta de la sede central del diario EL PAÍS en Madrid. Es la llamada reunión de audiencia y liderazgo. En ella se hace un seguimiento de los resultados de tráfico de cada una de las secciones del periódico. Fue implantada a principios de noviembre de 2014. "Las audiencias nos sirven para identificar zonas de debilidad", señala Guzmán del Ser, que acude a esa reunión en su calidad de responsable de Movilidad y Redes Sociales. Desde hace dos meses, las secciones de este periódico funcionan con objetivos. Este es uno de los grandes cambios.

La lucha por la audiencia podría resultar un terreno pantanoso. Pero los responsables de las secciones no parecen albergar temores de caer en los temas *pincha-pincha* —en la jerga del sector, temas curiosos, ligeros, en ocasiones, con elementos de sexo—. "Elaboramos nuestro menú informativo con los criterios de calidad de siempre", afirma Jorge Rodríguez, redactor jefe de la sección España, "y apoyamos la cobertura de aquellos en los que vemos que existe un interés del lector". Tanto Miguel Jiménez, redactor jefe de Economía, como Rodríguez, coinciden en que los datos de audiencia resultan muy útiles; y en que crean una cierta "adicción".

El mayor conocimiento de los lectores ya está conduciendo a un mayor volumen de piezas de servicio público, como la información práctica para la Declaración de la Renta o sobre el calor



El 53% de la audiencia llega a EL PAÍS por la vía de dispositivos móviles

“Nada de lo digital es ya futuro”, dice el director, Antonio Caño

Una pieza de Verne tuvo presencia en siete millones de muros de Facebook

que ha recorrido la Península esta semana.

Apostar por el vídeo, por el móvil, por la incorporación de nuevos espacios informativos que atraigan nuevos lectores a la web, por la distribución de los contenidos a través de las redes sociales. Estas son algunas de las prioridades de la agenda de Mirat. “Estamos en una segunda fase de la transformación digital”, afirma Caño.

El lanzamiento de una plataforma de vídeo liderada por el excorresponsal de Cuatro en Washington Carlos de Vega y de una nueva versión para móvil serán los siguientes pasos.

La transformación digital altera el paisaje. Atrás empiezan a quedar los tiempos en que los periodistas se levantaban tarde y llegaban a la redacción al mediodía. Juan Carlos Galindo, responsable del primer turno de la web, empieza su jornada a las seis de la mañana, cuando todavía se están pasando las aspiradoras en la sede madrileña del diario. Toma el relevo de la Redacción en México, que es la que cubre las necesidades informativas entre las dos y las seis de la madrugada.

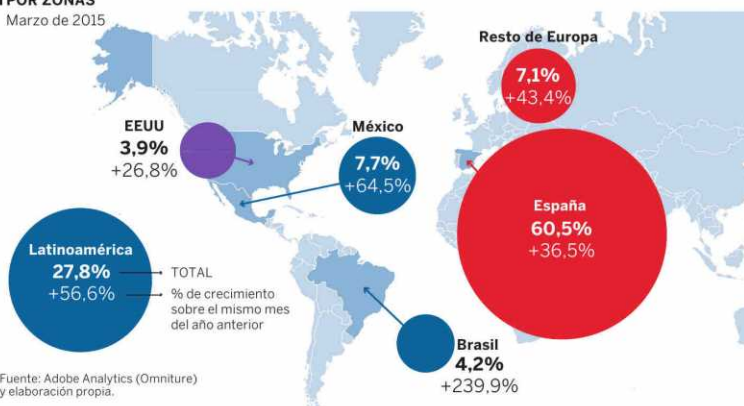
Se incorporan, además, nuevos perfiles al espacio central de la Redacción. Todos los días allí están sentados, junto a los periodistas, dos analistas digitales que ofrecen informes de tráfico. También se puede ver a las compañeras que se encargan de velar por el buen posicionamiento de las noticias en buscadores, el SEO (Search Engine Optimiza-tion).

La apuesta de EL PAÍS, además, ha cambiado de eje. La América que habla español y portugués es el objetivo, el lugar por donde llegará el crecimiento. “Somos el único balcón desde el que se puede ver el panorama en toda la región”, afirma Luis Prados, subdirector de la edición América, “gracias a una red de corresponsales construida a lo largo de 40 años y, sobre todo, a las redacciones de Ciudad de México y São Paulo”. El 32% de los usuarios de este diario procede del continente americano. Un 60,5%, de España. Un 7,1%, del resto de Europa.

Cambio de eje, sí; y, sobre todo, profundización en los nuevos conceptos: “Los medios han dejado de ser un lugar desde el que se sienta cátedra”, dice Caño. “Hoy, lo que establecemos con los lectores es una conversación”.

Audiencias de ELPAIS.com

■ POR ZONAS
Marzo de 2015



Fuente: Adobe Analytics (Omniture) y elaboración propia.

■ AUDIENCIAS DIGITALES INTERNACIONALES TOTALES

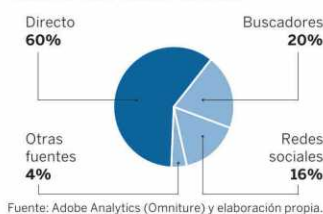
Marzo 2015. Ordenadores (Hogar y trabajo)

Ranking	Usuarios únicos (En millones)	% sobre el mismo mes del año anterior	% de alcance sobre el total de internautas
1	Xihuanet.com	90,0	-33
2	People.com.cn	77,5	-25
3	ChinaDaily.com.cn	71,8	115
4	Dailymail.co.uk	56,0	-5
5	NYTimes.com	44,3	-5
6	Theguardian.com	43,4	6
7	Telegraph.co.uk	30,0	6
8	The Times of India	24,4	34
9	Lenta.ru	17,6	-35
10	Independent.co.uk	17,5	12
15	ELPAÍS.COM	15,2	21
20	Elmundo.es	12,1	-1
26	Clarín.com	11,1	12
33	ABC.es	9,3	10
36	Lanacion.com.ar	9,3	14

Fuente: Ranking de elaboración propia basado en datos ComScore, Marzo 2015

■ DE DONDE PROCEDE EL TRÁFICO

Marzo de 2015. Número de visitas



Fuente: Adobe Analytics (Omniture) y elaboración propia.

■ DISPOSITIVOS

Marzo de 2015

Dispositivo	% sobre el mismo mes del año anterior	% sobre el mismo mes del año anterior
Ordenadores	47%	20
Móviles	42%	34
Tabletas	11%	17

■ AUDIENCIAS DIGITALES EN ESPAÑA

Marzo 2015. Ordenadores y dispositivos

Ranking	Usuarios únicos (En millones)	% sobre el mismo mes del año anterior	% de alcance sobre el total de internautas
1	Youtube.com	21,1	3
2	Google.es	20,4	-18
3	Facebook.com	17,2	-8
4	ELPAÍS.COM	14,3	38
5	Elmundo.es	13,4	22
6	Live.com	12,7	-14
7	Yahoo.es	12,0	-9
8	Blogspot.com.es	11,7	-14
9	ABC.es	11,0	25
10	Marca.com	10,7	8

Fuente: Ranking de elaboración propia basado en datos ComScore, Marzo 2015

Buscar al lector allí donde esté

J. E., Madrid

Este periódico nunca había tenido tantos lectores. En los tiempos de las grandes cifras del papel, se podían llegar a vender hasta 750.000 ejemplares. Hoy, los números hablan de millones. A escala global, elpais.com cerró marzo como líder mundial de los periódicos digitales en español, según los datos de ComScore MMX, medidor oficial de audiencias del mercado. Registró 15,2 millones de usuarios únicos, frente a los 12,1 de elmundo.es y los 11,1 del argentino clarín.com (el dato internacional todavía no incluye a los usuarios de dispositivos móviles). EL PAÍS es el decimoquinto periódico digital del mundo en un ranking que encabeza la web china Xihuanet.com.

A escala nacional, en España, donde ComScore ya incluye en sus mediciones a los usuarios



De arriba abajo, pantalla de audiencias, extracto de un vídeo de El País TV y página de Facebook del diario. / G. LEJARCEGI

de móvil y tableta (además de los del ordenador), elpais.com también es líder con 14,3 millones de usuarios únicos frente a los 13,4 de elmundo.es. En las mediciones en que Comscore solo recoge el dato de PC, sin contar los de dispositivos móviles, elmundo.es tiene 8 millones frente a los 7,5 de elpais.com.

“Hemos batido el récord histórico de la Compañía”, enfatiza Manuel Mirat, consejero delegado de EL PAÍS. “Y estamos trabajando en múltiples frentes buscando a un lector comprometido con el ADN de EL PAÍS”.

Tiempos informativos de revolución permanente

Los medios están en plena fase de transformación. La versión de móvil de EL PAÍS ya cuenta con un icono para compartir contenidos a través de WhatsApp. Y ya hay medios que están abriendo sus informaciones a Snapchat, la red social de los contenidos que desaparecen al poco de ser leídos y causa furor entre los más

jóvenes. “Esto es la revolución permanente”, señala Bernardo Marín, subdirector del área digital.

EL PAÍS tendrá una web responsive, es decir, que se adapte a cada uno de los dispositivos (PC, móvil, tableta) en el plazo de un año. La web Verne ya lo es; así como las de The Guar-

dian, The Boston Globe o de The Wall Street Journal. La tecnología permitirá ofrecer al usuario, ya sea en su móvil, tableta o en la web, información personalizada (notificaciones, alertas en las aplicaciones de teléfono), de modo que aquel interesado en la información deportiva abra una portada que esté ajustada a sus preferencias. El objetivo será el de siempre: “Proveer de información contrastada, independiente y de calidad, sea en el soporte que sea”, dice el director adjunto, David Alandete.

Aprovechamos esta esquina insignificante para recordar a los clientes de la HIPOTECA NARANJA de ING DIRECT QUE HAN ELEGIDO BIEN.



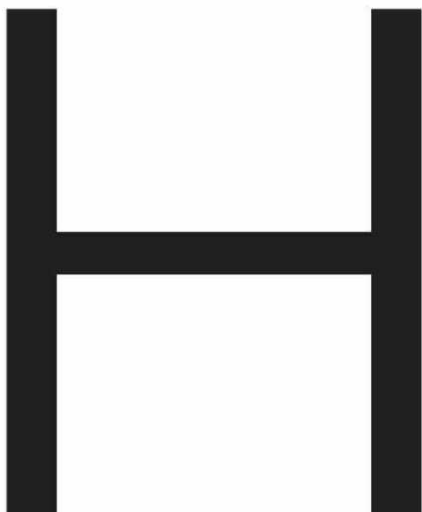
El misterio de Tina Modotti
Ni politizada 'femme fatale' ni trágica
víctima del destino: la italiana fue
una artista excepcional. Su amante
y mentor, el legendario fotógrafo
Edward Weston, dejó escrito que le
gustaría haber firmado algunas de sus
instantáneas. Una exposición recupera
ahora su deslumbrante legado.

POR MARÍA MINERA
FOTOGRAFÍA DE TINA MODOTTI





→ EL MISTERIO DE TINA MODOTTI



había un café donde solían reunirse políticos empistolados, toreros, criminales y actrices de vodevil. Pero la persona más espectacular de todas era una fotógrafa, modelo, cortesana de alto coturno y Mata Hari de la Kominintern. Fue la heroína de un truculento asesinato político y era lo que supongo se llama una belleza universal”.

Así describe el poeta Kenneth Rexroth a Tina Modotti (Italia, 1896-México, 1942) en sus memorias. Seguramente no era el único que pensaba que ella era todas esas cosas. En la época en que vivían —entre una guerra y otra— era frecuente ver a una mujer hermosa y con ideas radicales acerca de casi todo (sexualidad, educación, clases sociales, arte) pasearse con desenfado, cámara en mano, por los círculos artísticos e intelectuales de Ciudad de México, donde la conoció Rexroth, quien, hombre de su tiempo al fin, la llama prostituta, espía y hasta conspiradora política, cabe suponer que en un intento de darle *glamour* a un personaje que le aterroriza, según confiesa, y al que no consigue leer más allá de la superficie.

La figura de Modotti, a la que la Fundación Loewe dedica su primera exposición individual, en el marco de PhotoEspaña (del 28 de mayo al 30 de agosto en la tienda de Loewe de Gran Vía, 26, en Madrid), siempre ha estado rodeada de un halo de misterio. En realidad se sabe poco de su vida, pues, además de sus fotografías, no quedó mucho más rastro de ella que

las tres películas mudas en las que participó como actriz a principios de los años veinte; el texto donde plasmó sus ideas sobre la fotografía; las cartas que envió a su maestro, Edward Weston; los testimonios de la gente que la conoció, y un par de sucesos que la prensa de ese tiempo se encargó de ensalzar. Datos más bien escasos, alrededor de los cuales se ha construido una leyenda que suele mostrar a Modotti ya sea como una *femme fatale* hiperpoliticada o, por el contrario, como una trágica víctima del destino (“Pobre chica, qué vida más tormentosa”, anotó Weston en su diario). El tipo de material que hace las delicias de un biógrafo. Baste revisar los títulos de algunos de los libros que se han escrito sobre ella (*Una vida frágil, Un cuento de amor y revolución, Vivir y morir en México, Una mujer sin país, Una vida en la historia*) para darse cuenta de lo fácil que es caer en la tentación de observar a Modotti desde ese ángulo donde su fotografía sirve para poco más que ilustrar los pormenores de su desdichada existencia. Y es que, en efecto, tiene todos los ingredientes de un culebrón: joven italiana de clase obrera que se abrió paso, primero en Hollywood y después en la vanguardia artística internacional, para luego convertirse en una luchadora social “siempre dispuesta”, según Pablo Neruda, “a lo que nadie quiere hacer: barrer las oficinas, ir a pie hasta los lugares más apartados, pasarse las noches en vela escribiendo cartas o traduciendo artículos. En la guerra española fue enfermera para los heridos de la República”.

En el camino, además, perdió a dos de sus grandes amores: el poeta y pintor Roubaix de l'Abrie Richéy, que murió de viruela, y Julio Antonio Mella, revolucionario cubano, balaceado en el centro de Ciudad de México cuando salía con Modotti de un mitin. Ella, por si fuera poco, tuvo que sufrir el acoso de la prensa, que la señaló como autora del crimen, supuestamente pasional, y de la policía, que registró su departamento y confiscó cartas y fotografías. Al poco tiempo se la acusó nuevamente de ser parte de un complot para asesinar al presidente recién electo de México, por lo cual fue detenida y más tarde expulsada del país. Después de deambular algunos años por Europa, volvió a México, pero solo para morir en sospechosas circunstancias, a los 46 años, a bordo de un taxi que la llevaba de regreso a casa. Algunos hablan de una purga comunista. Otros, simplemente, de un infarto.

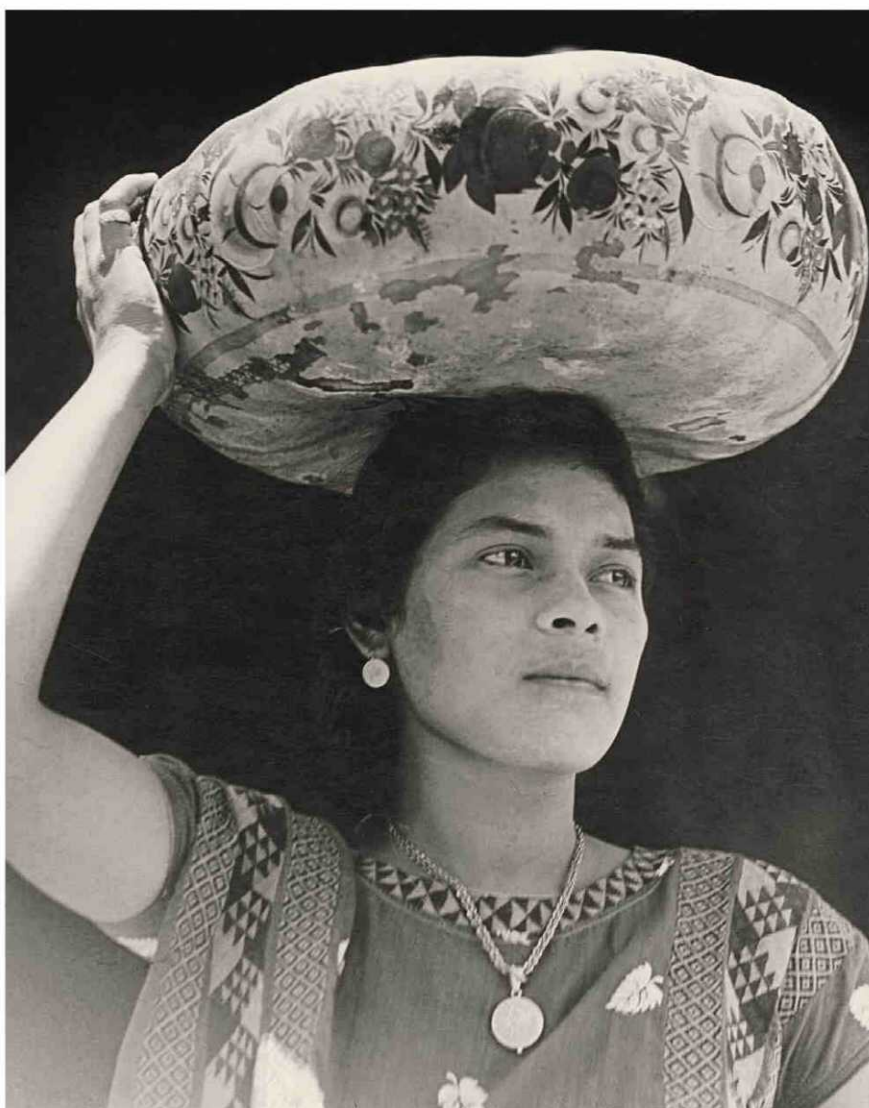
Sin embargo, nunca ha cabido la menor duda de que fue una artista excepcional. Weston, que también fue su amante, se dio cuenta



De clase obrera,
se abrió paso en
Hollywood y en la
vanguardia artística,
y fue una luchadora
siempre dispuesta,
según Neruda, a lo
que nadie quería hacer

DOBLE PÁGINA ANTERIOR
Belleza universal. Retrato
de Tina Modotti y bodegón
fechado entre 1928 y 1929.

ESTA DOBLE PÁGINA
Naturaleza muerta. Arriba, *Calla Lily*
(1924-1926). **Retratos.** A la derecha, *Mujer
de Tehuantepec* (1929) y *Diego Rivera
trabajando* (a la izquierda, de espaldas).

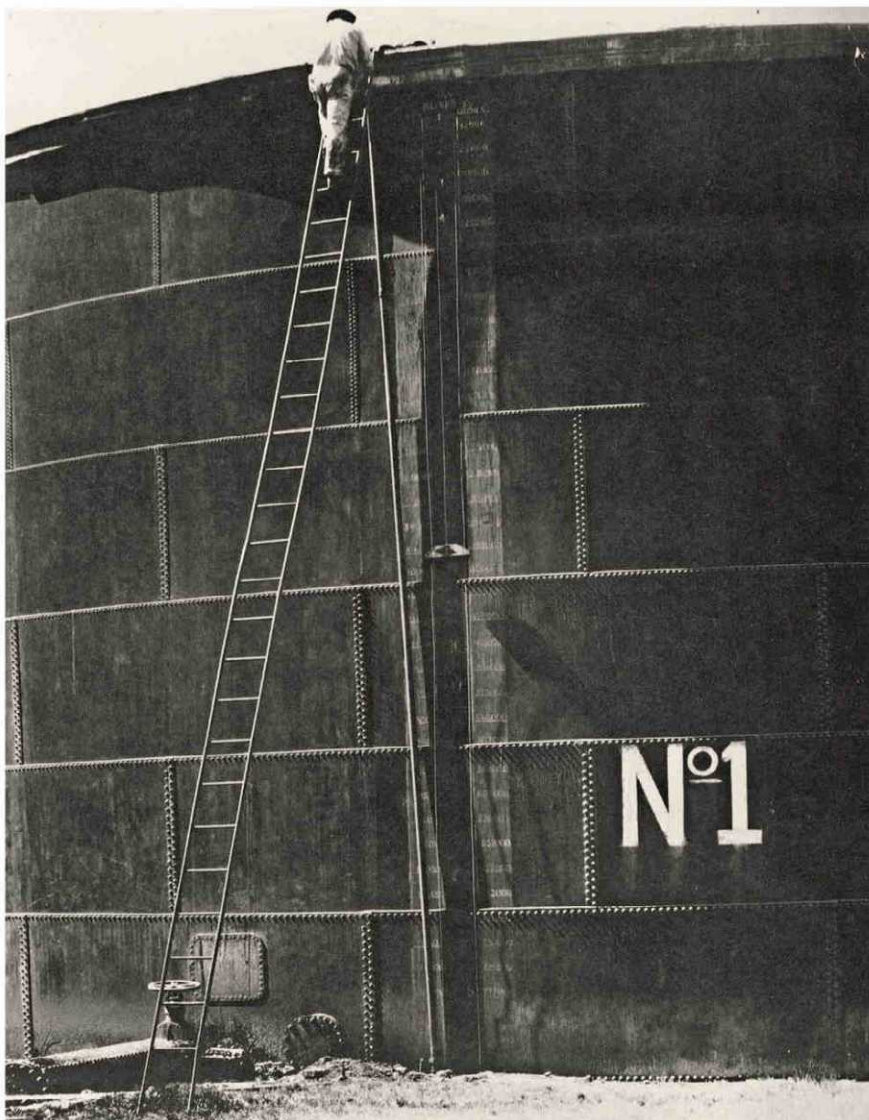


de inmediato, y hasta le escribió a un amigo para expresarle su entusiasmo: "Tina ha hecho una foto que me gustaría poder firmar con mi nombre; eso no me sucede a menudo. Las fotografías de Tina no pierden nada en comparación con las mías, expresan lo suyo". Era el comienzo de 1924 y ella había aprendido a usar una cámara hacía apenas seis meses. Las fotos que tomó entonces se parecen mucho a las de Weston, en parte porque fueron realizadas en los mismos escenarios y reveladas con la misma técnica. Pero también porque había una búsqueda común: la de crear un lenguaje puramente fotográfico. En este sentido, la llegada a México fue crucial para ambos, tal vez incluso más para Weston, cuya producción se transformó por completo con la aparición de las primeras imágenes de objetos aislados (por ejemplo, la del juguete mexicano), de las cuales Modotti hizo sus propias versiones (como la famosa toma cerrada de las rosas). Invitados por la revista *Mexican Folkways*, realizaron una serie de viajes por el interior del país que plasmaron en fotografías que habrían de inspirar al pintor Diego Rivera a decir que "muy pocas expresiones plásticas modernas me producen un goce más puro y más intenso que las muchas obras maestras de Weston y Modotti".

