



29/06/2015

RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

43



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

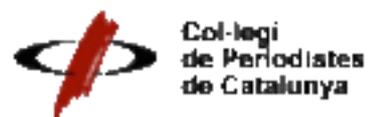
PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
27/06/15	MEGA, NEIX UNA ALTRA TDT / El Periódico de Catalunya (Ed. Català) -Teletodo	6	1
27/06/15	PAUL STRAND EN SU SIGLO / El País -Babelia	7	1
27/06/15	JAMES MURDOCH, EL INSÓLITO HEREDERO DE RUPERT MURDOCH / El Mundo -La Otra crónica	8	1
27/06/15	EL PERIODISMO DEPORTIVO SALE DEL ARMARIO / El Mundo -La Otra crónica	9	4
27/06/15	ATRESMEDIA REFUERZA SU RESPONSABILIDAD CORPORATIVA / La Razón	13	1
27/06/15	LA ERA DE LA FRIVOLIDAD Y DE LO 'COOL' / El Mundo (Ed. Catalunya)	14	1
27/06/15	EL CANAL 9 VALENCIANO RENACERÁ CON UNA DEUDA PENDIENTE DE 962 MILLONES / El Economista	15	1
27/06/15	PUIG TENDRÍA QUE READMITIR A 1.800 DESPEDIDOS PARA REABRIR CANAL 9 / Abc	16	1
27/06/15	HISENDA COMENÇA A RETORNAR L'IVA DEL PRIMER TRIMESTRE A LA CCMA / Diari de Girona	17	1
27/06/15	MEDIASET REPITE COMO AUSENTE DEL FESTVAL DE VITORIA / Abc	18	1
27/06/15	LA PRENSA SE MANIFIESTA CONTRA LA CRECIENTE CENSURA CHAVISTA / Abc	19	1
27/06/15	LA IMATGE A LA QUAL EL WORLD PRESS PHOTO VA RETIRAR EL PREMI / Regió7	20	1
27/06/15	ALBERT BATALLA DEMANA A TV3 QUE REPARI LA IMATGE DE LA SEU D'URGELL / La Mañana	21	1
28/06/15	UN INFORME DE LA POLICÍA CONCLUYE QUE RTVC INFLÓ EL VALOR DE 260 PROGRAMAS / La Provincia	22	3
28/06/15	AMB V DE VINADER / El Mundo (Ed. Catalunya)	25	1
28/06/15	EL MAGAZÍN MATINAL DELS CAPS DE SETMANA QUEDARÀ EN MANS DE RICARD USTRELL / Ara	26	1
28/06/15	PRODUCCIONS 'BIG DATA' / La Vanguardia.cat	27	3
28/06/15	TORNANT ALS ORÍGENS, PER PEP COLLELLDEMONT / El Punt avui	30	1
28/06/15	EL COMIDISTA SE HACE MAYOR / El País	31	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
28/06/15	CON LOS DEPORTES NO SE JUEGA. LA DEFENSORA DEL LECTOR Lola Galán / El País	32	1
28/06/15	'L. POST' NO TIENE RIVAL / El Mundo (Ed. Catalunya)	33	1
28/06/15	¡NOS HAN PREMIADO! / Abc -XL Semanal	34	1
29/06/15	David Marín: "EL PERIODISME ÉS UN GÈNERE NARRATIU MÉS" / El Punt avui	35	2
29/06/15	LA PIRATERÍA AUDIOVISUAL LE CUESTA AL FÚTBOL EN ESPAÑA MÁS DE 500 MILLONES ANUALES / El Economista el Superlunes	37	1
29/06/15	PUGNA POR LA TELE MENOS VISTA DE ESPAÑA / El País (Madrid)	38	1
29/06/15	«UNA MALA INFLUENCIA». El documental «Cuero y tinta» analiza «la peor época del periodismo deportivo» / Abc	39	1
29/06/15	PEDRO J. RAMÍREZ REGRESA CON EL DIARIO 'EL ESPAÑOL' DESPUÉS DEL VERANO / La Mañana	40	1
29/06/15	CÓPPULO VOL UNA NOVA FRANJA PER DOTAR-LA DE "MÉS IDENTITAT" / Ara	41	1
29/06/15	CÓPPULO DEIXARÀ 'EL SUPLEMENT' DE CATALUNYA RÀDIO / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	42	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





NOVETATS

A Atresmedia li ha nascut una nova criatura catòdica, Mega, canal destinat a un públic masculí —més grans de 25 anys—, un germà gran del desaparegut Nitro. La ficció i els documentals són els plats forts de la graella, que se suma a A-3, La Sexta, Neox i Nova.

ATRESMEDIA



'BONNIE & CLYDE'. Emile Hirsch i Holliday Grainger encarnen la famosa parella de delinqüents a la minisèrie.

Mega, neix una altra TDT

OLGA LERÍN

Un públic masculí més gran de 25 anys. Aquest és el perfil del telespectador que persegueix Atresmedia amb el nou canal Mega, que inicia les emissions l'1 de juliol. La nova tele en obert se suma així a l'oferta que presenta el grup de Planeta en l'actualitat amb A-3, La Sexta, Neox i Nova. Mega ocupa l'espai radiolèctric que fins ara gestionava GoIT, televisió de pagament que tenia llogada la freqüència a Atresmedia fins al 31 de desembre i la devolució de la qual ha avançat. Els grans documentals, formats d'actualitat i investigació, competicions esportives, ficció internacional i pel·lícules són els continguts que nodriran la graella.

BONNIE & CLYDE

Minisèrie de quatre hores, produïda per Craig Zadan i Neil Meron (*Magnolias de acero*, *Chicago* i *Smash*), basada en la llegendaria onada de crims comesos per Bonnie Parker i Clyde Barrow a principis dels anys 30, que va captivar



'COSMOS'. Les investigacions de Carl Sagan, renovades.

'MUNDO EN GUERRA'. Original visió de 30 anys de conflicte.



la societat nord-americana. Emile Hirsch (*Hacia rutas salvajes*) i Holliday Grainger (*Los Borgia*) encarnen la parella protagonista. El càsting també inclou Holly Hunter (*El piano*) i William Hurt (*Malas noticias*), entre altres.

MUNDO EN GUERRA

Superproducció que Canal Historia va estrenar per als seus abonats el mes de setembre passat. La sèrie, de sis episodis, destaca per la seva gran qualitat tècnica, ja que compta amb imatges en 3D i tecnologia punta. Mostra una original visió de tres devastadores dècades de guerra explicades des del punt de vista de Hitler, Mussolini, Churchill, Stalin i Roosevelt, entre altres.

COSMOS

Nova versió, composta de 13 episodis, de la prestigiosa sèrie creada per Carl Sagan el 1980. Seth MacFarlane (creador de *Padre de familia*) ha realitzat les seqüències d'animació de la producció.



IDA Y VUELTA

Paul Strand en su siglo

Por Antonio Muñoz Molina

LA VIDA de Paul Strand se extiende entre el Nueva York de finales del siglo XIX y un pueblo francés de los años setenta del XX; y entre esa era en que la fotografía aún aspiraba a parecerse a la pintura y la de los penúltimos esplendores del fotoperiodismo, hacia el final de la guerra de Vietnam, cuando la televisión estaba acabando con los grandes semanarios ilustrados. En términos estéticos, su formación abarca también inclinaciones divergentes: Paul Strand fue alumno de Lewis Hine y de Alfred Stieglitz, y como tantos otros artistas jóvenes de su generación en Nueva York recibió el impacto de la exposición de arte contemporáneo europeo de 1913. El sentido contemplativo de Stieglitz le atrajo tanto como la voluntad testimonial de Hine. El espectáculo cotidiano de la ciudad redoblaba para él su fascinación puramente plástica cuando lo miraba a través de los experimentos visuales de la pintura cubista. Quería fotografiar el tráfico y el movimiento de la gente por la calle sorprendiendo composiciones rigurosas en el puro flujo del azar: siluetas humanas en el desfile laboral de la primera hora de la mañana, por una acera de Wall Street, empujadas por la arquitectura ciclópica de un banco; automóviles, coches de caballos, caminantes apresurados en la esquina de la Quinta Avenida y la calle 42.

Hijo de un padre emigrante que había prosperado, Strand viajaba desde su barrio de clase media judía, el Upper West Side de Manhattan, hacia el lado opuesto de la isla, el Lower East Side, donde Lewis Hine había tomado una generación atrás fotografías del hacinamiento y la pobreza de los emigrantes recién llegados, los niños obreros, las multitudes proletarias que mantenían en marcha los formidables mecanismos de la ciudad. En las calles del Lower East Side, en los bancos de Washington Square, donde tomaban el sol los viejos, los indigentes y los locos, Paul Strand hizo, en torno a 1915, retratos de desconocidos de una cercanía acuciante, casi primeros planos tomados con destreza furtiva, con una cámara voluminosa y bien visible pero dotada de un falso objetivo, lo cual le permitía fingir que estaba apuntando hacia otra parte. La mendiga ciega, la mujer demente o beoda, el hombre de bigote negro, piel sudorosa, cara abotargada: una inmediatez como esa no la había logrado hasta entonces nunca la fotografía, una atención así de impúdica y al mismo tiempo así de respetuosa hacia los desconocidos, los pobres anónimos, los seres legendarios de la ciudad.

Según progresara la tecnología y las cámaras se fueran haciendo más ligeras, los fotógrafos buscarían a personajes así: pero en esa búsqueda, como en tantas otras, Paul Strand fue el primero. Siempre mantuvo en su trabajo un ritmo peculiarmente lento que lo distinguía de sus discípulos y sus imitadores más jóvenes. Nunca anduvo con una Leica a la espera del instante supremo, con esa ligereza de cazador de mariposas que tenía Cartier-Bresson. Georgia O'Keefe, que lo conocía muy bien, dijo de él que era lento y espeso. Montaba su cámara complicada sobre un trípode y tardaba mucho tiempo en preparar una fotografía, en situar correctamente al modelo. Muchas veces sus retratos tienen la misma cualidad estática que sus fotos de rocas, de árboles, de muros o puertas, de lugares deshabitados. Una muchacha mexicana con un pañuelo en la cabeza posee una dignidad de figura alegórica en un fresco del Quattrocento: un Cristo trágico con corona de espinas y pelo natural mira

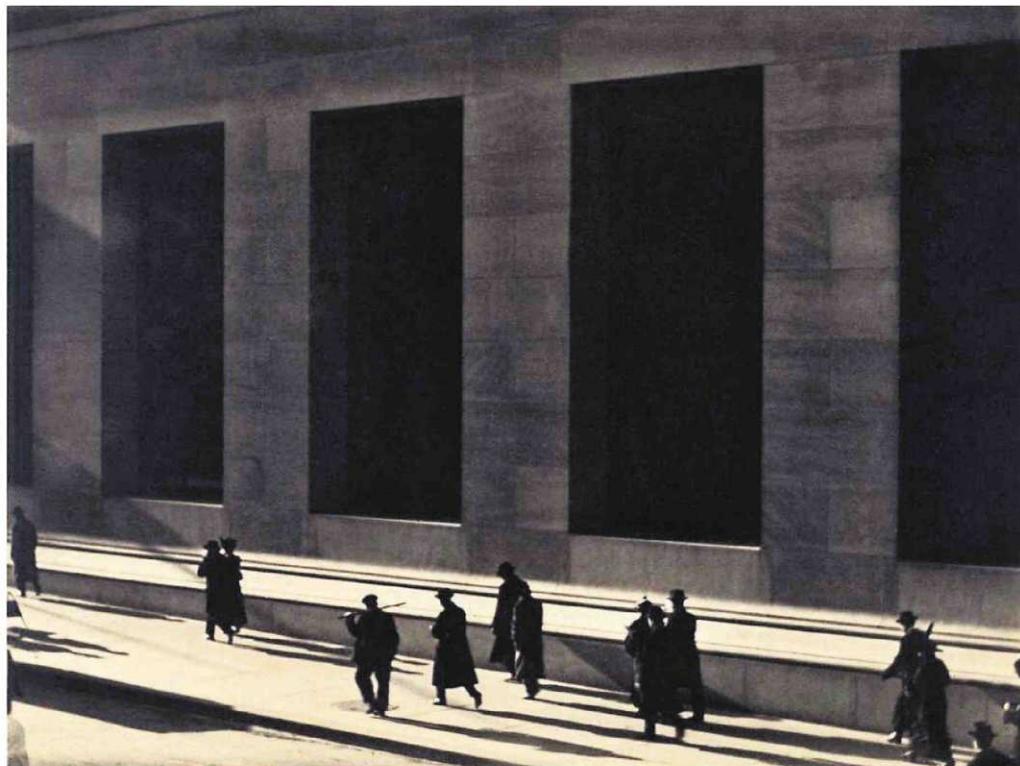
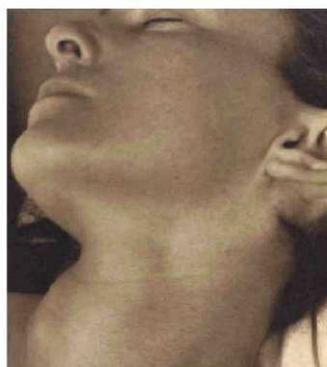