Para ella, sin embargo, México fue decisivo también por otra razón: la puso en contacto con una realidad que despertó su sentido de la responsabilidad política. Y eso dio origen al conflicto que más la atormentó en la vida (más que sus amoríos), y que ella expresó con toda claridad en una carta que envió a Weston en julio de 1925, cuando él se encontraba en California junto a su familia (esposa incluida): "No he sido muy 'creativa', como puedes ver -menos de una impresión al mes-. ¡Qué terrible! [...] No puedo, como alguna vez me propusiste, 'resolver los problemas de mi vida perdiéndome en los problemas del arte' [...] Debería haber un equilibrio [pero] en mi caso, la vida lucha en todo momento por el predominio, y el arte, naturalmente, se resiente [...] en otras palabras, *pongo demasiado arte en mi vida* y, por tanto, no me queda mucho que dar a mi arte". Ese fue el verdadero drama de Modotti: la oposición entre sus ganas de llevar la fotografía hasta sus últimas consecuencias estéticas y su necesidad, cada vez más apremiante, de participar de algún modo en la mejoría del mundo. Anheló que, por ejemplo, la llevó a finales de los años veinte a poner su cámara al servicio de las Escuelas Libres de Agricultura, creadas por el científico e independentista indio Pandurang Khankhoje, que ofrecían "enseñanza →



→ EL MISTERIO DE TINA MODOTTI



rural y consulta gratuita” a los campesinos. Para Modotti la fotografía era, por encima de la pintura, el medio idóneo para “registrar la vida objetiva en todas sus manifestaciones”, y pensaba que si a eso se le añadía “sensibilidad y comprensión del asunto y, sobre todo, una clara orientación del lugar que debe tomar en el campo del desenvolvimiento histórico”, el resultado sería “digno de ocupar un puesto en la producción social”. Sus fotos del proyecto de Khankhoje pueden contarse entre los ejercicios más tempranos de fotorreportaje social.

El problema era que a Modotti le importaba demasiado la fotografía como para seguir con su vida de activista y que las imágenes no fueran más que un medio de subsistencia –cada vez las requerían más en periódicos y revistas–. Prefería no sacar ninguna foto antes que sacrificar la calidad, que tanto valoraba.

Tina Modotti se debatía entre sus ganas de llevar la fotografía a sus últimas consecuencias y su necesidad de mejorar el mundo

Contra los miopes. *Tank No. 1* (1927), de Tina Modotti. Cortesía de Throckmorton Fine Art.

De Weston había aprendido no solo la técnica, también su visión de la fotografía, ubicada en las antípodas del pictorialismo dominante de la época. El fotógrafo, pensaba Weston, debía dejar atrás los vanos intentos de copiar a la pintura para producir imágenes honestas, sin trucos. Eso que hacía proclamar a Siqueiros que “Weston y Modotti crean *Verdadera Belleza Fotográfica* [pues] las cualidades materiales de las cosas y objetos que retratan no podrían ser más *Exactas*: lo que es áspero es áspero; lo que es liso es liso; lo que es carne está vivo”. Pero Modotti no solo se sumó a la batalla “contra los miopes, que siguen mirando a este siglo XX con ojos del siglo XVIII y que, por tanto, son incapaces de aceptar las manifestaciones de nuestra civilización mecánica”; la llevó más lejos. Para ella la fotografía se volvió un arma. Weston, en cambio, siguió produciendo imágenes fotográficas puras. Fue casi como si hubieran decidido moverse en sentidos opuestos: mientras Weston iba cada vez más adentro, acercándose a los objetos hasta casi volverlos irreconocibles, Modotti abría más y más el plano para captar escenas que hablaban del presente (*Manifestación de trabajadores*, de 1926, es un buen ejemplo). Es decir, que abandonó el estudio y salió a la calle, a los barrios bajos de la ciudad, donde descubrió, a decir de su amigo Carleton Beals, “a tipos tan terribles en sus miserias que alcanzan las exageraciones de Miguel Ángel”.

Beals lamentaba que Modotti, que era “espléndida en la naturaleza muerta, los retratos y los detalles arquitectónicos”, se hubiera comprometido socialmente. Pero entendía que “las cualidades movedizas de la vida la atraían mucho más que los estudios estáticos”. A esto se sumaba un deseo de alcanzar un público mayor, por eso prefería la “instantánea” a las “perfectas impresiones con platino para ricos coleccionistas”. Y con el tiempo, ni eso: el problema de la vida y el arte se resolvió al irse de México. Intentó registrar la nueva realidad que se le presentaba, pero ninguno fue tan poderoso como las imágenes que hizo allá. Tal vez supo entonces que su carrera de fotógrafa había llegado a su fin. Según Neruda, incluso arrojó al río Moscova su cámara Graflex, “y se juró a sí misma consagrar su vida a las más humildes tareas del partido comunista”. O tal vez pensó que algún día volvería a tener sentido hacer fotos. Cuenta la leyenda que de vuelta en México sacó algunas que se perdieron. Cómo saberlo. La última imagen conocida, curiosamente, está tomada desde un barco. Quizá después lanzara la cámara al agua ●



★ **CRÓNICA21** ★
 'Un arxiu actiu per
 construir el present'
 ★ **Claustre de la Uni-
 versitat de Barcelona.**
Del 22.05.15 a juny

Crónica21 és un arxiu multidisciplinari *on line* i de lliure accés que recull projectes sobre la prolongada crisi que pateix Espanya des de l'any 2008 i que inclouen fotografia, video, il·lustració, text i àudio. Aquesta pàgina web bilingüe castellà-anglès (www.cronica21.org) és una galleda de realitat i també una eina documental. Una mostra d'aquestes imatges ocuparà unes setmanes el claustre de l'edifici històric de la Universitat de Barcelona. A dalt, una foto d'Olmo Calvo.



★ **JOAN TOMÀS** ★
 'Paper actiu'
 ★ **Centre Cívic
 Pati Llimona. Del
 23.05.15 al 14.09.15**

Els retrats en blanc i negre del fotògraf Joan Tomàs són autèntics tractats de psicologia. Aquesta vegada, a *Paper actiu*, recorre 11 anys d'instal·lacions a l'espai urbà que utilitzen la imatge com a vehicle per donar veu a persones i col·lectius que habitualment són silenciats als mitjans de comunicació. Darrere d'aquestes imatges de ciutadans hi ha el desig de reivindicar un espai, el desig de crear fòrums on siguin possibles el diàleg, la trobada i el coneixement.



FESTIVAL FOTOGRAFIA DOCUMENTAL BARCELONA

DOCfield ▶ 15

IMATGES QUE NO S'OBLIDEN

TEXT LUIS MIGUEL MARCO

“**A VEURE SI ENTRE TOTS** fem que Barcelona sigui molt més que turisme”, deixa anar Silvia Omedes, directora de la Fundació Photographic Social Vision, abans d'obrir el seu ordinador, que és una finestra al món. S'adreça a **DOMINICAL** amb una proposta difícil de rebutjar: “Volem convertir Barcelona durant dos mesos en un aparador del millor fotoperiodisme nacional i internacional. ¿Ens ajudeu a difondre-ho?”.

Aquí teniu un avançament de DOCfield>15. Des d'ara mateix

i en les pròximes setmanes, 38 exposicions gratuïtes i molt interessants ocuparan espais públics i privats de la ciutat. “Les dues novetats d'aquest any són les rutes i la guia Photolover. Hem classificat els espais expositius dels barris de la ciutat en set rutes. Així és més fàcil decidir quines exposicions veure. I la guia Photolover és un directori que reconeix la bona praxi d'empreses i organitzacions que estimen i treballen al voltant de la fotografia a Barcelona”, explica Omedes.

A més, hi haurà quatre sessions gratuïtes de projeccions nocturnes en places públiques els dijous del mes de juny, exposicions efímeres en espais oberts, tallers... Jessica Murray és la directora artística del festival.

En aquests temps tan convulsos per a la pràctica del fotoperiodisme és admirable l'esforç, necessari i compromès, dels més de 70 autors representats. Aquí us en presentem alguns. Segur que els seus treballs no us deixaran indiferents.

★ **FRANCESCO ZIZOLA**
 ★ 'La profunditat del silenci'
 ★ **Façana del Museu Marítim.**
Fins al 31.07.15

Potser no recordeu aquell naufragi perquè ja n'hi ha hagut tants al Mediterrani que és difícil tenir-los tots presents. El 3 d'octubre del 2013, un pesquer libi que transportava uns 500 emigrants es va enfonsar a la costa de l'illa italiana de Lampedusa i va causar la mort de 366 d'ells. Aquest és un homenatge, en forma d'imatges aquàtiques fetes per aquest fotògraf romà, a la memòria de les persones que han perdut la vida en la seva recerca d'un futur millor, no només aquell tràgic dia, sinó també abans i després.



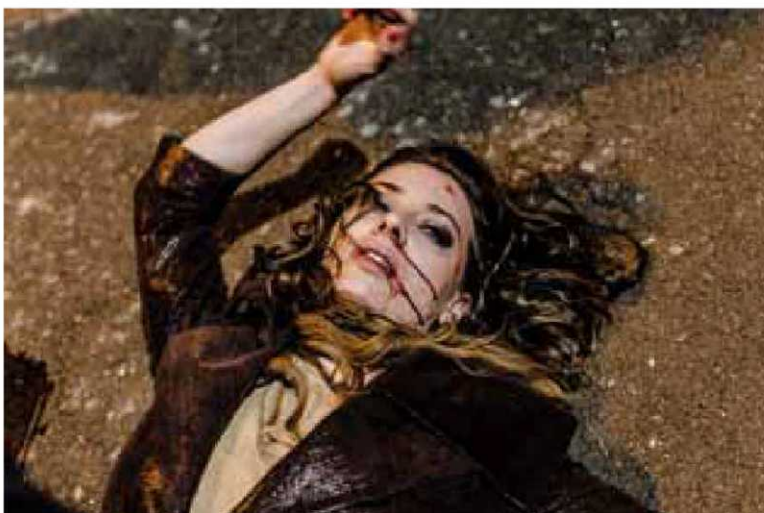


★ **JOAN GUERRERO** ★ 'Lamento Borincano' ★ **Barcelona Visions.**
Fins al 5.07.15

El veterà fotògraf Joan Guerrero va anar fins a la província equatoriana de Chimborazo per retratar la vida d'un indígena quítxua en el seu viatge des del camp fins als carrers de la ciutat de Riobamba, on ven la seva mercaderia. Una altra exposició seva en blanc i negre ens convida a conèixer, a la Casa Amèrica, el treball de Pere Casaldàliga, el bisbe català i teòleg de l'alliberament responsable d'una de les prelatures més pobres del Brasil: São Felix de Araguaia.

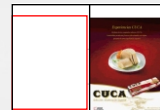
★ **GUILLAUME HERBAUT** ★ 'Ucraïna: De Maidan a Donbass' ★ **Institut Français.**
Del 20.05.15 al 24.07.15

La gravetat del conflicte que sacseja Ucraïna ha situat l'antiga república soviètica a l'agenda mediàtica internacional. Però el fotògraf francès Guillaume Herbaut des de començaments d'aquest segle explica històries d'un país que el va captivar. Va començar el 2001 un treball que reflecteix des de les primeres protestes i enfrontaments violents fins a la fugida del president Ianukóvitx, la separació de Crimea i la seva posterior unió amb Rússia, i l'*statu quo* a les regions prorusses. "Continuaré treballant perquè el conflicte segueix", assegura. Les seves imatges van ser recompensades en l'última edició del festival de fotoperiodisme Visa pour l'Image, a Perpinyà, amb el premi Visa d'Or.



★ **GUY MARTIN** ★ 'City of dreams'
★ **The Folio Club.**
De l'11.06.15 a l'11.09.15.

Drames amb sang, amb *capos* dolentíssims i dones fatals, amb històries d'amor trencades i de fons, les llums d'Istanbul i el Bòsfor. Els arguments de ficció de les telesèries turques sedueixen desenes de milions d'espectadors també fora de Turquia, d'Atenes a Riad. Però atenció: per a Turquia també són una forma d'exportar la seva cultura de laïcisme i riquesa a una audiència que frisa per saber més sobre el seu veí pròxim. D'això va aquesta mostra que recull escenes dels rodatges.



★ **TANYA HABJOUQA**
★ **'Occupied pleasures'**
★ **Palau Robert. Fins al 30.08.15**

Un jove fuma un cigarret després d'haver passat pel rigorós control israelià de Qalandia, a l'entrada a Cisjordània. És l'últim dia del Ramadà i porta un xai a casa per celebrar l'Eid, el final del dejuni. La fotografia Tanya Habjouqa, nascuda a Jordània, resident als EUA i casada amb un palestí, ha retratat "petits plaers" dels més de quatre milions de palestins que viuen a la Franja oest, Gaza i Jerusalem sota àrdues condicions polítiques i econòmiques i limitada llibertat de moviments. L'any passat va guanyar un dels premis World Press Photo.

★ **ABBIE TRAYLER-SMITH** ★ **'The Big O'**
★ **FNAC Triangle. Del 2.06.15 al 31/07.15**

Aquesta fotografia gal·lesa va guanyar l'any passat un World Press Photo en la categoria de retrats per aquesta sèrie d'imatges, d'una profunda honestat, al voltant d'una noia amb sobrepès, Shannon. L'obesitat infantil i juvenil és un problema sanitari no només al Regne Unit. En una societat que valora la primesa per sobre de tot, on el 33% dels joves no se senten a gust amb el seu cos, els efectes psicològics que comporta ser gras són tan preocupants com els seus efectes obvis per a la salut. "Per favor. Deixeu de dir-me que mengi menys i faci exercici i poseu-vos un dia al meu lloc a veure què penseu", va escriure la jove Shannon als 14 anys.



★ **WILLIAM DANIELS** ★ **'El tren dels oblidats'** ★ **Espai de fotografia Català-Roca. Casa Golferichs. Del 4.06.15 al 24.07.15**

Al llarg de la línia de ferrocarril Baikal-Amur Magistral, uns 4.000 quilòmetres a l'extrem oriental rus, hi circula un tren hospital que para a cada poble una o dues vegades a l'any i que, per als seus habitants, també és l'últim vincle amb la Rússia occidental que tant s'ha desenvolupat en els últims temps, però sense comptar amb ells. L'obra de William Daniels gira al voltant de les preocupacions humanitàries. També ha documentat les seqüeles del tsunami a l'Àsia o el terratrèmol a Haití, entre altres desastres.

**Sergi Vicente.** Periodista. Director de Barcelona TV (BTV)

“La graella té els dies comptats”



Twitter és l'eina de formació d'opinió política més important

GEMMA BUSQUETS

● Com ha estat passar de la trinxera del periodisme a un despatx?

M'ho pregunten sovint. Per a mi era una qüestió més personal; feia molts anys que feia el mateix i em venia de gust un canvi. I després, una oportunitat. Va sortir un concurs públic i no em pensava que sortiria escollit; creia que tot això estava més polititzat. També, per a sorpresa de tothom i meva, vaig presentar el projecte que més els va interessar i aquí estic. A partir d'aquí el canvi ha estat molt interessant. Com que és un repte important i implica molta feina, doncs m'agrada. Funciono així. És difícil i no m'ho prenc a la lleugera perquè implica una part de responsabilitat que no tenia fent de corresponsal, però tot i així l'estic disfrutant.

Quin balanç fa d'aquests cinc mesos al capdavant de BTV?

M'han servit per aterrar i per posar-me en situació. I segon, per conceptualitzar i començar a concretar allò que vull fer. I tercer, per començar a fer algunes accions que d'alguna manera marquin aquest territori. A partir d'ara és la part més difícil perquè tot allò que vull fer no sé si ho podré fer així d'entrada perquè tenim una limitació important quant a estructura però sobretot de pressupost. Però fem coses i en aquest sentit no estic ni frustrat ni insatisfet. El 8 de maig vam fer el debat dels candidats a l'alcaldia de Barcelona i ho vam fer doblement participatiu.

El debat electoral és un format molt encotillat i més en una tele pública.

En el debat vam intentar aplicar l'ideari que vaig plantejar en el qual hi ha dos eixos importants que són innovació i participació. I sí, que vam evolucionar en el format clàssic, de plató, en què tot està més pautat, més fred i hi ha una distància entre l'electorat, els votants, i els polítics. Alhora vam voler fer-lo més participatiu via xarxes socials. I Twitter era una solució natural, perquè penso que Twitter és l'eina de forma-

És ambició pel mitjà de comunicació de la capital i tornar-li la diferència

ció d'opinió política més important ara mateix.

Les eleccions municipals són la seva primera tasca important en el càrrec. Pressió afegida?

A BTV és molt més fàcil respecte d'altres mitjans públics perquè hi ha un consell d'administració que té una gran capacitat de consens i que impedeix que hi hagi la temptació d'instrumentalització directa. Per tant s'han de posar d'acord tots els partits, començant per la tria del director.

I sincerament no tinc una pressió directa de l'Ajuntament per fer una cosa o altra.

Per a molts la tele tradicional ha mort. També la local? Com es pot reinventar?

Depèn de quina sigui la teva ambició. En el cas de BTV, que no és una tele local estricta, transcendeix la limitació territorial, hem de ser ambiciosos. Per tant l'aposta és forta quant a posar el centre de gravetat en el contingut i no tant en el programa televisiu, o en la graella, qüestions més d'abans. Però no és gens fàcil perquè tant en les dinàmiques de producció d'informatius com en els projectes que et presenten s'arrossega aquesta manera de pensar. També perquè no s'ha definit exactament què és això del *transmèdia*. Tinc clar que la imatge de pantalla, la graella, té els dies comptats, la gent ja no ens consulta així. Li queden quatre telenotícies que no comen-

cen a dos quarts de tres del migdia sinó quan ha passat aquella història. I has de fer la reflexió de quina finestra et serveix millor per explicar-ho. En el cas de BTV, sent la tele d'una de les capitals europees hem d'aspirar a quelcom més.

Fa anys, BTV era paradigma d'una tele d'avantguarda, diferent. Vol recuperar l'ànima?

Has parlat de diferència i per a mi això és clau. No vol dir necessàriament tornar a una manera de fer televisió. El que per a mi era fonamental d'aquella època i va funcionar era que es feia una cosa diferent.

L'espectador veurà aquests canvis aviat?

Dies o setmanes, no. Sí que estic treballant molt buscant complicitats amb altres actors de la ciutat; de l'administració, de la universitat... El mitjà de comunicació de la ciutat no pot fer el camí sol. Quant a continguts, ho tenim una mica aturat per qüestions de pressupost.

És jove: BTV és un trampolí?

El que em ve de gust és treure el màxim profit possible d'aquests sis anys de contracte. M'agrada treballar per etapes i quan estic en una, disfrutar-la al màxim.



Sergi Vicente fotografiat a la seu de BTV el dia de la presentació als mitjans. ACN

BIOGRAFIA

Sergi Vicente

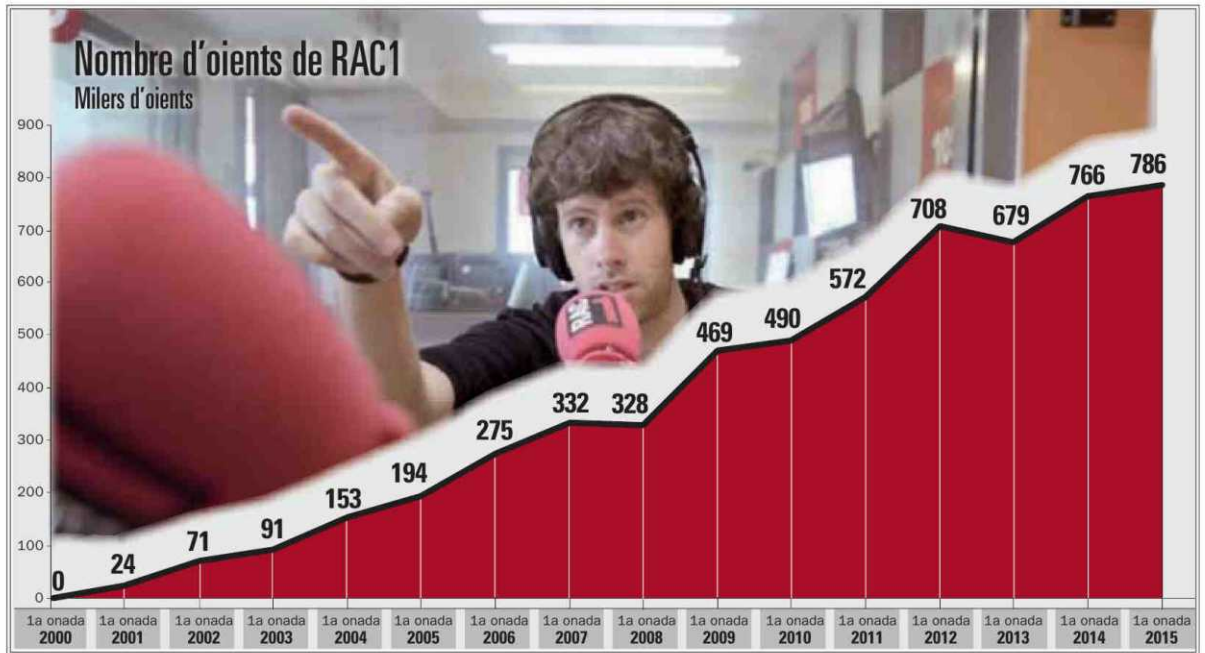
(Barcelona, 1975). Va estudiar periodisme a la Universitat Autònoma de Barcelona. Des del 2003 va treballar com a corresponsal a la Xina per a TV3. És director de BTV des del gener d'aquest any



Un dels actes que es repeteixen cada any, És Nadal al Món, des del Palau de la Música Catalana, i la cursa dels 15 anys amb més de 5.000 oients participants. RAC1



“L'èxit no és passar-ho bé. L'èxit és perquè som una ràdio de radiofonistes”, destaca el director Eduard Pujol



RAC1 15 anys d'un nou model de

GEMMA BUSQUETS

● La temporada radiofònica de l'any 2000 va suposar un fet històric a Catalunya: s'ampliava l'oferta del dial en català en la ràdio convencional i es trencava així el monopoli que de la llengua tenien les emissores públiques. A Catalunya Ràdio, que fa quinze anys era líder, i Com Ràdio s'hi afegien dos projectes liderats per dues iniciatives privades: Ona Catalana i RAC1.

L'any 2000 s'incrementava l'oferta del dial en català i així es trencava el monopoli de les emissores públiques

L'entrada de les emissores privades en català va plantejar en aquell moment el dubte de si hi hauria prou oients i, sobretot, de com es repartiria el pastís publicitari. Quinze anys després, no només s'ha augmentat el nombre d'oients de la ràdio en català –tot i haver desaparegut del dial Ona Catalana– sinó que un model de ràdio diferent, el de l'aposta que va iniciar l'1 de maig de l'any 2000 RAC1, s'ha imposat com a líder destacat i ha batut tots els sots d'audiència.

EGM DEL 2000

Catalunya Ràdio

era líder amb 591.000 oients.

La Ser

era segona a Catalunya amb 395.000 oients.

Onda Cero

era tercera amb 313.000 oients.

Matins: el 'prime time' de la ràdio

Considerada la franja de màxima audiència de la ràdio, RAC1 es va destacar des del minut 1 amb un magazín matinal diferent del que l'oient català estava acostumat a sentir.

L'any 2000, a *El matí de Catalunya Ràdio* hi havia Antoni Bassas. A COM Ràdio hi havia



Joan Barril amb *La R-Pública*, i la també nova Ona Catalana buscava un perfil clàssic en la figura de Josep Cuní.

RAC1 va competir-hi amb Albert Om, que va estrenar *L'hora del patí*. El 2004, Xavier Bosch es va fer càrrec de la franja amb *El món a RAC1* fins al 2007, que va passar el relleu a Jordi Basté, que ha estat l'artífex de situar el magazín matinal de RAC1 com el més escoltat.

La cursa de fons de les dades de l'EGM

El 23 d'abril del 2009, RAC1 va prendre el lideratge a Catalunya Ràdio. Les dades de l'Estudi General de Mitjans (EGM), que es basen en un seguit d'enquestes i que són l'eina tradicional de mesura de l'audiència de ràdio, s'han considerat també com una carrera de fons. El director de RAC1, Eduard Pujol, defensa que ho continua essent i fa una comparació futbolística: "El partit d'avui no serveix per guanyar el proper."



anys. El primer director de RAC1, Eugeni Sallent –des de l'abril del 2012 director de TV3– va destacar fa quinze anys, en la presentació del projecte, que RAC1 s'allunyava del "model clàssic de ràdio" amb una "aposta clara per l'entreteniment". L'humor era una de les característiques dels continguts de l'emissora i en aquest sentit va dur a terme una política de fitxatge d'estrelles televisives com Albert Om, que va presentar el primer magazín matinal de l'emissora, *L'hora del pati*; Manel Fuentes o l'equip de Toni Soler, Queco Novell i Manel Lucas amb l'aposta per la sàtira política a la ràdio.

RAC1 també es va diferenciar del duel que l'enfrontava, en els primers anys, amb Ona Catalana, tal com va recordar Sallent en el programa especial dels 15 anys que es va fer l'1 de maig. "En aquell moment hi havia moltes incerteses perquè eren dues apostes per dos models diferents, no només de continguts, sinó empresarials", va explicar Sallent. "Ona Catalana intentava ser una rèplica més del que era Catalunya Ràdio, molt implantada al territori amb delegacions, amb una estructura complexa i cara i el format de gran ràdio. El plantejament de RAC1 era més auster i érem més conscients de les nostres limitacions", destacava Sallent sobre el projecte radiofònic del Grup Godó (*La Vanguardia*, 8TV). L'alternativa que va proposar RAC1 –"desinhibida, desacomplexada"– va saber-se situar entre una ràdio pública catalana molt potent i líder indiscutible l'any 2000 i l'oferta de les ràdios espanyoles, que eren segona opció. Eugeni Sallent hi afegia que era una proposta que fàcilment "connectava amb un públic jove" i l'actual director, Eduard Pujol, coincideix també que el "rejoventament de l'audiència radiofònica" ha estat una de les claus.

Internet: la gran aliada de la ràdio

Ha estat cabdal per augmentar el nombre d'oients i també ha canviat hàbits de consum

● En aquests quinze anys, internet ha revolucionat també el sector radiofònic. La xarxa ha estat cabdal per reactivar el consum de ràdio entre els joves, un dels segments que defugia tradicionalment el pas de la radiofórmula, eminentment musical, cap a la generalista, un tipus de ràdio més convencional i seriosa. I en aquest sentit, RAC1 ha estat l'emissora que ha sabut trobar la fórmula per aplegar aquest perfil d'oient que busca continguts més enllà de l'entreteniment. RAC1 s'ha fet gran amb els seus oients en aquests quinze anys. Aquest oient també és el gran consumidor de ràdio per internet, un hàbit que s'ha impulsat amb l'eclosió dels telèfons mòbils intel·ligents i les aplicacions per poder escoltar la ràdio. El director de RAC1, Eduard Pujol, ho il·lustra amb una anècdota: "Quan assisteix a alguna conferència sempre pregunto a la sala quants mòbils hi ha; fa quinze anys quantes ràdios hi hauria hagut a la sala?" I és que el mòbil no només és el nou transmissor sinó que amb internet l'escolta s'ha fet a la carta. "Es pot escoltar la ràdio a més llocs i a més hores i en qualsevol situació; i allò que ja s'ha dit es pot tornar a sentir; les paraules ja no se les endú el vent", afegeix Pujol. RAC1 és líder a tot Espanya de consum per internet tres hores al dia: de les dotze del migdia a la una i de sis a vuit del vespre, la franja que correspon a l'última hora de Toni Clapés i la primera hora del magazín esportiu *Primer toc*. A més, Pujol dona una xifra per afegir: La competència supera un milió de podcast –servei que permet descarregar l'àudio– al mes. Tot i aquests excel·lents indicadors en el consum de ràdio per internet, "un esforç tecnològic que demostra que hem entès el que l'audiència ens demanava", Pujol recorda, però, que si no es fa un bon producte, no hi ha audiència. GEMMA BUSQUETS

EGM DEL 2015

RAC1

és líder amb 786.000 oients

Catalunya Ràdio

és segona amb 601.000 oients

La Ser

és tercera amb 389.000 oients

Read it in English on page xx

“

RAC1 és líder a tot Espanya de consum per internet tres hores al dia: de 12 a 13 h i de 18 a 20 h

e ràdio

L'actual director de RAC1, Eduard Pujol, assenyalava com a claus de lèxit un "còctel" de diversos elements. "Hi ha qui ho redueix al *bon rotllo*, a passar-nos-ho bé; i ho fem, però lèxit és l'encert d'haver reunit una ràdio de radiofonistes", explica Pujol. "La base és l'ofici del radiofonista i és un origen que no hem perdut." El director de l'emissora també destaca el to de RAC1, una marca de fer ràdio que s'escolta, molt propera a l'oient i que va en sintonia amb la proposta, que ja era diferent fa quinze

Tarda: 10 anys i un nom, Toni Clapés

En l'any del seu desè aniversari a RAC1, Toni Clapés ha rebut el premi Ondas, el de més prestigi, i que s'afegeix al premi nacional de ràdio rebut el 2013. Clapés és líder de la tarda a Catalunya des del primer EGM de l'any 2000. Primer a Catalunya Ràdio i, des del se-



tembre del 2005, a RAC1, emissora en què ha viscut un augment es-

pectacular els darrers anys. En l'última onada, de l'abril d'enguany, Versió RAC1 va reunir 205.000 oients diaris. El director de RAC1, Eduard Pujol, destaca de Toni Clapés "la capacitat de saltar de la informació a l'humor" amb l'ajut del senyor Marcel·lí.



La lluita contra el terrorisme

Bin Laden, el cadàver incòmode

La nova versió sobre la seva mort anima el debat sobre la veritat oficial

La Casa Blanca desdenya la teoria, però rep crítiques pel secretisme

IDOYA NOAIN
NOVA YORK

Seymour Hersh va llançar la bomba fa set dies. En un article de 10.011 paraules a *London Review of Books*, el premi Pulitzer va donar la seva versió de l'operació en què el 2 de maig del 2011 es va assassinar Ussama bin Laden i va denunciar que la versió oficial de la Casa Blanca «la podria haver escrit perfectament Lewis Carroll».

Segons Hersh, alts comandaments de les Forces Armades i l'espionatge del Pakistan -que mantenen el líder d'Al-Qaida des del 2006 a Abbottabad- van ser informats de la missió. Aquesta s'hauria originat gràcies a la xivatada d'un exalt càrrec d'ISI, l'agència d'espionatge pakistanès, i no seguint el correu de Bin Laden com manté l'Administració nord-americana. Segons l'article, a més, ni es va recuperar «un tresor» de documents ni el cos va rebre sepultura en alta mar.

Immediatament la seva versió va ser desqualificada per la Casa Blanca com un «disbarat absolut». Alts càrrecs pakistanesos com l'antic ambaixador a Washington també van desmentir les seves afirmacions i bona part de la premsa nord-americana es va llançar a atacar i qüestionar el periodista i el seu treball. Es va esmor-teir, així, l'efecte de les explosives afirmacions.

L'article, no obstant, ha servit com a mínim per tornar a analitzar la veritat oficial d'una Administració que, segons denuncien molts periodistes i grups que treballen pel govern obert, enfronta greus problemes de transparència i s'aferra al secret emparant-se en una interpretació massa generosa de què és «seguretat nacional».

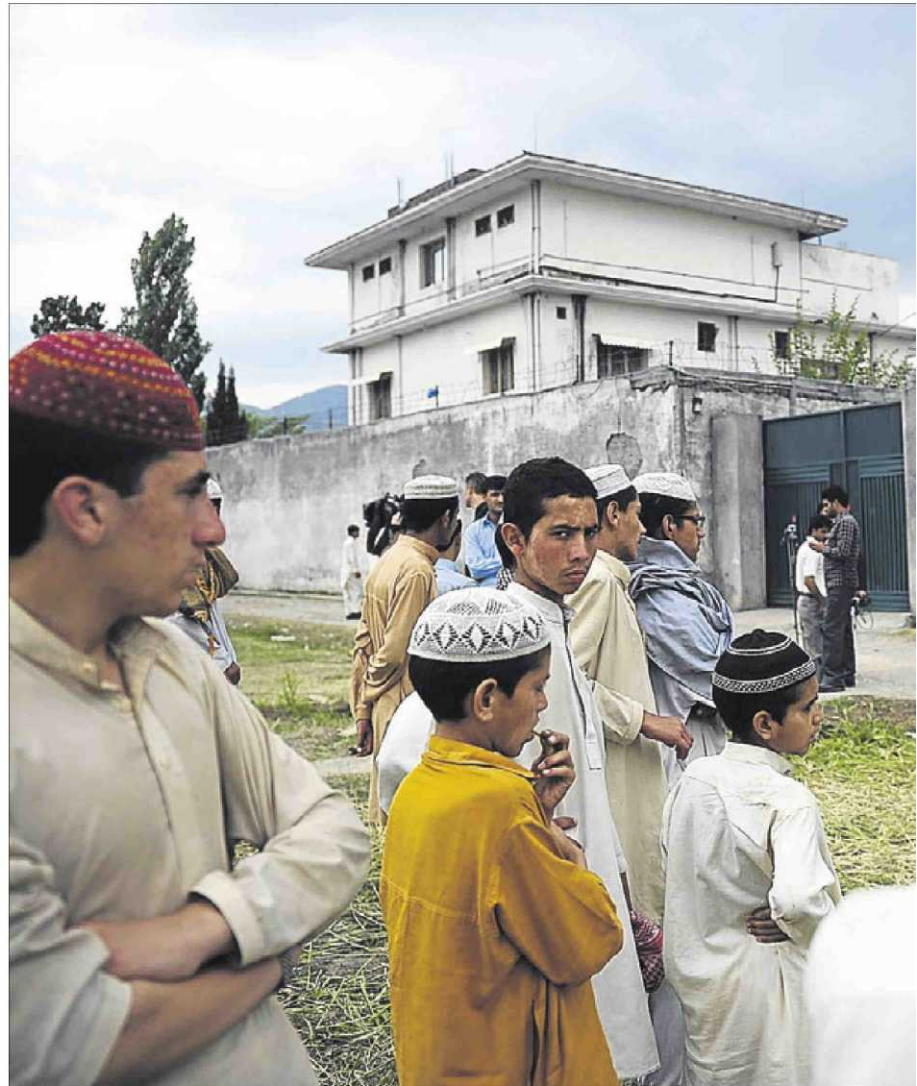
«El registre oficial de l'operació de Bin Laden és anèmic», constata en una entrevista telefònica Lauren Harper, de l'Arxiu de Seguretat Naci-

onal, un grup basat en la Universitat George Washington. Part d'aquesta anèmia es deu al fet que tots els papers de l'operació Arpó de Neptú -que inicialment es va anunciar que gestionaria l'oficina del secretari de Defensa- van ser traspasats l'any 2013 a la CIA. Des del 1984, aquesta agència està emparada per llei per mantenir com a secrets «arxius operacionals», fins i tot en el cas que la seva desclassificació se solliciti a través de la Llei de llibertat d'informació (FOIA).

Això ha contribuït a crear el que Harper defineix com «un forat negre». I fora d'ell, a part de 175 pàgines d'unes traduccions de papers trobats a Abbottabad i 148 pàgines més de correspondència de Bin Laden que es van fer servir en un judici per terrorisme, el govern únicament ha fet públics una pila de documents, incloent-hi les fotos de satèl·lit del complex a Abbottabad i les transcripcions de sessions informatives de la Casa Blanca i els Departaments de Defensa i Estat en què es descriuen les contradiccions en els primers relats oficials, incloent-hi la versió -després corregida- que Bin Laden va fer servir una muller com a escut.

L'US DE HOLLYWOOD // S'han desclassificat també correus, memoràndums i transcripcions de les entrevistes que van mantenir amb el subsecretari de Defensa, el subdirector de la CIA i cinc operatius militars i de la CIA, la cineasta Kathryn Bigelow i el guionista Mark Boal per fer *La noche más oscura*. «Hi van tenir accés gairebé il·limitat, un accés que mai s'ha donat a la ciutadania, i resulta veritablement problemàtic que a la vegada que es donava a la premsa informació enganyosa s'estigués col·laborant amb Hollywood per fer un *blockbuster* que queda com la història de factos», denuncia Harper.

Els únics documents oficials pu-



Tot el registre de l'operació Arpó de Neptú es va traspasar a la CIA, emparada per llei per no desclassificar

Per a 'La noche más oscura', es va donar accés il·limitat a material als realitzadors i va quedar com a història de facto

blicats que posen en entredit part de la versió de Hersh són uns correus referits a l'enterrament en alta mar, en un dels quals es llegeix: «FEDEX ha entregat el paquet». Això confirmaria que el cos de Bin Laden va arribar al *USS Carl Vinson*.

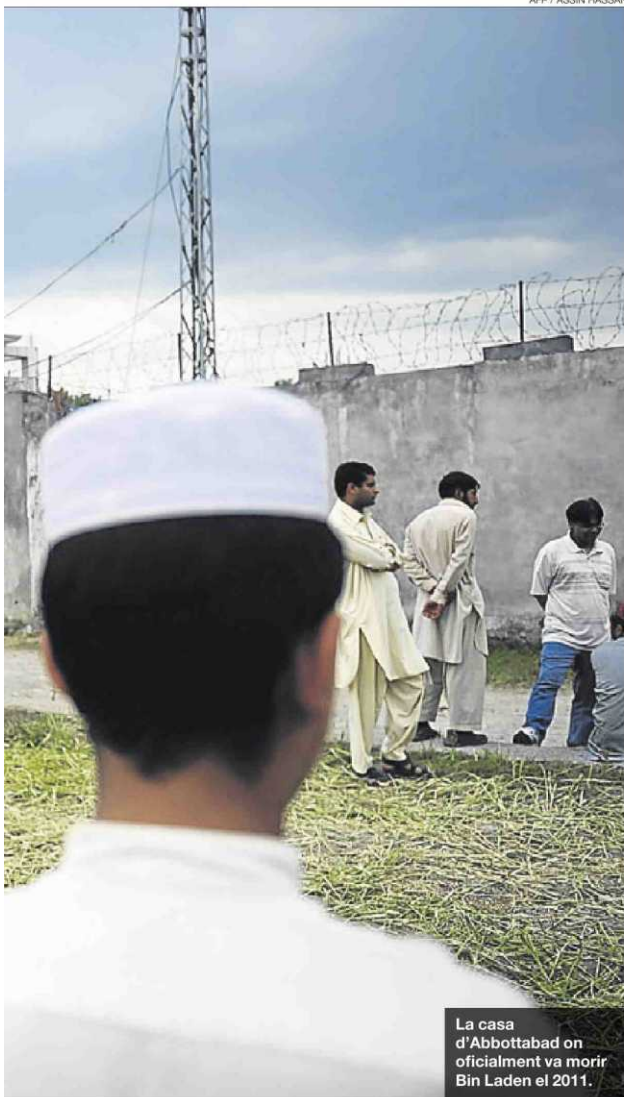
El govern, no obstant, s'ha negat a desclassificar les fotos del cos i de l'enterrament (o almenys les que quedin, perquè el comandant d'Operacions Especials, l'almirall William McRaven, va ordenar destruir totes les que no s'haguessin traspasat a la CIA hores després que el grup Judicial Watch anunciés que les demanaria a través de FOIA).

Així mateix, es manté en secret un memoràndum del 2010, titulat *Anatomia de una pista*, que explica com es va seguir el correu de Bin Laden, Abu Ahmed al-Kuwaiti. Aquest document es va fer servir per a l'informe sobre tortures de la CIA que

després de la resistència de l'Administració va fer públic el Congrés i que per tant hauria d'estar desclassificat.

UN «MUR» // «Se suposa que no pots allargar secret per ocultar un crim però a la pràctica és fàcil», explica des d'OpenTheGovernment.org Katherine Hawkins, que critica que «un dels principals problemes a l'intentar aconseguir documentació és que toques amb un mur de totxo quan invogues secret per qüestionar de seguretat nacional».

Aquest mur és cada cop més elevat i gruixut. Una investigació d'AP al març va constatar que l'Administració d'Obama va censurar o es va negar a entregar el 2014 el 39% dels documents reclamats a través de la FOIA. En un de cada tres casos, segons va admetre la mateixa Administració, la decisió va ser errònia. ▬



AFP / ASSIN HASSAN

PERFIL SEYMOUR HERSH ▶ Els col·legues es llancen a la jugular del 'pulitzer' que va revelar la massacre de My Lai i les tortures a Abu Graib

L'artista de l'exclusiva

I.N.
NOVA YORK

El novembre del 1969 cinc articles en una petita agència de notícies de Washington, *Dispatch News Service*, van revelar una de les atrocitats comeses pels soldats nord-americans al Vietnam: la massacre de dotzenes de dones, nens i avis a My Lai. Els firmava un reporter freelance de 32 anys, Seymour Hersh. Va guanyar el premi Pulitzer i va posar la primera pedra en el podi de llegenda del periodisme d'investigació que va seguir construint dècada a dècada amb peces sobre programes classificats de la CIA, el *Watergate*, l'arsenal nuclear d'Israel o les tortures a la presó d'Abu Graib.

Avui Hersh té 78 anys. L'«artista de l'exclusiva» segueix produint articles tan impactants com el de la versió alternativa sobre l'assassinat de Bin Laden. Però una cosa ha canviat: ja no tothom respecta el seu estatus legendari ni el seu treball. I molts col·legues se li han llançat a la jugular.

Ningú ha sigut probablement més dur que Max Fisher, que dilluns va escriure a *Vox*: «**Hersh sembla haver descarrilat. Les seves històries, sovint al·legant vistes i fosques conspiracions, han fet destacades acusacions sovint incoherents basades en escasses proves o en cap més enllà d'alts càrrecs anònims.**»

Fisher va enumerar articles controvertits de Hersh de l'última dècada: el que va acusar l'Administració de George Bush de planejar



▶▶ Seymour Hersh.

A Hersh se li retreu l'abús de cites anònimes per a «teories conspiratives»

un atac nuclear a l'Iran, el que va assegurar que Obama va ignorar proves que l'atac amb armes químiques a Ghouta (Síria) l'agost del 2013 va ser llançat per Al-Nusra i no pel règim de Baixar al-Assad... Però, sobretot, va situar el moment més àlgid del descrèdit de Hersh en un discurs que va oferir el 2011 al campus de Georgetown a Qatar en què va vincular líders militars i de les forces espe-

cial amb l'ordre dels cavallers de Malta i l'Opus Dei.

En el cas de l'article de Bin Laden, Fisher no ha estat sol al criticar que estigui construït únicament amb dues fonts, en tots dos casos càrrecs retirats, un d'ells protegit per l'anonimat. Però, malgrat que ningú posa la mà al foc per tot el text, sí que hi ha qui en sustenta algunes al·legacions.

Fonts seques

Un prestigiós periodista pakistanès, per exemple, ha confirmat que va ser una xivatada el que va ajudar a localitzar Bin Laden. És una cosa que també va saber una periodista de *The New York Times* que va cobrir 12 anys l'Afganistan i el Pakistan però que al seu dia no ho va publicar «**perquè hagués sigut extremadament difícil de corroborar.**» «**Aquesta és la dificultat d'informar d'espionatge i operacions encobertes** –va escriure Carlotta Gall–: **no hi ha documents oficials, pocs càrrecs parlen i hi ha poques formes de comprovar els detalls.**»

Aquesta és una de les crítiques que fan grups de premsa i observadors. «**Les fonts** (d'informació) **s'estan assecant** –explica des de la Unió Americana de Llibertats Civils Gabriel Rottman–. **Aquesta Administració ha perseguit més els que filtren que totes les juntes anteriors. Es força els periodistes a actuar com si fossin criminals.**»

Hersh, però, es manté ferm i en una tensa entrevista amb *Slate* va declarar: «**No retro res de res.**»



42 PRESENCIA 17 - 05 - 2015

LA XARXA



Martí Crespo / marti.crespo@paral.cat

Secció elaborada per: **VILAWEB**

ELS WEBS

www.politico.com
 Accés a la versió nord-americana de Politico.
www.politico.eu
 Web de Politico Europe.

'Politico' s'exporta a Europa

Vuit anys després de convertir-se en un referent als Estats Units, la capçalera acaba de fer el salt al vell continent amb una edició europea, amb seu a Brussel·les

● El 2007 va néixer a Washington un jove mitjà de comunicació que ha revolucionat el seguiment de la política nord-americana. A la capital dels Estats Units (i cocapital del món, hi podríem afegir), *Politico* s'ha convertit en un referent per seguir l'actualitat de la Casa Blanca, el congrés nord-americà i l'acció governamental, a través del seu web i també d'una versió en paper. Vuit anys després, la capçalera acaba de fer el salt al vell continent amb una edició europea i seu, cal dir-ho?, a Brussel·les.