Imagen de Paul Strand, Wall Street, Nueva York, 1915, copia al platino del Philadelphia Museum of Art. Fotos: Aperture Foundation Inc., Paul Strand Archive



Rebecca, Nueva York, 1922.

con unos ojos de vidrio en los que está todo el desamparo de los perseguidos y las víctimas. Los primeros planos del rostro de su mujer, Rebecca, con el pelo muy corto y la cara despejada, a la moda tan atractiva de 1930, parecen esculturas talladas y cinceladas muy lentamente en una materia que tuviera la dureza del alabastro o del basalto y la pura maleabilidad de la luz y la sombra. Derivan de los retratos de Georgia O'Keefe tomados por Stieglitz, pero son de una sensualidad más sugerida, y en ellos la identidad personal de la mujer no está desmantelada en fragmentos corporales, ni reducida a la pasividad erótica de un desnudo, a una proyección de deseo masculino: esa mujer es muy consciente de ser contemplada, y su mirada entabla un diálogo de igual a igual con el hombre de la fotografía, a través de una veladura de intimidad y penumbra.

Este hombre reflexivo y premioso resulta que no paró de moverse. Inventaba

Los primeros planos del rostro de su mujer, Rebecca, con el pelo muy corto y la cara despejada, parecen esculturas talladas

Montaba su cámara complicada sobre un trípode y tardaba mucho tiempo en preparar una fotografía

un estilo, fundaba una dirección que seguirían durante décadas otros fotógrafos, y luego cambiaba de rumbo, se iba a otros países y otros paisajes. Pero en cada uno se quedaba durante algún tiempo, nómada y sedentario a la vez, empapándose de lo que se le volvía gradualmente familiar, no como un reportero en tránsito que dispara la cámara y se marcha, después de pasar unas noches en un hotel. Paul Strand llegaba y se quedaba. Se quedaba hasta que se le volvían habituales las caras de las personas y los ritos y los ritmos de la vida. Se quedaba unas semanas o unos meses en México o en el corazón ascético e igualitario de Nueva Inglaterra o en un pueblo agrícola de Italia o de Francia o en una comunidad de pescadores y ganaderos en las islas boreales de Escocia, y los retratos que hacía, los lugares que retrataba, tenían la intensidad de un conocimiento muy profundo, ganado a lo largo de mucho tiempo, gracias a una perseverante actitud de observación.

Fotografiaba el tiempo, el trabajo y la intemperie en las vidas de las personas. Con frecuencia, esos retratos tenían como fondo un muro, una pared encajada, el marco de una puerta vieja, con todos sus pormenores de desgaste, con grietas y clavos hincados, con huecos de clavos caídos en los que quedaba un rastro de óxido. En una pared o en una puerta Paul Strand descubría un dramatismo idéntico al de un rostro humano. Después de haber fotografiado en su juventud los engranajes acelerados de la modernidad urbana supo fijarse en las lentitudes geológicas de las rocas, en el efecto del agua y el tiempo sobre los troncos de árboles arrastrados por los ríos, en el modo en que se deterioran las ventanas o las fachadas de las casas donde no vive nadie. Empezó siendo el fotógrafo visionario de un presente que parecía la anticipación del porvenir, y con los años fue el testigo afectuoso y solidario de vidas, oficios y formas de vivir que se quedaban rezagadas en los márgenes de la modernidad. Pero su mirada no accede al esteticismo, o a la nostalgia: una mujer africana, un pescador de México, un pastor de Escocia, un campesino italiano posan con la nobleza serena del que conoce la dificultad de la vida y los secretos de un oficio. Sus fotos de herramientas retratan a las personas que las usan. El sentido ético y documental de la fotografía aprendido de Lewis Hine lo convirtió Paul Strand en radicalismo político durante los años de la Gran Depresión, y ya no se apartó nunca de esos ideales. Se marchó de Estados Unidos por asco del macarthysmo. Cuando era muy viejo y no le quedaban fuerzas para salir de casa, siguió tomando fotos de la vegetación de su jardín. •

Paul Strand en Fundación Mapfre. Calle de Bárbara de Braganza, 13. Madrid. Hasta el 23 de agosto.



JAMES MURDOCH EL INSÓLITO HEREDERO DE RUPERT MURDOCH

El 1 de julio el todopoderoso magnate de la comunicación 'abdica' de su puesto como consejero delegado de 21st Century Fox en este abogado de 43 años que no aparecía en ninguna de las quinielas sucesorias. Se 'ganó' el puesto durante la crisis por las escuchas ilegales de los periódicos del conglomerado. Casado con una colaboradora de Bill Clinton, tuvo una juventud algo discolia pero fructífera (fue el descubridor de Eminem). Ahora le auguran un futuro incierto. Su mayor enemigo puede ser su propio padre, un hombre que no conoce límites.

POR PABLO PARDO / Washington



Izda., James Murdoch, el nuevo delfín. Arriba, Lachlan Murdoch, el que era hasta ahora 'heredero' oficial, y su padre, Rupert.

EN EL CAPITALISMO DEL SIGLO XXI es muy debatible que una empresa, por influyente que sea, pueda ser calificada como un imperio. Pero de lo que no hay duda es de que hay dinastías. Y la semana pasada se produjo el inicio del proceso sucesorio en una de las dinastías más influyentes del mundo: la de los Murdoch. Rupert, el patriarca, anunció que deja el cargo de consejero delegado de 21st Century Fox. Y que su hijo James va a sucederle. La decisión no sólo fue una sorpresa en sí misma. También lo fue por la rapidez de la sucesión. El 1 de julio, Murdoch dejará el cargo, aunque mantendrá el de presidente ejecutivo, además del control absoluto —consejero delegado y presidente— de su otra empresa, el gigante editorial y de la prensa escrita News Corporation.