Amb la redacció principal a la ciutat comunitària i unes quantes corresponals repartides per tota la Unió Europea, *Politico Europe* parteix amb una quarantena de periodistes d'una quinzena de països i uns quants col·laboradors (com per exemple el nord-americà Marc Herman, establert des de fa anys a Barcelona). Són dirigits per Matt Kanminski, provinent del *Wall Street Journal*. La intenció del mitjà nord-americà és d'aportar una visió perio-

dística diferent de la política europea, fins ara dominada per capçaleres tradicionals i tradicionalistes com el *Financial Times*, veritable biblia que marcava el ritme i l'agenda política i econòmica d'europarlamentaris, funcionaris de les institucions comunitàries i lobbistes a Brussel·les. Pocs mitjans més, amb l'excepció d'algunes iniciatives basades sobretot en internet (com Euractiv, Euronews, European Voice i Presseurop), s'han imposat la tasca d'informar dels afers europeus amb un punt de vista supraestatal.

MERCAT PANEUROPEU

Politico Europe és conscient d'aquest nínxol de mercat paneuropeu i per això ha decidit de centrar-hi tot l'esforç i de basar-hi les seves expectatives. Començar amb quasi mig centenar de professionals, de fet, és una declaració d'intencions: als EUA, el 2007, va arrencar amb trenta i ara en té dos-cents trenta, entre Washington i Nova York. Amb l'etiqueta de mitjà d'èxit i

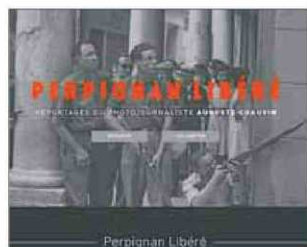


revolucionari a l'esquena, aterra ara a Europa disposat a sacsejar-ne també la cobertura periodística. "Volem ésser essencials per a la gent més informada i sofisticada, essencials per al nucli dur de la UE", deia en la presentació John F. Harris, una altra de les seves cares públiques i editor en cap de la versió europea.

El model de *Politico Europe* és el mateix que el de *Politico US* i volen demostrar que és exportable: notícies centrades en una dotzena de grans temes vinculats a la política, l'economia i l'administració pública, seguits exhaustivament, intensivament i detalladament; i un pla de negoci basat en



Amb l'etiqueta de mitjà d'èxit, aterra a Europa disposat a sacsejar-ne també la cobertura periodística



L'alliberament de Perpinyà

www.perpignan1944.com
 Fins a 158 fotografies de l'alliberament de Perpinyà, l'estiu del 1944, han estat recuperades després de dècades a l'oblit. Són obra del fotoperiodista Auguste Chauvin.



Els films, d'una altra manera

vimeo.com/122378469
 El crític de cinema nord-americà Jacob T. Swinney ha descobert una nova manera de revisitar films clàssics i de gran èxit de taquilla: posar-ne en paral·lel el començament i el final.



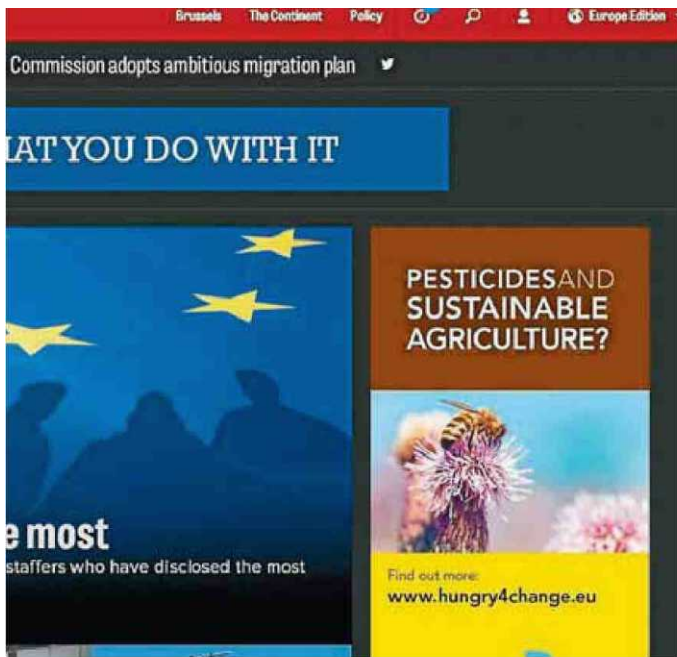
Partit occitanista a l'Aran

[facebook.com/CorropAran](https://www.facebook.com/CorropAran)
 A l'Aran, el diumenge 24 de maig s'hi fan eleccions municipals i també del Conselh Generau. I hi ha un nou partit, de caràcter clarament occitanista i d'esquerres: Corróp.



La bellesa del món microscòpic

www.nikonsmallworld.com
 El concurs de microfotografia impulsat per Nikon ha guardonat aquest any un vídeo de l'aparell auditiu d'un peix zebra, enregistrat per dos investigadors de l'IRB i el CRG de Barcelona.



La portada de l'edició digital europea de 'Politico'.

un web obert amb alguns continguts exclusius de pagament per a subscriptors, a més d'una edició impresa setmanal (amb reportatges de més recorregut i entrevistes) amb un tiratge d'entre vint-i-cinc mil i trenta mil exemplars i distribuïts per Brussel·les i la resta de grans centres financers i polítics de la UE (Berlín, Londres i París).

Per a l'aventura europea, el nou mitjà s'ha associat al 50% amb el veterà grup editor alemany Axel Springer: "Politico hi posa el model i nosaltres les arrels europees. La combinació funcionarà", resumia sobre l'aliança Matt Kanminski.



Colors

kolor.moro.es

Aquest és verd. Aquest altre, marro fosc. I aquell altre, groc. I el que surt ara, vermell... Endevinar els colors que apareixen en pantalla com més de pressa millor és la clau d'aquest joc.



Acacia

www.acacia.cat

Web de l'Associació Catalana d'Altes Capacitats Intel·lectuals per a Adults (Acacia), un espai virtual adreçat especialment a aquest col·lectiu, de caire pioner a Catalunya.



Art i Escola

artiescola.cat

Pàgina del programa osonenc que té per objectiu promoure i reivindicar la presència de l'art als centres d'educació infantil, primària i secundària que s'hi vulguin adherir.



Fem Bon Pastor

www.fembonpastor.cat

Portal web amb tota mena de notícies i activitats de les entitats d'aquest barri de Barcelona, un barri sorgit fa més d'un segle, característic sobretot per les seves cases barates.



Cultura El periodisme crític a Barcelona



Un jove Luján, a la dreta, amb Pla, Brunet, Agustí, Trias, Vergés i Teixidor, en una reunió de 'Destino', a Palamós, als anys 40 ■ EL PUNT AVUI

La Barcelona de Luján

CRÍTIC· Als anys 40 Nèstor Luján va ser un dels primers a exercir el periodisme crític **RECULL**· El llibre 'La Barcelona dels tramvies' és una selecció de textos audaçs sobre la gestió municipal

Clara Ribas
BARCELONA

Als anys 40, molt abans que la llei Fraga (1966) relaxés la censura i autoritzés les primeres crítiques a la gestió municipal, un jove Nèstor Luján escrivia a la revista *Destino*, primer amb pseudònim i després amb signatura, columnes en les quals emetia durs judicis sobre la realitat de Barcelona. Aquests textos, publicats a la columna *Al doblar la esquina*, poden ser considerats els primers en el gènere del periodisme crític de la postguerra i converteixen Luján en un dels pioners en la seva pràctica. Aquesta és la tesi que es recull en el llibre *La Barcelona dels tramvies*, publicat per Meteora, en el qual Agustí Pons i Jordi Amat han seleccionat diversos articles de Luján que

mostren com es pronunciava sobre fets quotidians, obres o projectes: "Era un periodista audaç, amb les antenes obertes", el defineix Pons, que afegeix que l'autor va fer articles "molt durs" contra empreses, sobretot la dels tramvies. En total, dedica dotze columnes a la vaga dels tramvies del 1951.

"Que des d'una revista burgesa com *Destino* es parli de la vaga és per tenir-ho en compte. Primer en parla espantat perquè hi ha un mort. Després els dona la raó", explica Pons. Les crítiques són fortes també en altres textos com el que dedica a l'aspecte de la plaça Catalunya, que li comporta una querrela. "A més", adverteix el coautor del recull, "ho fa amb una voluntat de crear estil literari, cosa que permet tenir aquests textos entre la història de la literatura catalana."

Tot això, segueix Pons, li és

possible gràcies a la figura de Josep Vergés, editor i amo de *Destino* i que té gran perspectiva periodística: "Vergés era franquista, sí; però no era feixista. Era un senyor d'ordre que va intentar fer un setmanari que es pogués publicar tenint en compte els temps que corrien." En aquesta voluntat, segons Pons, els articles de Luján, "un pòltre jove", hi anaven molt bé: "Per un cantó es publicaven portades de Franco a Montserrat i al mateix temps, les crítiques de Luján. Ara, si la censura li tombava l'article, Vergés no l'hi pagava i n'havia d'escriure un altre. Aquesta realitat va permetre que, tot i les crítiques d'editar sobre les cendres de la premsa catalanista, la revista constituís un èxit: Vergés es va fer ric, perquè el públic ho va entendre. Als anys 40 es comprava el tortell i *Destino*", relata Pons. A més dels articles d'*Al doblar la*

esquina, el llibre presenta dos altres apartats, el primer dels quals recull necrològiques fetes per Luján. La singularitat dels personatges dels quals parla la fa especialment importants: "La necrològica és un subgènere periodístic a reivindicar. Luján coneix la Catalunya d'abans i després de la Guerra Civil. El món que s'acaba. Aquella Catalunya que hauria pogut ser, i ho descriu en les seves elegies, que no cauen en la complaença al personatge", diu Pons.

En un tercer apartat es presenta un dels dos dietaris de Luján. Sota la tutela i la influència de Josep Pla i de Josep Vergés, l'autor desgrana episodis històrics: "Al dietari es veu el pòltre jove que era Luján que es va convertint en el gran autor que seria més tard. El periodista es va fent a mesura que va exercint", sentència Pons. ■



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep Collelledemont



Periodista

La gran revista, encara

“D e tres de bons, un de dolent”, titula el seu correu electrònic l'amic Pep Targa, de l'Escala, en un escrit que parla de la nova gran revista Presència que surt els diumenges. Em diu en Pep: “Fa poc el vostre diari va proclamar la novetat i la bondat d'un nou producte editorial que era la suma dels tres setmanaris que es publicaven. La probable il·lusió per mi ha estat un fracàs. No poso en dubte la qualitat sinó el format. No sé si som molts els lectors que encara guardem paper, però jo sí. Amant de la lectura, el teatre i el cinema, llegia i guardava el suplement de Cultura. Presència menys sovint, guardant els monogràfics o temes més interessants. Mai he llegit el d'economia.” Un altre lector, Lluís G. Mujal, també ha enviat un correu sobre el mateix tema, del qual vaig parlar fa quinze dies. Em diu en Lluís: “Estic més en la línia de l'Oriol que no pas d'en Daniel, tots dos de Barcelona, comentats avui en el vostre article. Fins el grapat falla en tenir tantes pàgines, 66 més els suplementos. En el meu exemplar d'avui han quedat sis pàgines centrals desgrapades. Si per economia cal que hi vagin casats, caldrà fer-ho d'una altra manera.” Tenim el problema plantejat. Partim del fet que els tres suplementos, tots suposem que per raons econòmiques, s'han ajuntat formant una gran revista Presència, que puc dir amb tota sinceritat que de contingut no n'hi falta. N'hi ha per llegir i la veritat és que hi ha poques planes de les quals podem passar. En general, és clar, en Pep se salta el suplement d'Economia, igual que en el diari hi ha qui se salta el suplement esportiu. Ningú no m'ha plantejat cap problema de fons. Tot al contrari.

ANEM, DONCS, A LA FORMA. En Lluís proposa: “Suggerixo que les 30 planes de Cultura i les d'Economia de color (es podria anul·lar aquest, que ja ha quedat força esmòrtit), que fossin editades al centre del plegat del diari i així, fàcilment separables, es puguin llegir més còmodament o en llocs diferents,



JORDI SOLER

Tinc la impressió que, mentre que el nostre diari va avançant, altres per raons purament econòmiques a cada bugada perden un llençol

en altres dies o facilitar-los a d'altres persones per la seva temàtica concreta. El sistema seria centrar-les amb 15 pàgines per cada costat i cada suplement i evitar tenir una revista poc operativa i pràctica de 116 pàgines muntades com l'exemplar d'avui.” Pep Targa també proposa una sortida semblant:

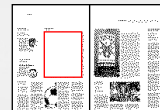
“Proposo una sortida. Pagar els tres setmanaris de tal manera que hi hagués un fascicle central de cultura que espogués estirar complet i a banda i banda els altres dos.” Hi ha feina a fer. I caldrà que des de la direcció del diari vagin obrint camins.

DE MOMENT S'HAN CASAT tres productes. Cadascun té una personalitat pròpia, ben diferent dels altres. Caldrà, no obstant, tenir en compte que s'adjunta amb el diari com una revista que té un nom, i molt acreditat, Presència. Ens podem fer, doncs, diverses preguntes: “Cal unificar la compaginació per tal que sigui una revista única, de qualitat i prestigi? En segon lloc, i com demanen els lectors que ens han escrit, cal trobar la manera que aquells que guarden encara algun suplement en paper puguin

separar-lo de la resta de la revista sense gaires complicacions? Els mateixos lectors ofereixen sortides, no sé si són les bones ni si són factibles. Però cal que els responsables ho analitzin a fons i ens diguin alguna cosa. I per acabar amb Presència, temps enrere un lector, Jordi Saludes, comentava en un correu electrònic que sempre que hi ha a Presència un monogràfic o simplement algun canvi, ja tremola, perquè es deixa d'incloure el tan desitjat i esperat enrevessat a la darrera pàgina. “Abans, fa temps, ens diu, hi havia el formidable *Blanc de blancs*, tristament desaparegut.” Ho passo a qui correspongui. És curiós com no hi ha secció del diari que no tingui els seus lectors. Potser em direu que sóc partidista i molt subjectiu, però tinc la impressió que mentre que el nostre diari va avançant, altres per raons purament econòmiques a cada bugada perden un llençol. Només deixeu-me posar un exemple, *El País* ha fet alguns canvis, però tots dolents. Us convido a mirar la plana de la televisió; sí, ho he dit bé, *la plana*: tot està tan resumit que se la podrien estalviar. No serveix per a res. Per la seva banda, El Punt Avui n'hi dedica com a mínim quatre.

I ARA DEIXEU-ME PARLAR d'eleccions. Diumenge que ve tenim la primera cita electoral, les municipals. Ja vaig dir dies enrere que aquestes eleccions sempre el nostre diari se les ha mirat amb una atenció especial. És difícil controlar les informacions en eleccions en què hi ha centenars de llocs que votaran el mateix dia. Informativament, i parlo per experiència, són una bogeria. Hi ha molta, molta informació, i no podem dir que sigui més important una que l'altra. Certament les municipals de Barcelona afectaran més gent que no pas les que se celebraran a Campplong, per posar un exemple, però en totes s'elegeran les persones que durant quatre anys han de marcar les pautes de la vida d'un poble o d'una ciutat. Per això crec que el nostre diari ho té clar i ha fet un esforç impressionant per donar almenys els mínims de notícies que poden interessar a cada poble. I com a cloenda, l'endemà mateix de les eleccions el diari donarà tots els resultats, un per un, de cada poble i cada ciutat. Un esforç ingent que s'agraeix.

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



EL DEBATE

EL VIEJO SABUESO DEL PERIODISMO DESPIERTA SUSPICACIAS

Las exclusivas de Seymour Hersh (Chicago, 1937), desde los años sesenta hasta hoy, radiografían los traumas, los pecados, las mentiras de Estados Unidos. Desde las atrocidades en Vietnam a los abusos en Irak, Hersh es el cronista de la historia secreta de su país, la que ningún gobernante querría que se conociese. Lo suyo consiste en reventar mitos. El más reciente, el de la muerte de Osama bin Laden en mayo de 2011.

En una investigación recién publicada en la revista británica *London Review of Books*, el veterano periodista desmonta la versión de la Administración Obama. Sus conclusiones, basadas en fuentes anónimas o no implicadas directamente en la operación, son difíciles de verificar. Sus métodos periodísticos reciben críticas. Se cuestiona su credibilidad. Otro mito peligra: el del propio Hersh, junto a Bob Woodward, el gran sabueso de su generación.

Hersh y Woodward coincidieron en la investigación del Watergate. El primero, para *The New York Times*. El segundo, para *The Washington Post*, con su colega Carl Bernstein. Ambos se parecen en la minuciosidad de sus investigaciones y el acceso a las fuentes. Divergen en la actitud.

Después de precipitar la caída del presidente Richard Nixon por el caso *Watergate*, Woodward se convirtió en un *insider*, un hombre que explicaba el

poder desde dentro y seguía la tradición del periodismo estadounidense que no toma partido y preserva la imparcialidad. Hersh sigue otra tradición, la de los *muckrakers*, los reporteros-activistas que a principios del siglo XX combatieron la corrupción y los abusos del capitalismo salvaje. Periodistas que toman partido.

“Mentir en los altos niveles sigue siendo el *modus operandi* de la política de Estados Unidos”, escribe Hersh en *London Review of Books*. Woodward difícilmente escribiría esto. Hersh va por libre y siempre a la contra.

Su revelación de las atrocidades en My Lai, publicadas durante la guerra de Vietnam en noviembre de 1969, cuando era un periodista *freelance* de 32 años, contribuyó al cambio en la opinión pública estadounidense sobre aquel conflicto.

Hersh siempre apunta alto. Sus presas van de los Kennedy a Obama. Desde los primeros párrafos del artículo de *London Review of Books*, queda claro que el presidente es el objetivo: por engañar a los estadounidenses y por hacerlo con fines electoralistas.

Vietnam, origen de su gloria periodística, fue la mayor humillación bélica de EE UU.

Tuvieron que pasar tres décadas para que Hersh publicase otra exclusiva del calibre de My Lai. *Tortura en Abu Ghraib: soldados americanos maltrataron a iraquíes. ¿Quién es el máximo responsable?* Este es el título del artículo publicado el 10 de mayo de 2004 en el semanario *The New Yorker* sobre las vejaciones infligidas a prisioneros de Irak en una cárcel cerca de Bagdad, ejemplo de todo lo que falló en la invasión y ocupación de Mesopotamia en 2003.

Hersh sostiene ahora que Bin Laden era prisionero en Abbotabad (Pakistán) desde 2006; que Arabia Saudí sufragaba el cautiverio; que EE UU lo supo por el chivatazo de un exagente de este país a cambio de 25 millones de dólares; que Washington pidió a Islamabad poder matar a Bin Laden bajo la amenaza de perder la millonaria ayuda estadounidense; que las autoridades paquistaníes estaban al corriente de la operación; y que Obama les traicionó al anunciarla antes de tiempo y al embellecerla.

El artículo se sostiene en el testimonio de un antiguo funcionario de la inteligencia de EE UU, que no da su nombre, y en un general retirado, Asad Durrani, que dirigió los servicios secretos paquistaníes a prin-



SÉPTIMO DÍA Exclusivas en entredicho, enfrentamientos sonados, censuras artísticas y personajes de sube y baja. Un repaso alternativo a lo que dio de sí la semana



AP

cipios de los noventa. La complejidad de la conspiración que denuncia Hersh, en la que debieron participar decenas de personas de tres países, refuerza las dudas sobre su solidez. Si Pakistán custodiaba a Bin Laden y participaba en los planes de Washington, ¿por qué el arriesgado asalto de los Navy Seals en vez de un *drone* o una ejecución discreta? *The New Yorker*, patrón oro del periodismo más exigente y riguroso, rechazó publicar el reportaje de Hersh, según varias informaciones en la prensa estadounidense.

The New Yorker tampoco publicó otro artículo, que finalmente apareció en abril de 2014 en *London Review of Books*, en el que Hersh sugería que el responsable del ataque con armas químicas en las afueras de Damasco en el verano de aquel mismo año no era el régimen de Bachar El Asad, sino Turquía.

La información sobre la muerte de Bin Laden no es la primera de Hersh que topa con reacciones escépticas. En los años de la Administración Bush, Hersh publicó, también en *The New Yorker*, varios reportajes que sugerían que EE UU preparaba un ataque contra Irán. Nunca ocurrió. En los noventa publicó *El lado oscuro de Camelot*, un libro sobre los escándalos del presidente John F. Kennedy. Durante la investigación, Hersh utilizó un llamados *papeles Cusack*, unos documentos falsificados sobre la relación entre Kennedy y Marilyn Monroe. Al descubrirse a tiempo la falsificación, Hersh no llegó a incluir los documentos en el libro.

Lo máximo que el periodista puede ofrecer es un borrador, la mejor versión posible de la verdad en un momento concreto. Sin las fuentes anónimas, herramienta necesaria para los trabajos de reporteros como Hersh o Woodward, no habría periodismo de investigación, no habría revelaciones que incomodasen al poder. Pero las fuentes anónimas contribuyen al juego de sombras. ¿Quién habla? ¿Qué es verdad? ¿Qué es mentira? ¿Quién engaña a quién? ¿Por qué?

Más de 50 años después del asesinato de Kennedy en Dallas, siguen circulando todo tipo de teorías conspirativas. Algo parecido puede ocurrir con la muerte de Bin Laden. Si en algo coinciden la mayoría de críticos de la última primicia de Hersh y sus apologistas, es que la propia versión de la Administración Obama contiene suficientes contradicciones y vacíos como para ser escépticos. La historia se escribe a tientas. **MARC BASSETS**

COSAS QUE NO SABÍAMOS

DE ROBOTS, MOSCAS Y HOMBRES NO TAN GORDOS

Los coches autónomos ya son capaces de realizar adelantamientos. La semana pasada el CosmoCaixa de Barcelona albergó la séptima jornada de la Liga Nacional de Robótica de Competición. Por primera vez, el público pudo ver que un coche robot (de 20 centímetros de largo y 15 de ancho) puede circular por un carril y adelantarlo al que tiene por delante. Una línea de investigación prometedora de cara a un futuro de ciudades con coches autónomos (como el de Google, por ejemplo). La robótica, cada vez más adelantada.

El azul es el color favorito del mundo. El dato surge de una encuesta realizada por YouGov en 10 países. En todos ellos, el azul es el preferido. Sin embargo, no existe unanimidad en cuando al segundo color más popular: rojo (Alemania, Reino Unido, Indonesia, Singapur, Australia y Malasia), verde (EE UU, China y Tailandia) o morado (Hong Kong).

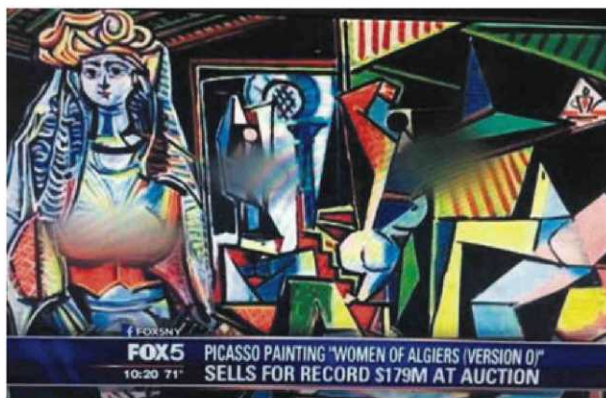
Las moscas también se asustan. Un grupo de científicos del Instituto de Tecnología de California (Caltech) ha estado metiendo miedo a estos insectos con el fin de probar que más allá de salir despavoridas ante un manotazo, las moscas se quedan con el susto en el cuerpo. "Esto no quiere decir que sientan miedo, sino más bien que entran en un estado de actitud defensiva persistente, que puede ayudar a responder de manera más rápida y fuerte a las amenazas futuras", ha explicado David Anderson, principal autor del estudio.

Existe un nuevo tipo de hombre: el *fofisano*. Hace gimnasia de forma ocasional y luce sin complejos una barriga propia del buen comer y beber, lejos de la veneración por los cuerpos musculados. El máximo exponente de este nuevo canon de belleza es el actor Leonardo DiCaprio. *Fofisanos* ha habido siempre, pero ahora se han puesto de moda después de que una estudiante estadounidense lanzara en Internet este nuevo término (en inglés, *dad bod* o cuerpo de papá) y se volviera viral en poco tiempo.

MUNDO EXTRAÑO

PEZONES FUERA DE CÁMARA

No ha ocurrido en la televisión iraní. Ni en la saudí. Han sido los responsables de un canal neoyorquino de la cadena Fox los que han decidido pixelar los senos que aparecen en el cuadro *Les femmes d'Alger*, de Pablo Picasso. La obra ha recibido atención mundial porque esta semana batió todos los récords en el circuito de las subastas, y alcanzó los 179 millones de dólares (casi 161 millones de euros). Con lo cual, el escarnio del canal conservador, propiedad de Rupert Murdoch, ha sido también planetario. Sí, arden las redes sociales.



En concreto, la Fox difuminó tres pares de senos y uno suelto (por aquello del cubismo). Para esconder los genitales bastó el faldón situado en la parte inferior de la pantalla. Al censor, eso sí, se le escaparon unas nalgas rotundas.

La pintura es una versión del cuadro en el que Eugène Delacroix plasmó, en 1834, un romántico harén argelino, con las huries púdicamente vestidas. Y un homenaje del pintor malagueño a Jacqueline, su mujer.



En sus 39 años de historia EL PAÍS ha sufrido bastantes retoques formales, pero solo dos profundos cambios de diseño: el que se llevó a cabo en el otoño de 2007 y el que se estrenó este lunes 11 de mayo. Desconozco las reacciones al primero, pero puedo asegurarles que una de las novedades del último ha provocado una de las reacciones más unánimes que he visto hasta ahora en los lectores del diario. Y más condenatoria. Me refiero a la reducción de información sobre los programas de televisión.

A mi buzón han llegado, enviados directamente por los lectores, o a través de otros departamentos del diario, dos centenares de mensajes que se centran en el contenido suprimido. Hasta el lunes 11 de mayo, la programación de las distintas cadenas de televisión ocupaba dos páginas, ahora solo se incluyen los programas de máxima audiencia de los canales generalistas. Muchos lectores preguntan si la decisión es irreversible. Lo único que puedo decir es que me consta que el director está estudiando el tema.

El tono de los mensajes varía. Los hay que reflejan sobre todo decepción, como el de Ramón Bayés: "Creo han cometido un grave error en lo que respecta a las páginas informativas de televisión, las cuales son muy necesarias para los jubilados, los enfermos y los discapacitados. De tener la mejor información sobre canales televisivos disponible en los periódicos que se venden en Barcelona han pasado a tener la peor (¿a quién le importan, por ejemplo, los programas más vistos del día anterior?) y más escasa".

Otros, sorpresa. "Comprendo que el periódico decida renovar su imagen cada cierto tiempo, aunque a veces nos cuesta asimilar los cambios", escribe Julia Sanz. "Los que han hecho en esta ocasión no me gustan demasiado, pero seguro que me acostumbro. A lo que no me acostumbraré es a la página de

LA DEFENSORA DEL LECTOR Lola Galán

Los lectores y el nuevo diseño

Aluvión de protestas por la reducción de la programación de las televisiones. Quejas por el menor espacio para Cartas al Director

televisión. ¿Dónde está la programación?"

Hay también lectores que desconfían de las razones de esta decisión. Jaime Llorens Coello se pregunta: "¿Tiene esta nueva

medida algo que ver con el hecho de que PRISA haya vendido la plataforma digital a Telefónica? Supongo que esta información se ofrecía porque era interesante para los lectores. ¿Deja de

serlo porque la plataforma ya no es propiedad de PRISA?". No puedo citar aquí nada más que un pequeño muestrario de los muchos mensajes recibidos. Emilio García de la Parra escribe, entre

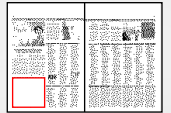
otras cosas: "Cambiar las secciones de lugar no es motivo de mejora. Echo en falta cada día más firmas relevantes de opinión. La programación de televisión que dan ahora es limitada. No informan de las emisiones de canales digitales". José Carlos Rodríguez no entiende lo ocurrido con esta información, "cuando este periódico del que soy suscriptor, y por tanto lector, ha hecho siempre gala de plasmar a diario, de una forma amplia y generosa y yo diría que exhaustiva, toda la programación del día a diferencia de otros". Alfonso López Yepes, suscriptor y periodista abunda en lo mismo. Antonia Pallach me llamó indignada porque ahora no puede encontrar los programas de las televisiones autonómicas y el espacio para los programas más vistos "no me interesa lo más mínimo", explicaba.

Aunque muy inferior, es significativo también el número de lectores decepcionados por la pérdida de espacio de la sección de Cartas al Director. "Lo lamento porque, en ocasiones, nuestros puntos de vista eran tan válidos o más que los de los articulistas", me escribe Dionisio Ángel Rodríguez Castro.

Mary Carmen del Val, Francisco J. Serrano o César Moya me trasladan una queja similar. "Si antes de este enérgico recorte era difícilísimo para muchos lectores hacer valer alguna vez en el diario sus opiniones y comentarios debidamente razonados, a partir de ahora será casi imposible", escribe desde Tenerife Javier Díaz Malledo.

Preocupada porque pueda haber más víctimas la señora Del Val escribe: "Por favor, no supriman el crucigrama blanco del domingo". Comprendo el disgusto que provocan estos recortes. Y no es solo una frase. Como ven, también mi tribuna los ha sufrido.

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



lesaudiències

Bona estrena de 'Déu n'hi dron' a 8TV

Divendres plàcid per a TV3, que es va situar com a televisió més vista del dia gràcies al bon comportament dels *Telenotícies*, el serial *La Riera* i el *Zona zàping*. L'espina clavada, com acostuma a passar-li els divendres, va ser el cinema: ofería la cinta de terror *Mama*, amb la qual va fer 257.000 espectadors i un 10,5% de quota. Van ser insuficients per superar la proposta d'Antena 3: el film *The contract* es va enfilars fins als 289.000 seguidors i un *share* de l'11,0%. Divendres va ser el dia en què 8TV estrenava també el seu nou programa *Déu n'hi dron*, sobre vistes aèries de Catalunya amb aquests ginys no tripulats. Va aconseguir 150.000 espectadors i un *share* del 5,5%, dos punts per sobre de la mitjana habitual del canal del Grupo Godó.

Així, TV3 va aconseguir un lideratge còmode, amb un 13,4% de quota, mentre que Telecinco va quedar segona amb un 12,3%. Ja amb un sol dígit, seguien Antena 3 i el seu 9,9%, Cuatro (7,3%), La 1 (5,9%) i La Sexta (5,4%). 8TV tancava la llista de generalistes, amb un 4,5%. ■■■■



Programes més vistos a Catalunya abans-d'ahir

		ESPECTADORS	'SHARE'
01	Telenotícies migdia		
	TV3+324 14.30	643.000	39,8%
02	La Riera		
	TV3 15.55	411.000	22,6%
03	Zona zàping		
	TV3 22.01	391.000	14,5%
04	Telenotícies vespre		
	TV3+324 21.00	404.000	17,9%
05	Informativos T5 21.00		
	TELECINCO 21.05	298.000	11,8%



NÚMERO ESPECIAL

'Primera Línea' celebra els 30 anys

Amb un número especial de 100 pàgines, que es mantindrà als quioscos tres mesos, la revista *Primera Línea* commemora el 30è aniversari. **Alaska**, col·laboradora des dels inicis de la publicació masculina d'actualitat i oci de Grup Zeta, repassa aquestes tres dècades en un extens recorregut amb portades mítiques de la fotografia eròtica.

**KATIE J.
STANTON**Vicepresidenta
de Global Media
de Twitter

«LOS POLÍTICOS ESPAÑOLES SON PIONEROS EN TWITTER»

E. MENGUAL / E. FERNÁNDEZ MADRID
«Un tuit tiene algo único: que viaja», asegura Katie Jacobs Stanton, vicepresidenta de Global Media de Twitter. Su rauda visita a París, Madrid y Milán amenaza con quitarle la razón. La responsable del equipo de medios de una red con 302 millones de usuarios —«la conversación más grande del mundo», dice— ya está de vuelta en San Francisco, aunque antes se detuvo a hablar con EL MUNDO en más de 140 caracteres.

Pregunta.— El 77% de las cuentas está fuera de EEUU. ¿Por qué son tan tuiteros países como España?

Respuesta.— Se debe a varias razones. La penetración móvil es muy alta [81%] y Twitter nació pensado para dispositivos móviles. Segundo, creo que la cultura es vibrante: la gente es muy expresiva y no tiene miedo de compartir sus opiniones. Tercero, los españoles tienen pasiones culturales compartidas, como el fútbol, la gastronomía, la moda y la televisión... Hay muy buen contenido para tuitear.

P.— ¿Qué tal lo usan los políticos?

R.— Los políticos españoles son pioneros en Twitter. (...) Lo sorprendente de España es que todos los candidatos están en Twitter. Han entendido que es una plataforma que les permite conversar con su electorado y favorece una relación diferente: pueden llamar a la puerta de los votantes, presentarse, responder... sin que lleve demasiado tiempo.

P.— ¿Los nuevos partidos manejan mejor las nuevas tecnologías?

R.— Los partidos nuevos tienden a asumir más riesgos, a compartir más y ser más transparentes. Tui-

CREADORA DE LA CUENTA DE LA CASA BLANCA, STANTON PONE A OBAMA COMO EJEMPLO DE TUITERO: 'ES BUENO, AUTÉNTICO'

tean de forma más frecuente. Los tradicionales suelen ser más cautos y conservadores porque, al estar en el poder, tienen más que perder.

Stanton conoce bien la relación entre política y Twitter. Antes de

trabajar para la red lo hizo para Barack Obama y, mediante una suerte de vaticinio, puso en marcha la cuenta de la Casa Blanca. La idea partió del propio presidente, quien «quería el gobierno más abierto y transparente de la Historia».

P.— ¿Se percibe cuando una personalidad pública no maneja su cuenta? ¿Qué es mejor?

R.— Es muy evidente cuando tuitea la persona principal y cuando lo hace su equipo. Es mejor ser auténtico, porque nos gusta que nos miren a los ojos cuando nos hablan. Lady Gaga, por ejemplo, dio acceso a su equipo a todas sus cuentas en redes sociales menos a la de Twitter. Quiere que sus *mons-ters* sepan que es ella. Y lo notan.

P.— ¿Cómo es Obama en Twitter?

R.— Es bueno. Es auténtico, honesto. Realmente es él.

En su caso, como en el de Mariano Rajoy, firma con iniciales los tuits que escribe personalmente. No es la única coincidencia. Stanton sostiene que políticos españoles como Pablo Iglesias, Esperanza Aguirre y Albert Rivera usan bien Twitter y sus recursos: *hashtags*, fotos, enlaces, *vines*...

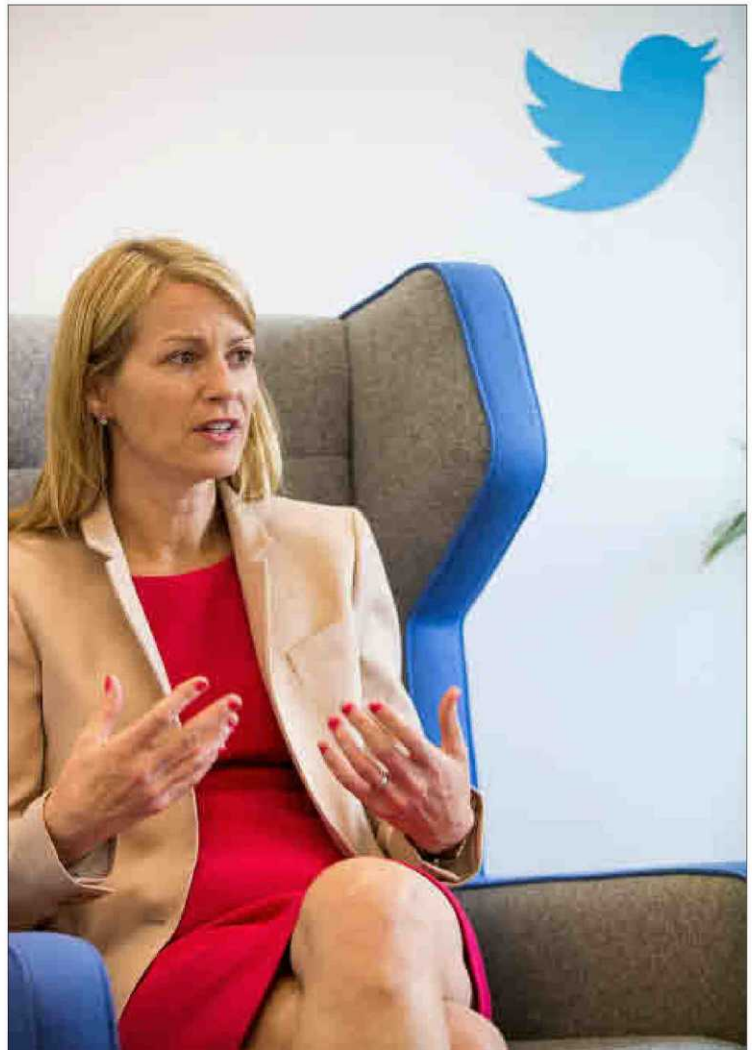
P.— ¿Puede servir Twitter para acercar la política a los jóvenes?

R.— Ayuda a que sean conscientes de los problemas y de qué está en juego, conocen a los candidatos y lo que representan. (...) Es una herramienta fundamental para animar a votar a audiencias jóvenes, para hacerles saber que importan y que su voto cuenta [la directiva pone como ejemplo a quienes lucen con orgullo el *hashtag* #Ivoted (#Yohevotado)].

P.— ¿Puede ser Twitter un buen medidor de tendencias políticas?

R.— Creo que sí. Mide el pulso de las conversaciones en tiempo real y permite entender de qué se habla en un momento concreto. En las últimas presidenciales en EEUU trabajamos con empresas de sondeos para crear el Twitter Political Index, que midió de forma precisa la conversación sobre políticos [coincidiendo con la intención de voto en sondeos como el de Gallup]. Es algo en lo que tenemos la vista puesta y podría ser útil en otros mercados.

P.— Twitter ha ejercido de canalizador de movimientos sociales, co-



ÁNGEL NAVARRETE

«TWITTER ES EL COMPLEMENTO DEFINITIVO DE LA TELEVISIÓN»

«Twitter es el complemento definitivo de la televisión», sostiene Katie J. Stanton, que compara esa fiebre interactiva frente al televisor con otros hitos de la historia de la pantalla, como el paso del blanco y negro al color. No todo es fruto de la estrategia empresarial, claro. El *hashtag*, cual pájaro, ha escapado del control de la compañía californiana. «No lo construimos pensando en ello. En ningún momento nos planteamos: 'Vamos a crear esta herramienta para vincular a la gente con la televisión'. Ha sido el resultado de una evolución natural». Stanton pone como ejemplo *Scandal*, una de sus series favoritas. «En la primera temporada, no era tan popular y no tenían claro que fuera a continuar. Hasta que Shonda Rhimes, la creadora, pidió al reparto que

tuiteara durante la emisión. Esos tuits ayudaron a que hubiera una segunda temporada. Conoci en persona a Kerry Washington, la protagonista, y me dio las gracias», cuenta la directiva, con cierto sonrojo propio de un fan. En la última temporada emitida, los actores mantenían a la audiencia atenta incluso en los cortes publicitarios, a través de la aplicación Periscope desde el salón de casa. «Puedes mantener una conversación, descubrir nueva programación, expresar dolor si se muere un personaje, como recientemente en *Anatomía de Grey* [serie también de Shonda Rhimes], un *trending topic* mundial». El teléfono se ha demostrado indispensable para hacer esta novedosa llamada a la comunidad: «Twitter nació en dispositivos móviles. Todo lo que hacemos, lo hacemos antes en móvil. Casi el 80% de todos nuestros usuarios accede desde un dispositivo móvil. En las cadenas saben que no queremos llevarnos al público, sino complementar sus servicios. (...) Mejoramos la televisión». **E.M. / E.F.**

mo la primavera árabe o el 15-M. ¿Hasta qué punto puede contribuir esta herramienta a la democracia?

R.— No es Twitter quien cambia la política, sino la gente. Las personas son quienes hacen las revo-

luciones. Pero estamos orgullosos de la plataforma construida, que ha permitido a la gente conectarse y compartir, ser testigos de la Historia. En revoluciones como la de Egipto o la de Irán, en las ca-

lles de Baltimore... Nos aseguraremos de que la plataforma sea estable, crezca, y pueda capturar y compartir estos momentos para que el mundo pueda llegar a ser un lugar mejor.



Propostes

Dilluns 18.5.2015

EXPOSICIÓ ► 'OCCUPIED PLEASURES'

Les fotografies amb què Tanya Habjouqa va guanyar el World Press Photo del 2014 s'exposen al Palau Robert. Són imatges de la vida quotidiana a Palestina.

Palestina, sense estereotips

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Palestina és, en l'imaginari col·lectiu, sinònim de violència i conflicte. La Palestina que mostra l'exposició fotogràfica *Occupied pleasures (plaers ocupats)* revela una altra realitat paral·lela, la d'aquells petits moments de plaer que homes, dones i nens esgarrapen a una situació convulsa, una situació que no aconsegueix que la gent renunciï a disfrutar de la vida. Les imatges, amb què Tanya Habjouqa va guanyar el World Press Photo del 2014, s'exposen al Palau Robert fins al 30 d'agost.

Hadjouqa (Jordània, 1975) va realitzar aquest projecte fotogràfic el 2013 –quan estava embarassada del seu segon fill– amb una subvenció de l'agència Magnum. Però la idea havia nascut el 2009 a Gaza, quan entrevistava un home que es negava a ser desposseït del seu dret a estimar. «Em va explicar com va fer entrar la seva nòvia jordana des d'Egipte, pels túnels –recorda la fotògrafa–. Em va dir: 'Va ser com una pel·lícula de Bollywood, la tenia davant meu, tremolant i bruta de cap a peus... La vaig omplir de petons».

INSTANTS // Més de quatre milions de palestins viuen a Cisjordània, Gaza i Jerusalem. La majoria miren, segons el relat de Tanya, de portar una existència normal en un context de conflicte, sota condicions polítiques i econòmiques difícils i amb llibertat de moviments limitada. L'exposició –composta per 25 fotografies en què es detecta un afilat sentit de l'humor– mostra aquells petits instants quotidians que no són insignificants i que posen en evidència la resistència d'aquelles persones a renunciar a viure.

«He buscat juxtaposar la política i l'absurd del dia a dia. Enmig de l'horror, la gent segueix anant al parc amb els seus fills, les dones practiquen ioga, els nens fan esport, les parelles es casen i s'esforcen per construir una nova vida junts», explica Habjouqa, que el 5 de juny pronunciarà una conferència al Palau Robert. ≡

►► Palau Robert. Passeig de Gràcia, 107. De 10.00 a 20.00 hores. Entrada lliure. Fins al 30 d'agost.



TANYA HADJOUQA



►► loga, calma al cotxe i bany infantil, tres escenes de la Palestina real.

Barcelona

CINE

Solidari Ferran Latorre i Amics del Nepal presenten *Hire Himalaya*, d'**Alberto Iñurrategi**, sobre el seu germà **Félix**, mort en un accident. Cinemes Girona. Girona, 175. 20 h. Gratis. Reserves: 93.411.83.73 i recepcio@taranna.com

Poblenou La biblioteca Poblenou acull la projecció del documental *Blanc i negre*, de **Roger Granel**, sobre les desigualtats que ha generat la crisi econòmica. Joncar, 35. A les 19.30 hores. Entrada lliure.

CaixaForum Preestrena del documental *Els oblidats de la Línia Maginot*, dirigit pel periodista **Enric Canals**. Ferrer i Guàrdia, 6. A les 20.30 hores. Entrada lliure. Reserves al telèfon: 93.400.50.38.

Mèxic La BibliMusiCineteca rendeix homenatge a **India María** amb la projecció de *Tonta tonta, pero no tanto*, de **Fernando Cortés**. Vila Vilà, 76. 19 h. Gratuït.

'El Documental del Mes' El Teatre de Sarrí projecta *Art and Craft: falsificador per afició*, de **Sam Cullman** i **Jennifer Grausman**. Pare Miquel de Sarrí, 8. A les 20.30 hores. Entrades: 2 i 3 euros.

Israel Preestrena de la cinta *Gett: El divorci de Viviane Amsalem*, de **Ronit i Shlomi Elkabetz**. Institut Francès. Moia, 8. 20.30 h. Gratuït.

CONFERÈNCIES

Cine *Tota la memòria del món*, la biblioteca cinematogràfica d'**Alain Resnais**, a càrrec d'**Esteve Rimbau**, director de la Filmoteca. Biblioteca Sagrada Família. Provença, 480. 19.00 h. Gratuït.