Así que James es el nuevo *emperador*. No solo de 21st Century Fox sino, en cierto sentido, de Hollywood y de la televisión mundial. A los 43 años, este abogado nacido en Wimbledon, de ascendencia australiana y con nacionalidad británica y estadounidense va a dirigir desde los estudios 20th Century Fox hasta la cadena de televisión Sky.

Es un trabajo que se ha ganado a pulso. Su padre siempre dejó claro que de los seis hijos de sus tres matrimonios, sólo dirigirían las empresas familiares los que tuvo con su segunda esposa, Anna Mann. Pero el heredero no iba a ser James, sino Lachlan, el primogénito.

Los planes sucesorios del patriarca, sin embargo, saltaron por los aires cuando Lachlan dio un sonoro portazo hace 10 años, al dimitir inesperadamente de su puesto como máximo responsable de los negocios de televisión de su padre y se fue a Australia. La otra posible sucesora de Rupert, su hija Elisabeth, tenía más que suficiente con su matrimonio con el empresario de la publicidad Matthew Freud, el bisnieto del fundador del psicoanálisis. Freud es una personalidad difícil (algunos prefieren decir insoportable), y el

gloria dentro del conglomerado de la familia. Así que, casi por descarte, sólo quedaba James.

James Murdoch es hoy muy diferente del adolescente que fue cazado por los fotógrafos dormido en una rueda de prensa cuando era becario de uno de los periódicos de su padre, el *Daily Mirror* de Sydney. También ha cambiado con respecto a su década de los veinte, cuando no acabó sus estudios en Harvard e incluso fundó una discográfica independiente especializada en hip-hop que fue uno de los primeros sellos que, al menos, prestó atención a un joven blanco de Detroit al que nadie conocía y que se hacía llamar Eminem.

Pero el momento decisivo en la carrera de James fue tras el escándalo por las escuchas telefónicas del *News of the World*. Fue James quien gestionó el problema, que estuvo a punto de poner en disolución a News Corporation y que forzó a Rupert a partir la empresa en dos para

Siendo becario del 'Daily Mirror' los fotógrafos le cazaron dormido en una rueda

dejar la parte más rentable del negocio —la televisión y el cine— fuera de las controversias que habían creado sus propios medios impresos.

Pero James no lo va a tener demasiado fácil. Y, en buena medida, por su padre. Rupert, literalmente, no conoce límites.

Así lo dejó claro en 2003, cuando se debatió la relajación de la legislación antimonopolio en materia de medios de comunicación en EEUU. "¿Qué pasaría si usted fuera el propietario de todo? ¿debería haber algún límite?", le preguntó la senadora demócrata por California Barbara Boxer. Rupert, con un gesto travieso en la cara, respondió: "No, por supuesto que no".

Muchos se preguntan ahora si Rupert Murdoch va a empezar su jubilación dentro de unos días. La respuesta de uno de los pesos pesados de 21st Century Fox ha sido un rotundo "no". "Mi trabajo consiste en reportar a Rupert, y espero que siga siéndolo", ha declarado a la revista *Variety* Roger Ailes, el máximo responsable de Fox News, la cadena de noticias más vista de Estados Unidos —muy por encima de la archifamosa CNN— y la organización informativa que ha creado el llamado Tea Party y sin cuyo apoyo ningún republicano puede convertirse en candidato a la presidencia.

Y es que, además, la mujer de James, Kathryn, con la que se casó en 2000 y con la que tiene tres hijos, trabaja para Bill Clinton. ¿Puede su nombramiento ser el final del conservadurismo de todo lo que venga de los Murdoch? Es difícil saberlo. Lo que está claro es que James ya ha roto muchas barreras. @PabloPardo1

matrimonio acabó en divorcio el año pasado. Además, Elisabeth siempre ha tratado de tener su propia vida al margen de su padre. Aunque no ha tenido mucho éxito en ello, como revela el que su productora de televisión, Shine, acabara siendo comprada por Rupert y disuelta sin pena ni



EL PERIODISMO DEPORTIVO SALE DEL ARMARIO. La homosexualidad en el mundo del deporte es uno de los últimos tabúes que quedan por derribar para el colectivo LGTB. En España ningún deportista de élite ha salido del armario... y hasta hoy ningún periodista deporti-

J. ANTONIO ALCALÁ

“NINGÚN FÚTBOLISTA GAY SE ATREVE A SER VISIBLE”

Desde que entró en ‘El larguero’ lleva más de 20 años cantando goles en los estadios. Ahora, da la cara como gay orgulloso en este especial LGTB porque “no puedes pasarte la vida pretendiendo ser quien no eres en realidad”

CON 20 AÑOS, NARRÓ CÓMO LAS BOMBAS CAÍAN SOBRE BAGDAD en la primera Guerra del Golfo. Juan Antonio Alcalá (46) fue corresponsal de guerra en la SER antes de formar parte de la época dorada de *El larguero*, junto a José Ramón de la Morena. Más de un millón de oyentes le escuchaban cantar los goles del Real Madrid. Ahí empezó una etapa que le ha llevado a cubrir citas como 10 finales de la Champions, cuatro Eurocopas y otros tantos mundiales... El sueño de cualquier varón hetero convencional. Y, sin embargo, Alcalá vivía atezado por un secreto. “En cierta forma llevaba una doble vida, sí. Era muy estresante, vivía con la guardia siempre en alto...”. Ahora, es consciente de que “no puedes pasarte una vida pretendiendo ser quien no eres en realidad”. Por ello, este periodista al que Carlos Herrera ha encomendado ser la voz de los deportes en su nue-

va etapa en la COPE, ha decidido dar la cara y salir del armario públicamente en LOC.

PREGUNTA. - ¿Por qué ha querido dar este paso tan difícil?

RESPUESTA. - Por si puede servir de ayuda. Éste es un tema tabú en el deporte y en el periodismo deportivo. Parece que no existe y no es así. Si alguno de los chicos, de 18 o 20 años, que van a entrar este verano de becarios en los medios de comunicación o cualquier chaval que esté en la escuela de fútbol del Real Madrid, el Barça o el Atleti están sufriendo porque se sienten raros o diferentes, quiero que puedan tener el ejemplo de alguien que se ha movido en este ámbito siendo gay. No es nada malo que haya que esconder. Yo me considero un buen profesional y una buena persona, que es lo importante. Igual que hay homosexuales en el mundo del arte, en los centros de trabajo, del Congreso o en la NASA, también los hay en el deporte. Cuanto más visible se haga, éste será un país más tolerante y decente.

P. - ¿Es el deporte español homófilo?

R. - [Piensa un momento] Yo quiero creer que no. Estamos en España y en el año 2015. Esto ya no es la Edad Media. Lo que sí veo es que a este tema le envuelve un muro de silencio, un muro de 10 kilómetros de espesor. El silencio es total, vaya. Haz cuentas. Hablando de fútbol, hay 20 clubs de segunda división y otros 20 de primera con 25 jugadores en plantilla. En total, habrá unos mil futbolistas... ¿y no hay un caso públicamente conocido? Lo mismo pasa con la ACB, de los mil jugadores de baloncesto, ¿no hay ningún gay? O los pilotos de Fórmula 1, hay 40 y no hay nada... Yo me he preguntado, ¿de verdad con / Pasa a pág.4



OLMO CALVO



vo se había atrevido a hacerlo. Muchas han sido las negativas que le han dado a LOC. Pero Juan Antonio Alcalá y Paloma del Río han accedido a aparecer en este especial para servir de referentes en un terreno supuestamente vedado para homosexuales. **POR JOSÉ LUIS ROMO**



PALOMA DEL RÍO

“HE TENIDO PROBLEMAS CON MIS COMPAÑEROS POR SER LESBIANA”

Es la voz del deporte minoritario y la periodista que más Juegos Olímpicos ha cubierto en nuestro país. Por primera vez, habla para LOC de su lesbianismo. “Lo importante es ser feliz como eres”

cuenta su periplo deportivo y escribe párrafos como éste: “Para mí no supuso ningún problema aceptar que me había enamorado de una mujer, en absoluto. No fue ningún conflicto porque lo primero que hice fue ser sincera conmigo misma y dejar de ocultarme”.

PREGUNTA. - ¿Por qué ha querido salir del armario públicamente?

RESPUESTA. - Yo creo que el mundo de los homosexuales es muy particular. Entre nosotros nos conocemos, sabemos quiénes somos. Pero de puertas hacia fuera, no. Y, precisamente, de puertas hacia fuera puede ayudar a gente que esté pasando un momento de indecisión, dudas, dolor, quebraderos de cabeza... Cuando llevas una vida normalizada como la mía y puedes ser un referente para gente que lo pase mal, me veo en la obligación de dar este salto y decirle a la gente que no pasa nada, lo importante es ser feliz tal y como eres.

P. - Usted se mueve en el ámbito deportivo, donde la homosexualidad aún es un tabú...

R. - El tabú existe porque en la mayoría de los trabajos tú no estás con el foco puesto. Y los deportistas tienen la presión de hacer una buena actuación y, si le añades tener a algún energúmeno, que siempre los hay, que les pueda ofender desde la grada, es duro. Por eso, muchos se mantienen en la retaguardia. Al final, todos tienen miedo, todos los deportistas homosexuales que sé que existen no se atreven a dar la cara. Y yo sé que existen.

P. - Hay otras profesiones, por ejemplo los políticos, que también soportan mucha presión... ¿Es el deporte español especialmente homófobo?

R. - Yo creo que en el mundo del deporte, los propios deportistas no están acostumbrados a te- / **Pasa a pág. 4**

CUANDO PIDE UNA CITA TELEFÓNICA PARA IR AL MÉDICO o cualquier otra gestión, es habitual que le respondan: “Su voz me suena de algo...”. Paloma del Río (55 años) lleva más de 30 años siendo la voz del deporte minoritario en España. Ella ha narrado hitos deportivos españoles como el día en el que Javier Fernández López ganó el campeonato mundial de patinaje artístico. Además, puede presumir (con certificado) de ser la periodista española que más Juegos Olímpicos ha cubierto. En total, 13 (siete juegos de verano y seis de invierno). Quizás por ello, es capaz de aguantar transmisiones maratónicas de siete horas sin pestañear. “Los compañeros ni se enteran de cuando me levanto para ir al baño”, dice entre risas.

Con todas estas vivencias, en septiembre publicará su biografía *Enredando en la memoria*, donde



JUAN ANTONIO ALCALÁ

Viene de pag.2/ la cantidad de deportistas que hay no existe la diversidad sexual? ¿Es posible? Y mi conclusión es que ningún futbolista se atreve a dar el paso y ser visible. Ni en el deporte ni en el periodismo deportivo.

P.- Usted ha hecho su carrera en el periodismo deportivo en el armario, ¿cree que de haber sido públicamente homosexual hubiera tenido la misma trayectoria?

R.- Yo llegué a la redacción de deportes de la cadena SER en 1992. Hay que situarse en ese contexto, las cosas no eran tan abiertas como ahora y el ambiente... Miles de veces me decía: "De hoy no pasa, voy a decir cómo soy". De hecho, yo tenía muy buena relación con mis compañeros, era íntimo de José Ramón de la Morena, que fue jefe mío durante 20 años. En este tiempo, durante 19 años he pensado voy a abrir la puerta y voy a decir esto... Pero llámalo cobardía, miedo, dudas... No lo hice. Quizás porque no había un referente, un compañero con quien pudiera compartir esto o un futbolista. Por eso creo que ahora hago esto.

P.- No me ha contestado del todo, ¿cree que su carrera hubiera sido diferente?

R.- No. La carrera es independiente de tu orientación sexual. Mis actitudes para la comunicación son

PALOMA DEL RÍO

Viene de pag.3/ ¿Hay una persona homosexual cerca de ellos y no saben cómo reaccionar ante esa situación. Lo normal es que no pasara nada, que fuera un compañero más. Así ha pasado con los pocos casos que lo han dicho como Navratilova. Pero todo el mundo tiene el resquemor de: "A ver si el patrocinador se echa atrás...". Así que prefieren quedarse en la retaguardia por lo que pueda pasar.

P.- Es la periodista española que más Juegos ha cubierto, ¿está la homosexualidad más normalizada que en el deporte español?

R.- Sí, la noticia es el día que un olímpico sale del armario y hay un titular. A partir de ahí, tan sólo se tienen en cuenta los resultados. Nada más. Eso ayuda a normalizar todo y que los deportistas gays sean como uno más. Evidentemente, hay países en los que la homosexualidad no se puede ni nombrar. Pero en todo Occidente, el debate ya está superado. Luego, el problema, es el miedo a nivel individual.

P.- Pero en los últimos Juegos de invierno, celebrados en Sochi (Rusia), sí que hubo cierta polémica por la legislación rusa sobre la propaganda homosexual...