'Acció & reflexió' Acaba aquest cicle de *Converses a la Pedrera* amb **Vicenç Altaïó i Eudald Carbonell** en un diàleg sobre *Què és la cultura?* Moderarà **Lluís Reales**. Passeig de Gràcia, 92. 19.30 h. 4 €.

'Llegir l'escena' Cicle sobre disseny teatral en què **Ignasi Bonjoch** i **Xavier Albertí** conversaran sobre *Direcció escènica i musical* a propòsit de l'obra *L'hort de les Oliveres*. Biblioteca El Clot. Plaça de les Glòries, 37. 19.00 h. Gratuït.

Arqueologia **Felip Masó** impartirà la xerrada *El patrimoni arqueològic al Pròxim Orient en temps de guerra*. Amics de la Unesco. Mallorca, 207. A les 19.30 hores. 3 euros.

JORNADES

Setmana de Poesia El Festival Internacional de Poesia clausura aquesta setmana literària amb un acte al Palau de la Música en què participaran els poetes **Charles Simic**, **Carles Camps**, **Elena Medel**, **Sharon Olds** i **Montserrat Rodés**. Palau de la Música, 4. 21.00 h. 6 €.

LLIBRES

Conte Presentació de *La mare està malalta*, a càrrec de les autores **Quima Ricart** i **Antonia Bonell**. Centre cívic Can Deu. Plaça de la Concòrdia, 13. A les 19.00 hores.

Curiositats La Casa del Llibre presenta *Vuelve el listo que todo lo sabe*, d'**Alfred López**. Passeig de Gràcia, 62. A les 19.30 hores.

MÚSICA

'Primavera als bars' Concerts gratuïts previs al festival Primavera Sound. Avui amb **Jaime Pantaleón**, que actuarà a Fantástico Club. Passeig Escudellers, 3. 20.00 hores.

Homenatge Concert dels deixebles de piano **María Pérez**, **Roger Borràs** i **Adrià Garcia** en record del pianista i pedagog **Carles G. Vidiella**. Centre Sant Pere Apòstol. Sant Pere Més Alt, 25. A les 20.00 hores. Entrada lliure.

Poemes Concert poètic en homenatge a l'artista difunta **Marga Gil Roësset**. La Casa Elizalde. València, 302. 20.30 hores. Gratuït.

Tarragona

EXPOSICIONS

Reus El Centre de Lectura acull la 19a Biennial d'Art Contemporani Català, que mostra el treball de vuit joves artistes de Catalunya. Major, 15. De 10.00 a 14.00 i 16.00 a 22.00 hores. Fins al 30 de maig.

Girona

MÚSICA

Cámara Cambres @ fora, concert amb **Alba Nonell**, **Laura Xargay**, **Aina Serena** i **Bianca Puig**, entre altres. Biblioteca Carles Rahola. Emili Grahit, 4. A les 19.00 hores.

Lleida

EXPOSICIONS

Cervera El Museu Comarcal presenta el projecte *Fets i personatges. La nostra història de la mà dels seus protagonistes*. Major, 115. 20.00 h.



Daniel Ortega impulsa una llei per tenir el control de totes les dades que generin els usuaris per internet

El Gran Germà nicaragüenc



© CARLOS GARCIA RAWLINS / REUTE / REUTERS

El president veneçolà Nicolás Maduro i el nicaragüenc Daniel Ortega durant la cimera regional de l'ALBA al març a Caracas

ELISABET SABARTÉS
Mèxic. Corresponsal

El president de Nicaragua, Daniel Ortega, impulsa un projecte de llei per cedir el control d'internet a un organisme estatal. El seu pla, rebutjat per amplis sectors de la societat civil, estableix la creació d'una empresa pública que tindria facultats per administrar el servei de banda ampla, atorgar les concessions als seus proveïdors i exigir el lliurament d'informació personal sobre els usuaris. La iniciativa encara no ha estat enviada al legislatiu però, donada la majoria absoluta de l'oficialisme al Parlament unicameral, és probable que el Front Sandinista d'Alliberament Nacional (FSLN) passi el corró i els seus 63 diputats l'aprovin.

El Govern d'Ortega promou la llei com una nova normativa per modernitzar el sector de les telecomunicacions a Nicaragua,

però ha topat amb múltiples detractors, en especial, els empresaris, que qualifiquen el projecte com una agressió contra la llibertat econòmica. Els pocs mitjans de comunicació independents del país denuncien que es tracta d'un atemptat contra la llibertat d'ex-

pressió, mentre que les organitzacions de drets humans afirmen que viola la privacitat dels ciutadans.

D'acord amb el text de la iniciativa, denominada llei de Promoció i Desenvolupament de la Xarxa Nacional de Serveis de Teleco-

municacions de Banda Ampla, el president nicaragüenc preveu instituir una empresa estatal que canalitzaria tota la informació generada pels usuaris des dels seus ordinadors, i això li permetria accedir a les dades. A més, l'ens que regula el sector (Telcor) podrà

solicitar a la nova corporació pública tota la informació tècnica, econòmica i financera que cregui rellevant per a "finalitats estadístiques, de control, supervisió i fixació de tarifes".

Dies enrere, el diari *La Prensa* alçava la seva veu contra el projecte. "Ortega vol col·locar Nicaragua al costat de la Xina comunista, Corea del Nord, Cuba i Rússia, entre altres, on no hi ha

La premsa acusa el president de col·locar el país al nivell de la Xina comunista o de Corea del Nord

lliure accés a internet i la comunicació està controlada, espia i restringida per l'Estat. L'assumpte és molt clar. Una internet lliure és part i condició indispensable d'una societat oberta i democràtica. Al contrari, el control estatal de la xarxa és propi de societats tancades, amb règims antidemocràtics i intolerants, com els països abans esmentats", deia el diari en la seva editorial.

La patronal nicaragüenca també rebutja el projecte de llei, encara que la seva principal objecció és que descoratja l'arribada de capitals a Nicaragua. "Hi estem completament en contra, perquè busca el control absolut d'internet i va en direcció contrària a la de l'esforç absolut del sector públic i privat per atreure inversió al país", va manifestar José Adán Aguerri, president del Consell Superior de l'Empresa Privada (Cosep), òrgan de la patronal, que en els últims anys ha donat suport sense fissures a la política econòmica duta a terme per Ortega.

No és la primera vegada que el president i exguerriller sandinista intenta controlar internet per mitjà d'una disposició legal. L'any 2013, mitjançant una altra iniciativa que implicava reformes de la Constitució, va pretendre atorgar a l'exèrcit funcions de control sobre la xarxa, amb l'argument que així es garantia la seguretat nacional. L'oposició de la societat civil, així com dels partits no oficialistes i de l'empresa privada, el va obligar a retirar-la.●

Caracas posa setge als mitjans independents

■ El règim veneçolà estreny més el setge contra els mitjans independents. Aquesta setmana, un tribunal de Caracas va emetre una ordre que impedeix de sortir del país a 22 directius i periodistes dels diaris *El Nacional* i *Tal Cual*, així com de l'agregador de notícies *La Patilla*, coneguts per la seva posició crítica cap a l'oficialisme. Els afectats s'hauran de presentar una vegada per setmana davant del jutge. La Societat

Interamericana de Premsa ha condemnat la prohibició i ha denunciat "l'ús del sistema judicial veneçolà com un instrument del poder polític", en un marc de greus atacs contra la premsa independent, que ha "desemmascarat el clima d'autoritarisme que propicia el règim de Nicolás Maduro".

La sanció és resultat de la demanda per difamació que el president de l'Assemblea Nacional i número dos del

chavisme, Diosdado Cabello, va presentar contra els amos i el personal de les tres publicacions per difondre els seus presumptes vincles amb el narcotràfic. Els mitjans van divulgar les declaracions de l'ex-cap de seguretat de Cabello, ara testimoni protegit als Estats Units, que l'acusa de dirigir el monopoli de la droga al país a través de l'anomenat càrtel dels Sols, presumptament integrat per militars.



Eurovisió amb efecte Conchita

Austria s'aboca a un festival estimat i injuriat però present a l'ànima d'Europa



El periodista britànic sir Hugh Greene, director general de la BBC durant els anys seixanta i un dels pares fundadors d'Eurovisió, es preguntava cap al final de la carrera si havia valgut la pena crear la Unió Europea de Radiodifusió (UER), l'organisme que agrupa la radiotelevisió europea, si, a la fi, servia "només per fer programes horribles com el festival de la cançó". Greene va morir el 1987, en una dècada en què el certamen musical paneuropeu travessava un cert declivi, així que hauria quedat estupefacte si constatés el deliri que, per bé i per malament, envolta en els últims anys l'eurofestival i el seu entorn.

El Concurs de la Cançó d'Eurovisió –aquest és el seu nom oficial– compleix aquest any seixanta edicions. I si bé els seus detractors el consideren el programa musical més kitsch i vulgar del continent –opinió que en el fons comparteixen molts dels seus acèrrims defensors–, la veritat és que el festival d'Eurovisió és l'esdeveniment televisiu no esportiu més important, emès en directe, del món. I el país encarregat d'organitzar-lo el celebra cada vegada més com un fenomenal aparador de promoció econòmica, i en alguns casos també política.

Austria, país amfitrió aquest any –després del triomf el 2014 a Copenhaguen del seu representant, la

L'Eurofestival és l'esdeveniment televisiu no esportiu més important, emès en directe, del món

cantant Conchita Wurst, amb *Rise like a phoenix*–, es pren molt seriosament Eurovisió. Viena va acollir ahir a la tarda una cerimònia d'inauguració amb catifa vermella davant de l'Ajuntament, en la qual els cantants van desfilant amb les seves millors gales en una atmosfera hollywoodiana. Després de dues semifinals aquesta setmana –demà i dijous–, arribarà la final el dissabte 23, sempre a la Wiener Stadthalle, una sala de concerts i centre de congressos amb un espectacular escenari dissenyat per a l'ocasió.

Algunes xifres expliquen l'entusiasme d'Austria i de la seva televisió pública, l'ORF. En l'edició danesa de l'any passat, uns 195 milions de telespectadors de més de quaranta països van veure en algun moment alguna de les dues semifin-



Jean-Paul Gaultier fa un petó a la mà de Conchita Wurst al Life Ball de dissabte, que va suposar l'arrencada de la gala d'Eurovisió



La cantant d'Islàndia Maria Olafs assajant a l'impressionant escenari del Wiener Stadthalle, on se celebrarà el festival



Cançons o intèrprets amb causa

Fins i tot els defensors més fervents de Conchita Wurst admeten que el seu triomf el 2014 a Eurovisió no es va deure a qüestions estrictament musicals, d'interpretació o d'escenografia, i que la cançó que va quedar segona –*Calm after the storm*, del duo neerlandès The Common Linnets– era molt millor. Però ningú no va dir mai que a Eurovisió guanyen els millors o els més apreciats pel públic, per molt que les cases d'apostes s'esgargamellin amb els pronòstics.

El favorit aquest any és el suec Måns Zelmerlöw amb l'enganxosa *Heroes* –sobre la qual planegen acusacions de plagí–, que defensarà a la semifinal de dijous que ve. L'espanyola Edurne, que cantarà *Amanecer*, no surt ben parada en les apostes (la col·loquen per darrere del desè lloc, fins i tot el quinzè), però s'estalviarà el tràngol de les semifinals ja que Espanya, com Alemanya, el Regne Unit, França i Itàlia –els cinc contribuents financers més grans a la UER–, va directa a la final. El trio italià de tenors Il Volo, amb el seu *Grande amore*, és entre els preferits.

A la final també hi harà Àustria, en qualitat de país guanyador del 2014, i Austràlia com a país convidat. La cançó australiana, *Tonight again*, de Guy Sebastian, figura entre les favorites el segon o tercer llocs. En cas de guanyar, la UER s'enfrontaria a un dilema; o potser no, perquè ja va recalcar que és una invitació "excepcional".

Després de la causa social present en el triomf de Conchita Wurst, hi ha expectació per si aquest any pot passar una cosa semblant. El reglament del festival prohibeix proclames polítiques, però aquest any n'hi ha algunes amb missatge clar i amb opcions de ficar-se a la final. Els armenis Genealogy evoquen en el seu *Face the shadow* la matança que el seu poble va patir el 1915 per acció turca. La russa Polina Gagarina presenta una emotiva cançó antibèlica, *A million voices*, ara que la Rússia de Putin està en plena tensió amb Europa pel conflicte a Ucraïna, país que ha optat per no participar.

Finlàndia envia a Eurovisió la banda de punk Pertti Kurikan Mimipäivät (PKN), els membres de la qual tenen diferents discapacitats; i la representant polonesa, Monika Kuszyńska, pujarà a l'escenari amb la seva cadira de rodes.

nals o la gran final. Més números: cobriran l'eurofestival a Viena 1.700 periodistes acreditats procedents de 85 països (RTVE ha acreditat 60 periodistes espanyols, i n'ha hagut de deixar fora uns 70 més per ajustar-se a la quota marcada per l'organització), i milers d'eurofans de tot Europa estan arribant a la capital austríaca i ho explicaran als seus països a la tornada.

Es mobilitza fins i tot la diplomàcia exterior. Un exemple: l'ambaixada austríaca a Berlín va convocar la setmana passada la premsa alemanya i estrangera per glossar l'eurofestival, pregonar les virtuts turístiques del país, i acomiadar amb flors i Apfelstrudel (pastís de poma) qui de facto és una rival, Ann Sophie, la representant alemanya. En l'acte no va participar Conchita Wurst –nom artístic de Thomas Neuwirth–, però la barbuda intèrpret va ser omnipresent. Van pronunciar el seu nom fins a tretze vegades en el primer quart d'hora.

"Realment existeix un efecte Conchita Wurst; ha aportat nous aspectes a la imatge d'Àustria, que està dominada per Mozart, els palaus vienesos o els deliciosos Mozartkugeln, elements dels quals d'altra banda ens sentim molt orgullosos", va argumentar Maria Seifert, presentadora de la televisió ORF. Seifert va concloure que, "a més, Conchita s'ha convertit en una fantàstica ambaixadora de tolerància; l'hem vist al costat del secretari general de l'ONU, i en fóruns a favor de la diversitat i el respecte".

Aquest efecte Conchita Wurst s'aprecia aquests dies a Viena als semàfors –al centre de la ciutat s'han instal·lat semàfors *gay-fri-*

“Conchita Wurst ha aportat nous aspectes a la imatge d'Àustria”, diu una compatriota presentadora

endly, els llums del qual mostren parelles de figures femenines i masculines–, i en la seva pròpia veu, que ressona a la megafonia dels transports públics. També disabte a la nit, Conchita Wurst va ser una de les estrelles del Life Ball, la gala anual per recaptar fons contra la sida que se celebra cada any a Viena. Wurst va cantar a la plaça davant de l'Ajuntament, va rebre les felicitacions del modista francès Jean-Paul Gaultier, i va ser aplaudit pels actors Charlize Theron i Sean Penn, entre d'altres.

Sota aquests auguris comença la setmana forta d'aquest "programa horrible", únic resultat, segons el parer del desaparegut Hugh Greene, de la unió de les televisions del continent. Però sir Hugh va ser potser una mica cruel: des de la seva creació el 1950, la UER ha organitzat l'intercanvi de sons i imatges d'actualitat i esportives a través de les seves xarxes d'Eurovisió i Euroràdio, i ha afavorit l'intercanvi d'informació entre els països europeus, contribuint que es coneguessin una mica millor. I tot això, per si mateix, bé val un festival.●



El periodista incòmode de TVE

Gemma Busquets
FIGUERES

Li van fer la proposta a finals de l'any passat i s'ho va rumiar molt. Va ser per les vacances de Nadal que va decidir tirar-ho endavant amb els condicionants de mantenir-se com a independent i de situar-

se com a número 2 de la llista de CiU. Al periodista Francesc Cruanyes (Figueres, 1961) la decisió d'un canvi laboral a partir del 24 de maig va lligat a la voluntat de treballar "per la meua ciutat" però també perquè a l'actual TVE a Catalunya, després d'un llarg recorregut en què ha presentat i dirigit les diferents edicions de *L'informatiu* i tertúlies esportives com *La Barberia* de Pitu Abril fins al debat polític *59 segons*, no hi veu llibertat professional "si no canvien les tornes".

Cruanyes ha estat un periodista incòmode; se'l va castigar passat Reis amb un expedient perquè no havia comunicat que feia disset anys que col·laborava amb un article dominical al *Diari de Girona* i més d'onze al setmanari *Empordà*.

"Es dona la paradoxa que no puc escriure sobre que bonica que és la tramuntana", diu Cruanyes, que mai s'havia significat en la seva tasca professional.

I afegeix que hi havia un "co-neixement tà-

cit" de la desena de directors anteriors sobre les col·laboracions en premsa local. En canvi no hi havia hagut problemes quan havia participat -prèvia comunicació- en mitjans nacionals com RAC1 i *El Periódico*.

Francesc Cruanyes, juntament amb altres periodistes catalans de RTVE, com Cristina Puig i Xantal Llavina, va ser apartat per qüestions ideològiques. La purga catalana a TVE i el control que exerceix el PP s'ha fet més evident amb el nomenament de l'excap de comunicació d'Àlicia Sánchez-Camacho, Eladio Jareño, com a nou director de TVE a Catalunya. El periodista, que es recupera, tot i tenir seqüeles, d'un infart cerebral patit el 26 de gener, va criticar un reportatge d'*Informe Semanal* emès el 22 de novembre sobre el 9-N, en què només es donava veu a l'unionisme, i del qual recentment el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) n'ha denunciat la parcialitat.

"Com a català, l'*Informe Semanal* d'avui m'ha fet ràbia; com a periodista, fàstic; i com a treballador de TVE, vergonya", va piular a Twitter. "Em consta que aquella piulada no va agradar a Madrid", va explicar Cruanyes. ■

EL PERFIL

Francesc Cruanyes

Figueres Número 2 a la llista de Convergència i Unió (CiU) que encapçala l'alcaldesa Marta Felip, candidata a la reelecció.



UN PIONER EN LA DIVULGACIÓ DEL POP A TRAVÉS DE LA XARXA

Salvar la ràdio des d'internet

'Popcasting', el primer 'podcast' musical que hi va haver a Espanya, compleix una dècada

NANDO CRUZ
BARCELONA

Causa autèntic vertigen recordar que fa tan sols deu anys no existien les xarxes socials, que descarregar un arxiu de 40 megues podia ocupar-te una nit i que Youtube encara estava en període de proves. En aquell context tecnològicament tan precari, Jaime Cristóbal va iniciar, el 15 de maig de 2005, les emissions de *Popcasting*, un programa quinzenal que oferia una selecció de cançons únicament a través d'internet. Vaja, el que avui coneixem com un *podcast*.

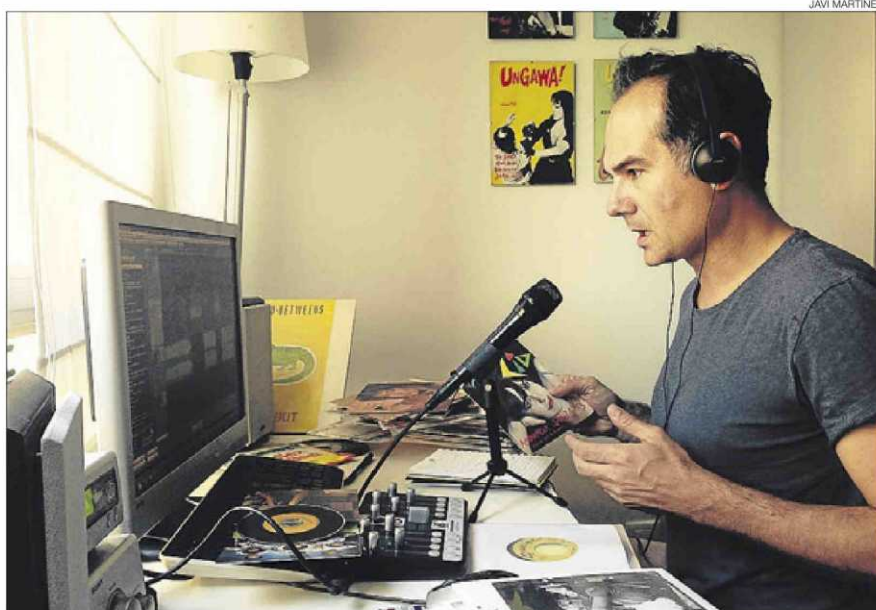
El més insòlit del cas és que, després d'insistir amb el seu objectiu durant una dècada, aquest músic i professor d'anglès nascut a Pamplona ha resultat ser un pioner del format. El 2004 va aparèixer el primer *podcast* a Espanya, impulsat pel periodista i expert en internet i noves tecnologies José Antonio Gelado. El mateix Gelado afirma que *Popcasting* va ser, mesos després, el primer *podcast* musical d'Espanya i, probablement, el primer en espanyol. «Entre el juliol i el setembre de 2004, a tot el món hi hauria 20 *podcasts*, i cap, en espanyol», calcula Gelado.

Cristóbal sempre va voler tenir el seu programa de ràdio. «Em vaig aficionar a la música escoltant la ràdio i sempre somies emular els que presenten els discos», reconeix. Alguns dels seus referents van ser el programa *Oldies but goldies* de la Cadena Ser de Pamplona, i, a Radio 3, Juan de Pablos i Diego Manrique. A mesura que va començar a tocar en els grups The Brillantina's i Souvenir, va anar acumulant aparells amb els quals intuïa que, a més de cançons, podria gravar el seu programa de ràdio.

Micro i targeta de so

«Quan va començar internet jo ja tenia un modest estudi de gravació que era bàsicament un micròfon, una targeta de so i algun programa. El potencial erà allà, però la tecnologia no havia avançat tant», recorda. Des de l'any 2002 Cristóbal grava cada mes un cedé recopilatori per escoltar al cotxe o regalar als amics. «Era la meua selecció mensual dels discos que comprava o em baixava d'internet», explica. Aquells cedés eren gairebé un programa de ràdio. Ja només li faltava trobar la manera de difondre'ls.

Per la Setmana Santa del 2005,



►► Locutor casolà ►► Jaime Cristóbal, al seu despatx estudi, preparant un dels seus últims programes.