R.- Pero luego no hubo ningún pro-

blema. Sabiendo que había esas reglas, nadie iba a montar un escándalo. Cuando vas a un país en el que tienen determinadas reglas, tienes el sentido común de atenerse a ellas. Así que en Sochi no hubo problemas. Los homosexuales fueron a competir y punto.

P.- Pero debió ser duro para ellos competir en tierra hostil, ¿no?

R.- Sí, claro que lo es. A mí también me pasa. Cuando voy a retransmitir a países en los que la homosexualidad está mirada de reojo, procuro ser absolutamente blanca porque no quiero problemas.

P.- Es mujer y lesbiana en el mundo deportivo, lo que equivale, generalmente, a una doble discriminación. ¿Alguna vez ha tenido problemas por esta condición?

R.- Con mi trabajo, no. Pero con mis compañeros, sí. Algunos de ellos han hecho comentarios verdaderamente desafortunados, que

presionan para que no salgan del armario?

R.- Supongo que no, que los clubes entenderán que hay diversidad sexual igual que la hay en tu periódico, en mi radio o en cualquier centro de trabajo. A veces dicen que cómo un jugador va a salir del armario si tiene que vender miles de camisetas, que se le arruinaría el negocio. Yo creo lo contrario. Que se dan las circunstancias para que pase lo opuesto. Si un deportista de élite saliera del armario, se convertiría en un referente que ayudaría a mucha gente, que sería bien visto por la sociedad y que, por tanto, sería un polo de atracción para el marketing. Anuncios de colonias, de ropa, de coches... de lo que sea. Ninguna marca te va a retirar el patrocinio por decir que eres gay. Es más, te digo que el primero que lo diga se forra... Pero no sé si lo veremos.

P.- No es optimista sobre que eso vaya a ocurrir...

HOMOFOBIA EN EL DEPORTE

JUAN ANTONIO ALCALÁ. "Si por ser gay un futbolista no quisiera darme una entrevista, el problema lo tiene él"

PALOMA DEL RÍO. "Todos los deportistas tienen el resquemor de: 'A ver si el patrocinador se va a echar para atrás...' Pero no pasaría nada"

TRABAJAR EN 'TIERRA HÓSTIL'

J. A. A. "Durante 19 años he pensado en abrir la puerta y decir esto... Pero llámalo miedo, dudas, o cobardía... no lo hice"

P. D. R. "Se pasa mal. Cuando voy a retransmitir a países en los que la homosexualidad está mirada de reojo, procuro no tener problemas"

blema. Sabiendo que había esas reglas, nadie iba a montar un escándalo. Cuando vas a un país en el que tienen determinadas reglas, tienes el sentido común de atenerse a ellas. Así que en Sochi no hubo problemas. Los homosexuales fueron a competir y punto.

P.- Pero debió ser duro para ellos competir en tierra hostil, ¿no?

R.- Sí, claro que lo es. A mí también me pasa. Cuando voy a retransmitir a países en los que la homosexualidad está mirada de reojo, procuro ser absolutamente blanca porque no quiero problemas.

P.- Es mujer y lesbiana en el mundo deportivo, lo que equivale, generalmente, a una doble discriminación. ¿Alguna vez ha tenido problemas por esta condición?

R.- Con mi trabajo, no. Pero con mis compañeros, sí. Algunos de ellos han hecho comentarios verdaderamente desafortunados, que

han llegado a mí y ha sido muy triste. Porque luego tienes que convivir y trabajar con ellos en el día a día sabiendo lo que han hecho. Te toca tragarte sapos, porque hay que sacar las cosas adelante, pero piensas: "Esto es muy feo, muy soez y te pone en evidencia".

P.- ¿Cómo se lidia con algo así?

R.- Pues te sientes mal y, sobre todo, te parece muy injusto. En las retransmisiones de Televisión Española es normal que los compañeros lleven a algún familiar, porque tenemos habitación doble. Así que tú te haces cargo de los gastos y los últimos días de los Juegos los hoteles se llenan de familiares y amigos que van a pasar allí las vacaciones. En un viaje para transmitir la Copa de Vela, aquí en España, se vino conmigo mi pareja y qué casualidad que los sindicatos empezaron a enredar y parecía que yo era la única que había lle-

R.- No, es tan grande ese silencio del que te hablaba, que lo veo muy difícil. Y, de verdad, llámame ingenuo pero si un jugador dijera que es gay no creo que le fueran a echar. Eso sería un escándalo.

P.- Cuando ha escuchado cánticos como "Guti, Guti maricón", ¿a usted qué se le pasaba por la cabeza?

R.- Mira, supongo que ése es uno de los motivos por los que a los deportistas les da miedo salir del armario. Muchos para ahorrarse estas cosas, no hablan de su vida. Yo lo que siento es una pena infinita por el señor o la señora que está en la grada cantando eso. Pienso: "pobre chaval, qué ignorante es".

P.- Igual que los insultos racistas, ¿habría que legislar para desterrar la homofobia de los estadios?

R.- Bueno, ahora hay una iniciativa de Javier Tebas, presidente de la Liga, que quiere castigar con el cierre parcial de las gradas por insultos xenófobos, homófobos o que atenten contra la dignidad de las personas. Es una iniciativa para hacer de las gradas de los estadios un lugar más habitable y decente, que buena falta les hace, y creo que van en un buen camino.

P.- Sobre las fotos de Cristiano Ronaldo en el barco y el revuelo que se montó, ¿tiene algo que decir?

R.- Yo sólo veo a Cristiano en un barco con más amigos. No voy más allá. Estoy con Cristiano en que él debe tener su privacidad y que en sus vacaciones puede hacer lo que quiera.

@mr_lemmon

vado a alguien. ¿Por qué pusieron el foco en mí? ¿No era eso homofobia? Se lo hice ver y todos se disculparon, pero me pareció una hipocresía.

P.- ¿Fue traumático decir en Televisión Española que era lesbiana?

R.- Yo desde pequeña tuve claro que me gustaban las chicas. Luego la sociedad y la educación que tuve en un colegio de monjas me llevó a hacer la vida que se esperaba de mí... Pero cuando me di cuenta de que lo que me gustaba de verdad eran las mujeres, lo empecé a incorporar a mi vida poco a poco. Primero a mis íntimos, luego a mi entorno y en el trabajo... y todo el mundo lo fue aceptando.

P.- Hoy es normal que haya mujeres en las redacciones de deportes, pero usted fue una pionera...

R.- Sí, hoy es muy común. Pero cuando yo empecé de becaria, sólo estaba un chico por la mañana y yo por la tarde... Me sentí arropada por compañeras como Elena Sánchez, Mari Cruz Esteban, María Antonia Martínez, Olga Viza, María Escario... ellas fueron un referente. Pero durante mi beca pasé las de Cain. Había allí un tío lascivo, que por escribir de fútbol se creía la pera y me buscaba. Un día incluso me puso las manos en los pechos. Y le dije: "¿Qué te parecería si le hicieran esto a tu hija?". A partir de eso, nunca quería quedarme conmigo a solas. Es importante hacerse respetar.

@mr_lemmon

LOS 'NUEVOS' Y LAS AUSENCIAS

POR SEXTO AÑO CONSECUTIVO, LOC publica su lista de los 50 homosexuales más influyentes con motivo del Día Internacional del Orgullo Gay, que se celebra mañana domingo 28. Un listado en el que tratamos de configurar un quién es quién en el mapa rosa de nuestro país y que se ha convertido ya en un clásico muy esperado. Como ya hemos indicado, este año se incorporan por primera vez dos periodistas deportivos, **Juan Antonio Alcalá** (9) y **Paloma del Río** (17), un hito ya analizado con sus protagonistas, pero lo cierto es que los últimos 12 meses han sido profusos en salidas del armario, algunas voluntarias y otras, a la fuerza, lo que se suele conocer como *outing*. Esto último es lo que le ocurrió al modelo **Jon Kortajarena** (número 10).

Nuestro top masculino más internacional se vio en las páginas del tabloide *Daily Mail* por su relación con el actor **Luke Evans**. Una visita al Bilbao natal del actor de *El hobbit* confirmó el noviazgo. Aunque el vasco no ha querido hacer declaraciones al respecto.

El periodista **Oriol Nolis** (26) y la ex miss España **Patricia Yurena** (40) tuvieron una salida menos traumática. El primero hizo un alarde de normalización al llevar a su marido, el periodista Francesc Soler, a la gala anual que Miguel Bosé organiza para recaudar fondos contra el SIDA. "Yo siempre he estado fuera del armario", comentaba el ex presentador de los telediarios de TVE, sorprendido por el revuelo. Por su parte, la modelo canaria eligió salir del armario a través de las redes. Colgó una fotografía junto a su novia, la dj **Vanessa Klein**, en Instagram y, a partir de ahí, surgió la revolución digital. "En el fondo da un poco de pena que algo así aún sea hoy noticia", comentaba ella a LOC.

La cultura siempre es parte fundamental de este ranking. Este año hay tres incorporaciones de categoría. El último Premio Cervantes, el galardón más importante de las letras en español, recayó en **Juan Goytisolo** (14), quién ya habló claro de su homosexualidad hace años. Y del mundo de la escena también se incorporan **Juan Carlos Pérez de la Fuente** (29) y **Lluís Pasqual** (38), ambos directores llevan las riendas de dos de las instituciones teatrales más importantes de este país: el Teatro Español y el Teatro Lliure, respectivamente. El primero además, programa para todos los teatros municipales (es el hombre con el que todo teatrero quiere reunirse). Además, del ámbito musical hemos incluido al dj **Agustín Gómez Cascales** (47),



1. FERNANDO GRANDE MARLASKA
PRESIDENTE DE LA SALA DE LO PENAL DE LA AUDIENCIA NACIONAL
Por su compromiso es el mejor (y mayor) referente.



2. PEDRO ALMODÓVAR
CINEASTA
Icono mundial, su nombre abre todas las puertas del Séptimo Arte. Actualmente, rueda su esperada 'Silencio'.



3. LUIS ALEGRE
SECRETARIO GENERAL DE PODEMOS EN LA COMUNIDAD DE MADRID
Este profesor es uno de los hombres fuertes en la ejecutiva de Pablo Iglesias.



4. JORGE JAVIER VÁZQUEZ
PRESENTADOR
Pocos acumulan tantas horas de directo. Además, el éxito le acompaña en el teatro y sus novelas.



5. KIKE SARASOLA
EMPRESARIO
Su cadena 'Room Mate Hotels' facturó 46 millones el año pasado. Casado con Carlos Marrero, tiene una hija, Aitana.



6. ÁNGELES ÁLVAREZ
DIPUTADA SOCIALISTA
Esta pionera fue la primera mujer en declarar abiertamente su homosexualidad en el Congreso.



7. SANTI VILA
CONSELLER DE TERRITORI I SOSTENIBILITAT (CDC)
Es una figura clave en el actual proceso soberanista de Cataluña. No ocultó su boda con un cocinero.



8. JAVIER MAROTO
VICESECRETARIO SECTORIAL DEL PP
El ex alcalde de Vitoria ha sido uno de los más votados y ahora es un hombre fuerte en el PP.



9. JUAN ANTONIO ALCALÁ
PERIODISTA RADIOFÓNICO
Desde sus inicios en 'El larguero', es una de las voces radiofónicas más conocidas de nuestra Liga.



10. JON KORTAJARENA
MODELO Y ACTOR
Objeto de deseo de Madonna, a nuestro top más internacional le hizo un 'outing' el 'Daily Mail'.



11. ALEJANDRO AMENÁBAR
DIRECTOR DE CINE
Pronto se casará con su novio David Blanco y volverá a la gran pantalla con 'Regresión'.



12. EDUARDO LÓPEZ COLLAZO
DIRECTOR CIENTÍFICO DEL IDIAPAZ
Esta eminencia dirige a 1070 investigadores que luchan contra el cáncer.



13. FRAN FERRI
DIPUTADO DE LAS CORTES VALENCIANAS
Este conocido activista LGTB es uno de los portavoces de Compromís, que gobierna en Valencia.



14. JUAN GOYTISOLO
ESCRITOR
El ganador del último premio Cervantes ya habló de su homosexualidad cuando la sociedad no era tan abierta.



15. ELENA ANAYA
ACTRIZ
La intérprete y chica Almodóvar rodará junto a Bryan Cranston 'Infiltrator'. Otra prueba de su tirón internacional.



16. FELIPE VARELA
MODISTO
Casado y muy discreto, es el favorito de la Reina, lo que le ha convertido en uno de los diseñadores con más peso de nuestro país.



17. PALOMA DEL RÍO
PERIODISTA DEPORTIVA
Llegó a formar parte de la junta directiva de deportes de TVE y es la periodista que más Juegos Olímpicos ha cubierto.