El programa ha emès milers de gemmes ocultes del pop i artistes d'última fornada

durant unes vacances al sud de França, Cristóbal va comprar la revista de tecnologia *Wired*. L'article de portada era *La fi de la ràdio* i explicava com, a través d'un ordinador, es podia elaborar i distribuir un programa per internet. «Va ser el moment de dir: '¡eureka!'», afirma. El 15 de maig va emetre el primer *Popcasting* i al juny ja el distribuïa a iTunes. Deu anys després, *Popcasting* suma més de 250.000 descàrregues i segueix desenterrant gemmes ocultes de totes les dècades i furgant entre milers de novetats, fidel encara a la seva periodicitat quinzenal.

Popcasting és un exemple de pas-

sió pel pop en un sentit ampli: de l'afrancesat a l'electrònic i del rockabilly al so disco. En el programa 238, emès i penjat aquest cap de setmana, va punxar *oldies but goldies* de Barbara Lewis, Nikki Sudden i Wham! i grups actuals com Wild Beasts, Mac de Marco i Haim. Més que matar la ràdio, el *podcast* trasllada la ràdio al nou entorn on succeeix tot, internet, i renova el rol de l'assessor musical. I aquí Cristóbal és un exemple de vocació divulgativa i de cultura musical impressionant. També, de modèstia: no ha volgut punxar mai cançons dels seus grups. ≡

JAVI MARTINEZ



Montserrat Casals, periodista y estudiosa de Rodoreda y Sales

Mujer apasionada y de carácter escribió un libro sobre Dalí, al que conoció bien

JACINTO ANTÓN, **Barcelona**
Montserrat Casals (Sabadell, 1952), periodista y escritora, gran literata, estudiosa de Mercè Rodoreda y Joan Sales, autora de libros sobre ambos y sobre Salvador Dalí, al que conoció bien y al que realizó en 1985 una entrevista que fue célebre, falleció la noche del sábado tras una larga y valiente lucha con el cáncer. Hermana menor de la presidenta de Òmnium Muriel Casals, Montse Casals fue durante años redactora de Cultura del diario EL PAÍS y posteriormente, en 1990, corresponsal de Catalunya Ràdio en París, desde donde se hizo muy popular.

Casada con el crítico cinematográfico y cineasta Octavi Martí, actual director adjunto de la Filmoteca de Cataluña, era madre de dos hijos. Con Martí, escribiendo a cuatro manos, ganó el Premio Sent Soví con *Dissabtes, mercat*, supuestas memorias de la criada de *Mirall trencat*, de la Rodoreda, que describe las costumbres culinarias de sus señores.

Su biografía de la Rodoreda, *Mercè Rodoreda, contra la vida, la literatura* (Edicions 62, 1991) está considerada una de las obras de referencia sobre la autora de *La plaça del diamant*. Entre sus últimas publicaciones (2014) figura un apéndice a la reedición de *Cartes a Màrius Torres* de Joan Sales, del que estaba escribiendo una biografía.

Hija de Lluís Casals, un conocido abogado de Sabadell, catalanista e intelectual que había combatido en la Guerra Civil y que conoció a su mujer, Augusta, francesa, en el exilio, Montserrat Casals Couturier era una profunda conocedora de la cultura y la lengua del país vecino. Persona de carácter fuerte, valiente y decidida, entrañablemente testaruda, impaciente, cultísima, refinada, genial, Montse era una persona maravillosa como amiga pero mujer sin pelos en la lengua, decía siempre lo que pensaba y arremetía decididamente contra lo que consideraba injusto o estúpido. Doy fe porque una vez, cuando ella era pe-



Montserrat Casals.

riodista de la sección de Cultura de este diario clamó que mi fichaje le parecía un disparate habiendo mejores opciones. Seguramente tenía razón, mucha razón, pero luego muy generosamente cambió de opinión. fuimos amigos y a gente como ella debo bastante lo que soy.

Fue sonado su enfrentamiento

en 2000 con los responsables de Catalunya Ràdio por criticar la "degradación" de la emisora como servicio público, lo que le costó su cese. Pero es que Montse era incapaz de refrenarse cuando tenía algo claro, aunque le supusiera un perjuicio. Ese era su carácter. Es cierto que luego era persona de no guardar rencores.

Recuerdo el guirigay que se montó en el EL PAÍS, donde trabajamos juntos durante varios años en la misma sección de Cultura (yo la observaba con admiración, asombro y a veces con las manos en la cabeza), con motivo de las informaciones sobre el declive, la larga agonía y finalmente la muerte de Dalí. Montse hubo de trabajar junto a toda una escuadra de especialistas en el artista que confluían entonces en el diario como una tormenta perfecta.

Se lanzó con fruición en aquel maelstrom de fuentes, contactos, sabidurías y egos revueltos. Consiguió una exclusiva mundial, la penúltima entrevista con Dalí, en febrero de 1985, cuando el pintor llevaba sin conceder ninguna desde 1983 ni aceptaba visitas para que no le vieran en su decrepitud. Ella lo entrevistó durante hora y media en Torre Galatea, y aquella entrevista, en la que Montse introducía el yo, cosa rarísima por entonces, y describía de manera sensacional al personaje en toda su ruina, merecería figurar en las antologías de nuestro periodismo. En un momento de la entrevista, sondado y todo, Dalí se le pone a cantar "matarile, matarile".

Gente que sabe más elogiará sus virtudes de especialista literaria. Yo solo puedo decir (y lamentar) que con Montse Casals desparece, además de una gran mujer, un modelo de periodista de los que ya no se estilan: apasionada hasta la vehemencia, culta, sensible y valiente. Ya quisieramos ser como ella.



Prisa realizará un 'contrasplit' el viernes y agrupará 30 acciones en una

D.E. Madrid

Los inversores de Prisa deben saber que el próximo viernes la compañía agrupará sus acciones, en una proporción de 30 títulos en uno.

La operación, denominada *contrasplit*, consiste en aglutinar las acciones y aumentar el valor nominal de cada una, al tiempo que se reduce en la misma proporción el número de títulos en circulación. Tiene como finalidad elevar el valor de sus títulos en términos absolutos para mitigar la volatilidad de los mismos,

aunque es neutral para el inversor desde el punto de vista financiero.

Así, un inversor que en el momento actual tenga 3.000 acciones de la compañía de comunicación, de 0,29 euros cada una (según el precio de cierre de la semana pasada), pasará a tener, una vez finalice el *contrasplit*, 100 acciones, de 8,7 euros cada una. Estas valoraciones variarán en función de la cotización de los títulos la próxima semana. Pero la capitalización bursátil de Prisa seguirá siendo la misma.

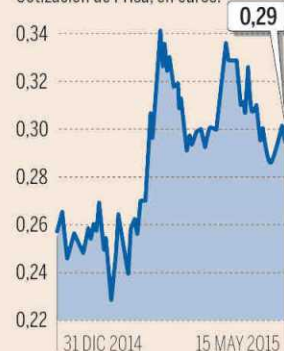
El viernes, la compañía cerró con un valor bursátil de 636 millones de euros.

Al aumentar el precio absoluto de la acción se busca dotar de más estabilidad a la cotización en Bolsa y reducir su volatilidad. Por otro lado, la empresa se desligaría de la percepción poco favorable que tiene el mercado de las compañías cuyos títulos cotizan por debajo de un euro.

Los títulos de Prisa acabaron la semana pasada con un alza del 3,15%. En el año, se anota un 14,34%.

RUMBO BURSÁTIL

Cotización de Prisa, en euros.



Fuente: Bloomberg

Expansión

**BARCELONA**

Luján i els tramvies

El març es va presentar *La Barcelona dels tramvies i altres textos*, amb els articles que el periodista Néstor Luján va publicar a la revista *Destino* la dècada de 1940. No he pogut llegir el llibre encara, però per a la meua tesi doctoral vaig consultar els articles de Luján sobre els tramvies de Barcelona. Luján va tenir l'encert d'utilitzar un dels pocs temes que la censura permetia –i amb la qual deuria tenir bons contactes des de la seva filiació política– i va carregar durament contra la companyia de tramvies. Barcelona ha tingut i té molts detractors dels tramvies. Luján n'era un; només cal llegir els seus comentaris. Alguns destil·laven odi cap a la companyia i el sistema tramviari i, en ocasions, molt mal gust, com quan comparava els llavors moderns cotxes 1200 amb la bomba atòmica. Ara potser fa gràcia, però des del punt de vista formal no en té gens. El problema

rau en el fet que quan es té aquesta actitud i, a més, s'és creador d'opinió, el mal que es fa és important. No crec defensable el servei que oferia la companyia de tramvies en els anys 40, però s'ha de reconèixer que l'esforç que es va fer per posar en circulació nou material mòbil va ser important, i que les restriccions elèctriques, a les quals era completament aliena la companyia, van afectar molt negativament la seva imatge i el servei que prestava, aspectes aquests que Luján mai va reconèixer. El més important era la crítica, raonada o no. I Luján va ajudar a crear un estat d'opinió que, finalment, va servir per destruir la xarxa de tramvies de Barcelona el 1971, error que avui encara paguem.

Albert GonzálezGeògraf.
Barcelona



Mor Montserrat Casals, periodista i biògrafa de Mercè Rodoreda

La periodista i historiadora de la literatura Montserrat Casals Couturier ha mort als 62 anys, després d'una dècada de lluita contra un càncer. Com a periodista havia treballat a *El País*, *Tele/eXprés*, TVE i després com a corresponsal de Catalunya Ràdio a París (1994-2002). De fet, Casals era filla de mare francesa, que havia conegut el marit, un advocat sabadellenc que va

combatre al front, a l'exili. La seva gran petjada és en l'àmbit literari, com a experta de l'obra de Mercè Rodoreda, de la qual havia publicat diversos estudis i la biografia *Mercè Rodoreda, contra la vida, la literatura* (Edicions 62, 1991). També havia estudiat la trajectòria i els arxius de l'escriptor i editor Joan Sales, de qui tenia pendent publicar una biografia a Club Editor.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/05/15	El Col·legi insta els periodistes a no ajudar a difondre el discurs xenòfob / NacióGranollers.cat	67	1
16/05/15	Última setmana per ajudar a denunciar els blocs electorals davant la justícia europea / BTV Notícies.cat	68	1
16/05/15	El Col·legi insta els periodistes a no ajudar a difondre la xenòfobia / Osona.com	69	1
17/05/15	ERC guanya "El Joc dels Candidats" enmig d'un clima d'esportivitat política / ElSetmanari.cat	70	2
17/05/15	ERC guanya «El Joc dels Candidats» en un ambient d'esportivitat / ManresaInfo.cat	72	2
17/05/15	ICV proposa desplegar a Manresa la llei contra la LGTBIfòbia / ManresaInfo.cat	74	1
17/05/15	ICV proposa desplegar a Manresa la llei contra la fòbia a les persones LGTBI / ManresaInfo.cat	75	1
17/05/15	El Col·legi insta els periodistes a no ajudar a difondre el discurs xenòfob / BaixMontseny.info	76	1
18/05/15	L'omnisciència i omnipresència de l'alcalde Junyent / ManresaInfo.cat	77	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
16/05/15	Cómo lanzar una campaña en medios internacionales / Top Comunicación	79	1
16/05/15	Ali Lmrabet: volver al periodismo tras 10 años de inhabilitación / Periodistas en Español	80	2
17/05/15	Las diez noticias de Comunicación y Relaciones Públicas que no has debido perderte esta semana / PRNoticias	82	2

Col·legi de Periodistes de Catalunya



El Col·legi insta els periodistes a no ajudar a difondre el discurs xenòfob

Sábado, 16 de mayo de 2015

El Col·legi de Periodistes ha demanat als professionals del sector que no siguin altaveus de cap discurs que alimenti qualsevol tipus de discriminació a una persona per qualsevol de les raons que assenyalen la Declaració Universal dels Drets Humans i el Conveni Europeu dels Drets Humans i el Codi Deontològic dels Periodistes Catalans. "És responsabilitat dels i les professionals dels mitjans: desemascarar els discursos de lodi, combatre'ls quan s'expressin a través dels nostres mitjans i denunciar, si s'escau, a la Fiscalia de Delictes d'Odi i Discriminació qualsevol declaració feta a través d'aquests mitjans", afirma la declaració signada pel Col·legi i per l'entitat Diverscat en Acció . La declaració estableix el compromís per part dels periodistes que en el cas que hagin d'entrevistar o intervenir en un debat amb presència d'aquest tipus de grups "no permetrem que se serveixi dels mitjans, i encara menys si aquests són públics, per fer propaganda basada en principis discriminatoris, xenòfobs o racistes". El Col·legi i Diverscat en Acció també reclamen una presa de posició pública al Consell de l'Audiovisual de Catalunya i al Consell de la Informació: "Volem que es posicionin contra la utilització dels mitjans de comunicació com a altaveus i transmissors de discursos de discriminació, de xenofòbia o de racisme".

Última setmana per ajudar a denunciar els blocs electorals davant la justícia europea

Sábado, 16 de mayo de 2015

El Col·legi de Periodistes de Catalunya ha recaptat ja més de la meitat dels diners necessaris per finançar la demanda contra els blocs electorals davant del Tribunal Europeu dels Drets Humans. A través d'aportacions voluntàries dels ciutadans, l'entitat es proposa arribar als 6.000 euros abans del 24 de maig. La campanya de micromecenatge que es va posar en marxa a labril a través de la plataforma Verkami arriba a la recta final. Tot i que l'objectiu encara no sha aconseguit, la degana del Col·legi, Neus Bonet, es mostra confiada que sassolirà. Els 6.000 euros que es volen recaptar són la meitat del que costen els tràmits de presentació i seguiment de la denúncia. L'altra meitat la porta directament el mateix Col·legi. Si sassoleix el finançament, serà la tercera vegada que el gremi intenta posar fi als blocs per la via judicial . Les dues anteriors van ser en l'àmbit estatal, però tant el Suprem (2008) com el Constitucional (2012) van rebutjar pronunciar-se sobre la qüestió. Ara sapel·la, com a últim recurs, al Tribunal Europeu dels Drets Humans d'Estrasburg per eradicar una anomalia que, a tot el continent, només es produeix a Espanya. Els blocs en els mitjans de comunicació públics suposen la imposició dun minutatge i dun ordre preestablert segons la representació dels partits polítics, sense tenir en compte cap criteri periodístic, a l'hora dinformar sobre les campanyes electorals. Per això, els professionals de diversos mitjans, entre els quals BTV, s'oposen a aquesta pràctica amb diferents mesures de protesta. Els blocs lesionen el dret a la informació de la ciutadania , segons Bonet, i per demanar la seva implicació posa un exemple: La gent sol ser molt curosa amb allò que menja o allò que beu. Doncs la dieta mediàtica també l'ha de tenir molt clara: què consumeix i què no, què és informació i què és propaganda .

Transcripció del vídeo

El Col·legi insta els periodistes a no ajudar a difondre la xenòfobia

Sábado, 16 de mayo de 2015

El Col·legi de Periodistes ha demanat als professionals del sector que no siguin altaveus de cap discurs que alimenti qualsevol tipus de discriminació a una persona per qualsevol de les raons que assenyalen la Declaració Universal dels Drets Humans i el Conveni Europeu dels Drets Humans i el Codi Deontològic dels Periodistes Catalans. "És responsabilitat dels i les professionals dels mitjans: desemmascarar els discursos de lodi, combatre'ls quan s'expressin a través dels nostres mitjans i denunciar, si s'escau, a la Fiscalia de Delictes d'Odi i Discriminació qualsevol declaració feta a través d'aquests mitjans", afirma la declaració signada pel Col·legi i per l'entitat Diverscat en Acció. La declaració estableix el compromís per part dels periodistes que en el cas que hagin d'entrevistar o intervenir en un debat amb presència d'aquest tipus de grups "no permetrem que se serveixi dels mitjans, i encara menys si aquests són públics, per fer propaganda basada en principis discriminatoris, xenòfobs o racistes". El Col·legi i Diverscat en Acció també reclamen una presa de posició pública al Consell de l'Audiovisual de Catalunya i al Consell de la Informació: "Volem que es posicionin contra la utilització dels mitjans de comunicació com a altaveus i transmissors de discursos de discriminació, de xenofòbia o de racisme".

ERC guanya "El Joc dels Candidats" enmig d'un clima d'esportivitat política

Domingo, 17 de mayo de 2015

Lequip format pel cap de llista d'ERC, Pere Culell, ha guanyat la quarta edició del Joc dels candidats, el 10 al ple, que s'ha celebrat aquest migdia al pati del teatre Kursaal de Manresa i que ha organitzat la Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i l'Associació Cultural El Galliner. De: Redacció Un dels moments del joc. Foto: Jordi Preñanosa Lequip format pel cap de llista d'ERC, Pere Culell, ha guanyat la quarta edició del Joc dels candidats, el 10 al ple, que s'ha celebrat aquest migdia al pati del teatre Kursaal de Manresa i que ha organitzat la Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i l'Associació Cultural El Galliner. El joc pretenia posar a prova el coneixement que tenen de la ciutat els candidats que aspiren a governar-la i, sobretot, trencar la seriositat de la campanya bo i sabent que guanyar o perdre no té cap mena de transcendència més enllà de la prova. En el joc hi han participat nou de les deu candidatures que es presenten a les eleccions municipals a Manresa, ja que Ciutadans ha declinat la invitació. Les candidatures shan organitzat en equips de tres persones, tots encapçalats pel cap de llista excepte CiU. El candidat a l'alcaldia per la formació nacionalista, Valentí Junyent, ha excusat la seva presència per motius d'agenda. Els equips han hagut de superar un total de vuit proves, entre les quals hi havia preguntes de coneixement de la ciutat, de cultura i llengua, i proves d'habilitat. Cap dels equips ha sabut respondre, per exemple, on era l'antic Col·legi Carrero Blanco, quantes llars municipals funcionen a Manresa, quin va ser l'any que es va fer la primera edició de la novel·la K.L. Reich de Joaquim Amat Piniella ni quins cellers de la DO Pla de Bages hi ha a la ciutat. Només CiU ha sabut quin any es va inaugurar la Sala Ciutat, i només Democràcia Municipal ha encertat l'any que la Fira de Manresa es va celebrar a l'Hotel Pere III. En una segona prova, els candidats han hagut d'identificar cinc músiques que acompanyen la imatgeria manresana. ERC ha estat la formació que més domini d'aquest tema ha demostrat. Els equips també han hagut de mostrar el seu coneixement de la llengua i han hagut descriure correctament sis paraules (sivella, plebiscit, bup-bup, bivitelí i vicissitud). Els més experts en llengua han estat els integrants de la llista d'ICV. Una altra prova que han hagut de superar els caps de llista consistia a escriure una piulada per Twitter venent els atractius de Manresa, una prova que no ha puntuat en positiu i que només ha restat punts als equips que han fet faltes d'ortografia (PP, PxC i Millor Manresa). El joc ha acabat amb les proves més disteses, reservades als dos membres de l'equip que no eren cap de llista. Un dells havia de fer una construcció en peces de fusta que representés algun edifici emblemàtic de Manresa mentre que l'altre es jugava els punts al joc de la cadira. La Seu, el Pont Nou, l'edifici judicial, el Pont Vell, la Torre de Santa Caterina i Can Jorba han estat les estructures que han intentat reproduir. En aquesta prova, les millors valoracions del jurat han estat per a les construccions fetes pel PSC i ERC. Mentrestant, un integrant de la candidatura Millor Manresa guanyava el joc de les cadires. El Joc dels Candidats ha estat presentat pel músic i locutor Xavier Serrano. Els membres del jurat encarregats

Dom, 17 de may de 2015

Audiència: 1.048

Ranking: 4

VPE: 3

Página: 2

Tipología: online

de supervisar totes les proves han estat Francesc Comas (historiador), Àngels Freixanet (escultora) i David Pintó (director teatral). Han col·laborat en aquest acte els mitjans de comunicació local, Manresana d'Equipaments Escènics (MEES), Kursaal Espai Gastronòmic i el CAE.

Dom, 17 de may de 2015**Audiencia:** 161.219**Ranking:** 6**VPE:** 1.494**Página:** 1**Tipología:** online

ERC guanya «El Joc dels Candidats» en un ambient d'esportivitat

Domingo, 17 de mayo de 2015

Les nou candidatures a 'El Joc dels candidats' en el torn de preguntes. Foto: Pere Fontanals L'equip format pel cap de llista d'ERC, Pere Culell, ha guanyat la quarta edició del 'Joc dels candidats', el '10 al ple', que s'ha celebrat aquest migdia al pati del teatre Kursaal de Manresa i que ha organitzat la Demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i l'Associació Cultural El Galliner. El joc pretenia posar a prova el coneixement que tenen de la ciutat els candidats que aspiren a governar-la i, sobretot, trencar la seriositat de la campanya bo i sabent que guanyar o perdre no té cap mena de transcendència més enllà de la prova. En el joc hi han participat nou de les deu candidatures que es presenten a les eleccions municipals a Manresa, ja que Ciutadans ha declinat la invitació. Les candidatures s'han organitzat en equips de tres persones, tots encapçalats pel cap de llista excepte CiU. El candidat a l'alcaldia per la formació nacionalista, Valentí Junyent, ha excusat la seva presència per motius d'agenda. Per la seva part, PxC ha presentat un equip encapçalat pel seu cap de llista, Sebastià Llorca, i s'ha mostrat totalment aliè als fronts que té oberts per la falsificació de firmes a membres de la llista i embustada de propaganda racista. Els equips han hagut de superar un total de vuit proves, entre les quals hi havia preguntes de coneixement de la ciutat, de cultura i llengua, i proves d'habilitat. Cap dels equips ha sabut respondre, per exemple, on era l'antic Col·legi Carrero Blanco, quantes llars municipals funcionen a Manresa, quin va ser l'any que es va fer la primera edició de la novel·la K.L. Reich' de Joaquim Amat Piniella ni quins cellers de la DO Pla de Bages hi ha a la ciutat. Només CiU ha sabut quin any es va inaugurar la Sala Ciutat, i només Democràcia Municipal ha encertat l'any que la Fira de Manresa es va celebrar a l'Hotel Pere III. En una segona prova, els candidats han hagut d'identificar cinc músiques que acompanyen la imatgeria manresana. ERC ha estat la formació que més domini d'aquest tema ha demostrat. Els equips també han hagut de mostrar el seu coneixement de la llengua i han hagut d'escriure correctament sis paraules (sivella, plebiscit, bup-bup, bivitell i vicissitud). Els més experts en llengua han estat els integrants de la llista d'ICV. Una altra prova que han hagut de superar els caps de llista consistia a escriure una piulada per Twitter venent els atractius de Manresa, una prova que no ha puntuat en positiu i que només ha restat punts als equips que han fet faltes d'ortografia (PP, PxC i Millor Manresa). El joc ha acabat amb les proves més disteses, reservades als dos membres de l'equip que no eren cap de llista. Un d'ells havia de fer una construcció en peces de fusta que representés algun edifici emblemàtic de Manresa mentre que l'altre es jugava els punts al joc de la cadira. La Seu, el Pont Nou, l'edifici judicial, el Pont Vell, la Torre de Santa Caterina i Can Jorba han estat les estructures que han intentat reproduir. En aquesta prova, les millors valoracions del jurat han estat per a les construccions fetes pel PSC i ERC. Mentrestant, un integrant de la candidatura Millor Manresa guanyava el joc de les cadires. El Joc dels Candidats ha estat presentat pel músic i locutor Xavier Serrano. Els membres del jurat encarregats de supervisar totes les proves han estat Francesc Comas (historiador),

Dom, 17 de may de 2015

Audiencia: 161.219

Ranking: 6

VPE: 1.494

Página: 2

Tipología: online

Àngels Freixanet (escultora) i David Pintó (director teatral). Han col·laborat en aquest acte els mitjans de comunicació local, Manresana d'Equipaments Escènics (MEES), Kursaal Espai Gastronòmic i el CAE. El coordinador nacional d'ICV assegura que si governen "registraran tots els calaixos" El candidat del PP, Iván Rodríguez, nega que sigui "franquista ni feixista" L'alcalde de Badalona assegura que una de les seves prioritats és la neteja dels carrers

ICV proposa desplegar a Manresa la llei contra la LGTBIfòbia

Domingo, 17 de mayo de 2015

El candidat d'ICV a l'alcaldia de Manresa, Lluís Cano, ha reivindicat el respecte i la defensa de la identitat i la diversitat sexual i afectiva durant els actes de campanya que han tingut lloc durant la jornada d'aquest diumenge, entre d'altres 'El Joc dels Candidats', organitzat pel Col·legi de Periodistes de la Catalunya Central, coincidint amb la celebració del Dia Internacional contra la LGTBIfòbia (fòbia a les lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i intersexuals). Tant el cap de llista com la resta de candidats de la formació ecosocialista han lluitat a mode reivindicatiu cordills de sabates amb l'arc de Sant Martí. La reivindicació d'ICV Manresa s'ha completat amb la presentació de propostes concretes en favor del respecte a la diversitat sexual. En aquest sentit, Cano ha anunciat que un dels seus objectius programàtics és desplegar, a nivell local, la llei contra la LGTBIfòbia, "així com promoure l'associacionisme dels gais, lesbianes, transsexuals i bisexuals en els àmbits de participació municipal". A més, tal com ha explicat l'alcalde, "protegirem el dret a la lliure expressió de l'afectivitat en els espais públics i realitzarem programes de promoció de l'autoestima i l'autoconeixement dels adolescents homosexuals, transsexuals, bisexuals i intersexuals". Un altre dels compromisos d'ICV és promoure en els mitjans d'informació local i en els suports publicitaris municipals la informació sobre les activitats dels col·lectius de LGTBI, inclosos el dia de l'orgull/alliberament gai, lesbià, transsexual i bisexuals, o el Dia Internacional contra la LGTBIfòbia. ICV aposta per uns municipis lliures de fòbia a aquestes opcions sexuals i, per això, vol incrementar la formació i l'assessorament per prevenir-la, "sobretot entre el personal al servei de l'Ajuntament". A més, des dels centres de promoció econòmica es volen promoure accions específiques d'inserció laboral per al col·lectiu transsexual. Altres accions que es proposen són donar suport jurídic en casos d'agressions i discriminacions, prevenir la LGTBIfòbia en les activitats juvenils municipals, associatives d'esplai o en centres esportius, i elaborar un protocol d'identificació, atenció i gestió de les situacions d'assetjament en els centres educatius. A més, ICV proposa no establir projectes de cooperació amb ajuntaments i països que penalitzin l'homosexualitat o la transsexualitat, així com garantir que un percentatge dels projectes de cooperació estiguin dedicats a polítiques LGTBI. Al finalitzar l'acte de 'El Joc dels Candidats' l'alcalde Lluís Cano ha fet entrega de tres parells de cordills reivindicatius a l'equip guanyador, ERC. El coordinador nacional d'ICV assegura que si governen "registraran tots els calaixos" El candidat del PP, Iván Rodríguez, nega que sigui "franquista ni feixista" L'alcalde de Badalona assegura que una de les seves prioritats és la neteja dels carrers Segons els darrers sondejos el 25% de la ciutadania encara no ha decidit qui votarà

Dom, 17 de may de 2015**Audiencia:** 161.219**Ranking:** 6**VPE:** 1.494**Página:** 1**Tipología:** online

ICV proposa desplegar a Manresa la llei contra la fòbia a les persones LGTBI

Domingo, 17 de mayo de 2015

El candidat d'ICV a l'alcaldia de Manresa, Lluís Cano, ha reivindicat el respecte i la defensa de la identitat i la diversitat sexual i afectiva durant els actes de campanya que han tingut lloc durant la jornada d'aquest diumenge, entre d'altres 'El Joc dels Candidats', organitzat pel Col·legi de Periodistes de la Catalunya Central, coincidint amb la celebració del Dia Internacional contra la LGTBIfòbia (fòbia a les lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i intersexuals). Tant el cap de llista com la resta de candidats de la formació ecosocialista han lluitat a mode reivindicatiu cordills de sabates amb l'arc de Sant Martí. La reivindicació d'ICV Manresa s'ha completat amb la presentació de propostes concretes en favor del respecte a la diversitat sexual. En aquest sentit, Cano ha anunciat que un dels seus objectius programàtics és desplegar, a nivell local, la llei contra la LGTBIfòbia, "així com promoure l'associacionisme dels gais, lesbianes, transsexuals i bisexuals en els àmbits de participació municipal". A més, tal com ha explicat l'alcaldable, "protegiem el dret a la lliure expressió de l'afectivitat en els espais públics i realitzarem programes de promoció de l'autoestima i l'autoconeixement dels adolescents homosexuals, transsexuals, bisexuals i intersexuals". Un altre dels compromisos d'ICV és promoure en els mitjans d'informació local i en els suports publicitaris municipals la informació sobre les activitats dels col·lectius de LGTBI, inclosos el dia de l'orgull/alliberament gai, lesbià, transsexual i bisexuals, o el Dia Internacional contra la LGTBIfòbia. ICV aposta per uns municipis lliures de fòbia a aquestes opcions sexuals i, per això, vol incrementar la formació i l'assessorament per prevenir-la, "sobretot entre el personal al servei de l'Ajuntament". A més, des dels centres de promoció econòmica es volen promoure accions específiques d'inserció laboral per al col·lectiu transsexual. Altres accions que es proposen són donar suport jurídic en casos d'agressions i discriminacions, prevenir la LGTBIfòbia en les activitats juvenils municipals, associatives d'esplai o en centres esportius, i elaborar un protocol d'identificació, atenció i gestió de les situacions d'assetjament en els centres educatius. A més, ICV proposa no establir projectes de cooperació amb ajuntaments i països que penalitzin l'homosexualitat o la transsexualitat, així com garantir que un percentatge dels projectes de cooperació estiguin dedicats a polítiques LGTBI. Al finalitzar l'acte de 'El Joc dels Candidats' l'alcaldable Lluís Cano ha fet entrega de tres parells de cordills reivindicatius a l'equip guanyador, ERC. El coordinador nacional d'ICV assegura que si governen "registraran tots els calaixos" El candidat del PP, Iván Rodríguez, nega que sigui "franquista ni feixista" L'alcalde de Badalona assegura que una de les seves prioritats és la neteja dels carrers Segons els darrers sondejos el 25% de la ciutadania encara no ha decidit qui votarà El nou president de l'ANC no descarta que ICV i UDC se sumin al full de ruta

Dom, 17 de may de 2015**Audiencia:** 181.384**Ranking:** 6**VPE:** 1.681**Página:** 1**Tipología:** online

El Col·legi insta els periodistes a no ajudar a difondre el discurs xenòfob

Domingo, 17 de mayo de 2015

El Col·legi de Periodistes ha demanat als professionals del sector que no siguin altaveus de cap discurs que alimenti qualsevol tipus de discriminació a una persona per qualsevol de les raons que assenyalen la Declaració Universal dels Drets Humans i el Conveni Europeu dels Drets Humans i el Codi Deontològic dels Periodistes Catalans. "És responsabilitat dels i les professionals dels mitjans: desemascarar els discursos de lodi, combatre'ls quan s'expressin a través dels nostres mitjans i denunciar, si s'escau, a la Fiscalia de Delictes d'Odi i Discriminació qualsevol declaració feta a través d'aquests mitjans", afirma la declaració signada pel Col·legi i per l'entitat Diverscat en Acció . La declaració estableix el compromís per part dels periodistes que en el cas que hagin d'entrevistar o intervenir en un debat amb presència d'aquest tipus de grups "no permetrem que se serveixi dels mitjans, i encara menys si aquests són públics, per fer propaganda basada en principis discriminatoris, xenòfobs o racistes". El Col·legi i Diverscat en Acció també reclamen una presa de posició pública al Consell de l'Audiovisual de Catalunya i al Consell de la Informació: "Volem que es posicionin contra la utilització dels mitjans de comunicació com a altaveus i transmissors de discursos de discriminació, de xenofòbia o de racisme". Anàlisis i reportatges dels primers dies de la campanya electoral des de les edicions territorials CiU cau entre un i dos regidors, segons l'enquesta del Segre | ERC i Ciutadans es disputen ser la tercera força | Daltabaix del PP i entrada amb força de la CUP Jaume Medina recull en els dos volums de la magna obra El parlar d'una família vigatana, un estudi del català parlat actualment a Vic i a Osona | La llengua catalana manté en determinats àmbits un altíssim grau de genuïtat i de riquesa en continuïtat amb una tradició de segles Barcelona en Comú aconseguiria 12 regidors, mentre que CiU es quedaria amb 10 | Els resultats no coincideixen amb l'enquesta realitzada per "El Mundo" divendres, que donava la victòria a Trias

L'omnisciència i omnipresència de l'alcalde Junyent

Lunes, 18 de mayo de 2015

Piulada de l'alcalde de 'El Joc dels Candidats'. Lloc on aparentment no hi era. Foto: Twitter Malgrat que aquest diumenge al migdia l'alcalde i alcaldable per CiU, Valentí Junyent, no ha pogut participar a 'El Joc dels Candidats' que organitzava la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes i l'associació cultural el Galliner per problemes d'agenda, la seva capacitat per ser a tot arreu a tota hora, l'ha permès fer una foto a la part del joc de les cadires i piular-la al twitter com si res. Allò que per a la resta de mortals ens seria impossible de fer, l'alcalde ho ha portat a terme com si res. De fet, és tant omnipresent que fins i tot s'embolica i diu que una cosa passa al Casino quan en realitat està passant al Kursaal. A les habilitats ja conegudes del candidat li haurem de sumar ara la de l'omnipresència. I potser, preveient que guanyaria ERC, i per això no ha vingut, també la de l'omnisciència. Serà cosa de Manresa 2

Periodisme i Mitjans de comunicació



Audiencia: 20.950

Ranking: 5

VPE: 132

Página: 1

Tipología: online

Cómo lanzar una campaña en medios internacionales

Sábado, 16 de mayo de 2015

CAMPAÑA DE EUROMEDIA COMUNICACIÓN PARA AERTEC SOLUTIONS LAS MEJORES CAMPAÑAS DE 2014. Euromedia Comunicación puso en marcha, entre enero y marzo, una campaña para proyectar internacionalmente la marca de AERTEC Solutions como compañía de ingeniería y consultoría especializada en las industrias aeroespacial y aeroportuaria. De forma específica, la campaña hizo hincapié en posicionar la marca en el mercado británico. SECCIÓN PATROCINADA POR PUNTONNEWS POR EUROMEDIA COMUNICACIÓN. sábado 16 de mayo de 2015 ESTRATEGIAS Y ACCIONES PUESTAS EN MARCHA: Aprovechar la realización por parte de AERTEC Solutions de un proyecto de I+D+i, junto a la filial tecnológica de Airbus y la Universidad de Cranfield , para proyectar imagen de marca en el mercado británico, donde la compañía había abierto a principios de 2013 una nueva sede en Bristol. Se elaboró una documentación informativa, de la que se prepararon diferentes adaptaciones para medios nacionales de información general y económica, medios nacionales especializados, medios internacionales especializados, medios de información general del entorno de Bristol y medios propios del cluster británico aeroespacial. Toda la documentación informativa se realizó en inglés y español , según los medios a los que se dirigió. La difusión y seguimiento con los periodistas se realizó en los mismos idiomas. La documentación fue consensuada con los actores interesados. El mensaje principal y motor de venta de la noticia fue: AERTEC Solutions pone el foco en el Reino Unido y desarrolla con Airbus un proyecto pionero para aplicar la tecnología de videojuegos en la industria aeronáutica . RESULTADOS: Merced a este trabajo de difusión, AERTEC Solutions logró una repercusión informativa valorada en 355.700 euros . Medios internacionales especializados en habla inglesa como Aerospace Manufacturing, AEROSPACE (Royal Aeronautical Society) o The Engineer; medios del entorno de Bristol como Bristol Post, Bristol and Bath Business y del cluster aeroespacial del Oeste de Inglaterra como WEAf.co.uk; medios nacionales especializados como Fly News, Actualidad Aeroespacial, Periódico AIRE, o Infodefensa.com y medios nacionales económicos y de información general como El Economista, Expansión, Finanzas.com, ABC, El Mundo, La Vanguardia, 20 Minutos, Grupo Joly, Sur o La Opinión de Málaga concedieron amplia cobertura informativa al proyecto de I+D desarrollado por AERTEC Solutions y a sus planes de crecimiento en el Reino Unido. QUÉ PUEDEN APRENDER NUESTROS LECTORES DE ESTA CAMPAÑA: Un buen trabajo de comunicación puede ayudar a la proyección internacional de las empresas españolas inmersas en planes de expansión. Gracias a este trabajo, empresas como AERTEC Solutions pueden lograr posicionamiento y notoriedad en medios especializados internacionales con gran influencia para prescribir sus servicios. SECCIÓN PATROCINADA POR PUNTONNEWS

Ali Lmrabet: volver al periodismo tras 10 años de inhabilitación

Sábado, 16 de mayo de 2015

El periodista marroquí Ali Lmrabet, acaba de cumplir los diez años de inhabilitación para el ejercicio del periodismo que le impuso en el año 2005 la justicia marroquí, debido a que había declarado al semanario Al-Mustaqil que los saharauis de Tinduf son refugiados y no secuestrados por el Polisario, como históricamente ha sostenido la propaganda oficial marroquí. Además fue multado con 50.000 dirhams (algo menos de 5000 euros). El periodista ha expresado ya de forma pública su intención de regresar al trabajo creando un semanario satírico en árabe. El caricaturista Khalid Gueddar, condenado por la justicia marroquí en el año 2009 a cuatro años por críticas a la monarquía, será uno de sus colaboradores. Ali Lmrabet ha tratado de poner al día su atestado de residencia, un documento esencial para contar con documento de identificación y con pasaporte. Sin embargo, pese a que no existe ninguna razón para denegarle este atestado, y pese a sus reiteradas gestiones, el Ministerio del Interior continúa sin dar respuesta a sus demandas. De no resolverse esta situación en los próximos días, Ali Lmrabet se convertirá desde el mes de junio en un indocumentado en su propio país, porque para entonces caducan sus identificaciones. Hay que recordar que, además de la condena de inhabilitación profesional se le llegó a amenazar con retirarle la nacionalidad, algo insólito porque ningún marroquí de origen pierde su pertenencia a Marruecos aunque tenga otra nacionalidad. La Asociación de la Prensa de Cádiz (APC) que le otorgó el Premio Agustín Merello de la Comunicación 2003, confía en que, a partir de ahora, Lmrabet no encuentre ninguna traba ni sufra ninguna presión para disfrutar plenamente de su derecho a la libertad de expresión. Por eso, la APC exige que cuanto antes se resuelvan los problemas que, desde el pasado 20 de abril, le han impedido renovar su documentación. El periodista marroquí ha comunicado directamente esta situación a la APC, que ha hecho un llamamiento al resto de compañeros de profesión, así como a las asociaciones y organismos que luchan por los derechos fundamentales y la libertad de prensa para que se mantengan alerta. Además del Premio Agustín Merello de la Comunicación otorgado por la APC en 2003, Ali Lmrabet ha sido también distinguido con el Prix Reporters Sans Frontières Fondation de France (París, 2003), el Premio José Couso a la Libertad de Prensa del Colegio de Xornalistas de Galicia (2005), y ha sido reconocido por Reporteros sin Fronteras como uno de los 100 héroes de la información en su publicación de 2014. Lmrabet es natural de Tetuán, capital del Protectorado español, fue diplomático en Buenos Aires para dedicarse al periodismo desde 1997, con contenidos y publicaciones críticas con el régimen marroquí, el conocido Majzen. En concreto, los semanarios Demain en el año 2000, Demain Magazine en 2001, ambos en francés y en árabe, Duman en 2002, todos fueron posteriormente cerrando. Es uno de los pocos periodistas marroquíes que ha viajado a los campamentos de refugiados saharauis de Tinduf, lo que provocó que cambiara de forma radical su visión sobre el tema del Sáhara y le valió su condena de inhabilitación profesional. En 2003 fue sentenciado a cuatro años de cárcel

Audiencia: 5.028

Ranking: 4

VPE: 13

Página: 2

Tipología: online

por una serie de artículos críticos contra el rey Mohamed VI que le valieron la condena por atentar contra la imagen del rey. Tras una huelga de hambre y una campaña internacional de apoyo salió en enero de 2004 tras un indulto real. Desde 2005 vive entre España, en Barcelona y Marruecos, en Tetuán. Ali Lmrabet fue el autor de algunos hitos informativos en Marruecos como la entrevista al presidente del Gobierno israelí, Benjamín Netanyahu, primera hecha en un país árabe a un líder israelí, o la entrevista a Malika Ufkir, hija del general Mohammed Ufkir, quien estuvo cerca de veinte años desaparecida, en absoluta oscuridad, junto al resto de su familia en una prisión secreta en el desierto, en Tazmamart, como venganza del rey Hassan II por la implicación de su padre en un intento de golpe de Estado en 1972, el segundo que sufrió el monarca alauí. Lmrabet tiene un libro publicado en España, Mañana. A favor de la libertad de expresión en Marruecos, una selección de artículos publicados en los semanarios Demain y Demain Magazine, editado por Península en 2003 con prólogo del arabista Bernabé López García. En España también ha colaborado con el diario El Mundo.

Las diez noticias de Comunicación y Relaciones Públicas que no has debido perderte esta semana

Domingo, 17 de mayo de 2015

Nueva semana cargada de sorpresas en el sector de la Comunicación y las Relaciones Públicas de nuestro país. Entrevistas, estudios y muchos movimientos en la dirección de Comunicación de muchas de las compañías más destacadas del país han sido algunos de los temas más relevantes durante los últimos siete días. No te los pierdas en este resumen: Jan Simunek, CEO de Grayling para Europa: La publicidad tradicional ya no funciona prnoticias entrevista en exclusiva al nuevo CEO de Grayling para Europa Continental, una posición que ocupa desde el pasado mes de Abril. Entre los objetivos del ejecutivo están en posicionar a Grayling como una agencia capaz de gestionar clientes de manera global. La radio es el medio más neutral y creíble y la TV el que menos Los profesionales de la Comunicación y del periodismo eligen a la radio como el medio de comunicación con mayor neutralidad y credibilidad según se desprende el estudio Prospectiva del sector de la Relaciones Públicas en España , elaborado por la consultora de Comunicación Torres y Carrera en colaboración con prnoticias . Coca Cola Iberian Partners ficha a Rosa Yagüe como nueva directora de Comunicación La embotelladora de Coca Cola ha confirmado a prnoticias el fichaje de Rosa Yagüe , actual directora de Comunicación de la farmacéutica Roche, como nueva responsable de la comunicación de la compañía en España. Aena nombra a Félix Madero dircom después de la salida de Antonio San José Tras la salida a Bolsa de la compañía, Aena ha decidido rescatar a Félix Madero de la gestora pública del espacio aéreo -Enaire- donde era director de Comunicación desde el pasado verano. El nombramiento de Madero se produce semanas después de la salida de Antonio San José de la compañía para emprender un nuevo proyecto en un medio de Comunicación impulsado por Movistar. Las agencias de Comunicación se suman a la campaña electoral No sólo los políticos están en plena campaña electoral, las agencias de Comunicación se han puesto manos a la obra para demostrar a sus clientes, candidatos y partidos políticos que ellas también tienen mucho que decir. Los políticos y empresas, los que peor usan los nuevos canales informativos prnoticias da a conocer los primeros resultados del estudio Prospectiva del Sector de las Relaciones Públicas en España. Según la investigación realizada entre profesionales de la Comunicación y el periodismo, el poder político y el económico son los agentes que peor usan los nuevos canales informativos, frente a los influencers y los medios de Comunicación que han sido valorados como los que mejor uso hacen de ellos. ¿Pagar o no pagar a los blogger? Cosas que deberías saber Se han convertido en los nuevos influencers . Bloggers, Youtubers, Instagrammers Ya no se concibe una estrategia de Comunicación sin contar con ellos, pero la relación con ellos también supone nuevos retos ¿Qué se puede hacer y qué no? Aquí te aclaramos algunas dudas. Eugenio Martínez (KREAB): Los clientes quieren saber qué pasa en España 2015 será el año de Kreab. La consultora de comunicación celebra 15 años en el mercado español y 45 de su fundación. prnoticias

Dom, 17 de may de 2015

Audiencia: 155.030

Ranking: 6

VPE: 2.186

Página: 2

Tipología: online

entrevista a su máximo responsable, Eugenio Martínez para conocer cuáles son los próximos retos a los que se enfrenta la compañía. ¿Qué valor económico tiene la reputación de tu empresa? Establecer métricas fiables y consistentes en relación al valor de los intangibles y su impacto económico es uno de los grandes caballos de batalla de los profesionales encargados de su gestión, desde directores de comunicación hasta directores financieros. La ecuación es simple: por cada punto porcentual que aumenta la reputación, aumenta en cinco puntos el poder de recomendación de una marca, aseguran desde Corporate Excellence. ¿Cuál es la estrategia de Comunicación de Bankia para recuperar la confianza? Difícil tarea tenía y sigue teniendo Bankia para reconciliarse con la sociedad y la opinión pública. Sin embargo, desde la entidad han comenzado a ver señas de recuperación de la confianza de clientes e inversores y de sus propios empleados con una estrategia de Comunicación donde la prensa regional y las redes sociales son pilares clave. Seguiremos informando