18. CARLOS URROZ
DIRECTOR DE ARCO
Es una de las personas más importantes del mundo del arte en España. A pesar de la crisis, 'su' feria ha mantenido el tipo.



19. FRANCISCO RAMOS
PRODUCTOR
Su olfato para el éxito parece infalible. Su último filme, 'Ahora o nunca', ha recaudado 1,4 millones en su primer fin de semana.



20. IÑAKI OYARZÁBAL
SECRETARIO DE JUSTICIA, DERECHOS Y LIBERTADES DEL PP
Fue el primer dirigente de responsabilidad del PP en dar la cara por el colectivo.



21. ALFONSO LLOPART
DIRECTOR DE 'SHANGAY'
Con su esfuerzo ha logrado convertir a su publicación en la Biblia del movimiento LGTB. En 2015 celebraron su 20 aniversario.



22. SERGIO CALDERÓN
DIRECTOR DE DIVINITY
Él es el responsable de uno de los canales no generalistas de más éxito en la televisión (y también más 'gayfriendly').



23. ÓSCAR CORNEJO
PRODUCTOR DE TELEVISIÓN
Casado con el candidato a la alcaldía de Barcelona Jaume Collboni, es la cabeza de La fábrica de la Tele, productora de T5.



24. LORENZO CAPRILE
MODISTO
Es uno de los favoritos de las clases altas españolas, triunfa en el teatro y ha recibido la Medalla de Oro de la Comunidad de Madrid.



25. ANTONIO NAJARRO
DIRECTOR DEL BALLET NACIONAL DE ESPAÑA
Figura clave de la danza, dirige una de las compañías de baile más exitosas.



26. ORIOL NOLIS
PERIODISTA
Fue una de las caras de los telediarios de Televisión Española. Ahora conduce 'El debat de La 1' en Cataluña.



27. SANDRA BARNEDE
PRESENTADORA
A lo largo de este año ha llegado a presentar tres programas diferentes y ha debutado como novelista con éxito.



28. AGUSTÍN PÉREZ RUBIO
DIRECTOR DEL MALBA
Su trabajo al frente de esta institución artística le ha convertido en el hombre de moda en Buenos Aires.



29. JUAN CARLOS PÉREZ DE LA FUENTE
DIRECTOR DEL TEATRO ESPAÑOL
Elabora la programación de los teatros municipales de Madrid.



30. SUSI SÁNCHEZ
ACTRIZ
El año pasado fue candidata al Goya y éste se ha llevado un MAX por 'Cuando deje de llover'. Está en racha.



31. RUBÉN OCHANDIANO
ACTOR
Ha rodado con Iñárritu o Almodóvar y este año se ha embarcado en importantes proyectos internacionales.



32. PACO TOMÁS
GUIONISTA Y NOVELISTA
Además de conducir 'Wisteria Lane', el programa de radio de referencia LGTB, ha publicado novela.



33. JESÚS VÁZQUEZ
PRESENTADOR
Fue pionero en la visibilidad homosexual y ha triunfado esta temporada en Telecinco con el programa 'La voz'.



34. MIQUEL ICETA
LÍDER DEL PSC
Fue uno de los primeros políticos en hacer pública su homosexualidad. Suya es la responsabilidad de reflotar al PSC.



35. NACHO CANUT
MÚSICO
Él es el 50% de Fangoria junto a Alaska. En su larga carrera ha creado algunos de los himnos gays más coreados.



36. JESÚS ENCINAR
EMPRESARIO
El creador del portal Idealista.com es uno de los empresarios gays más destacados. Lleva dos años felizmente casado.



37. FERNANDO TEJERO
ACTOR
Su relación con un mister le sacó del armario, pero ya habla con naturalidad de este tema. Ahora, triunfa en el Teatro de La Latina.



38. LLUÍS PASQUAL
DIRECTOR DEL TEATRE LLIURE
Es uno de los grandes directores escénicos y lleva las riendas de este templo del teatro.



39. EDUARDO FERNÁNDEZ RUBIÑO
RESPONSABLE DE REDES SOCIALES DE PODEMOS
Además de ocuparse de las RSS del partido, es diputado de Madrid.



40. PATRICIA YURENA
MODELO
Esta canaria ha sido la primera Miss España en salir del armario. Un hito dentro de los concursos de belleza de nuestro país.



41. ANTONIO DE VILLENA
POETA
Gracias a libros como 'Mártires de la belleza' es una de las plumas rosas más reconocidas.



42. ANTONIO MOLLO
DIPUTADO DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA
Fue el candidato de Izquierda Unida a presidir la Junta de Andalucía, el primero abiertamente gay.



43. LUIS VENEGAS
EDITOR
Estrellas como Tilda Swinton han pasado para las revistas de este editor que ha hecho de lo 'queer' su señal de identidad.



44. BEATRIZ GIMENO
DIPUTADA DE LA ASAMBLEA DE MADRID
Esta histórica activista se ha sumado al partido de Pablo Iglesias, donde coordina las políticas LGTB.



45. JUAN PEDRO TUÉLA
EMPRESARIO
Es uno de los hombres que manejan el turismo LGTB, un sector económico al alza en los últimos años.



46. FRANCISCO POLO
CREADOR DE 'CHANGE.ORG'
Este emprendedor ha creado la red social más importante en España para lanzar campañas online.



47. AGUSTÍN GÓMEZ CASCALES
PERIODISTA Y DJ
Es el dj más solicitado en los eventos de la capital; acaba de triunfar en el Festival Sónar.



48. JOSÉ LUIS MORENO
EMPRESARIO
Este año volvió a TVE con 'Alfombra Roja Palace', pero no consiguió reeditar el éxito de sus antiguas galas.



49. MAYTE MARTÍN
CANTADORA
Siendo lesbiana (y sin ocultarse) ha triunfado en un mundo tan machista como el del flamenco. Fue una pionera.



50. MANUEL MARCH
COLECCIONISTA
Es el 'verso suelto' de los herederos del banquero balear y una de las 'socialités' más reclamadas en la noche.

quien acaba de triunfar en el Sónar y hace una gran labor LGTB en las páginas de *Shangay*.

Otra novedad es contar con el director de una cadena de televisión. Se trata de **Sergio Calderón** (22), el responsable de Divinity. El directivo, en conversación con LOC, ha querido desterrar aquella antigua idea del mediático lobby gay. "Para mí el lobby gay son mis amigos del grupo de WhatsApp. Realmente es absurdo que alguien piense esas cosas". Su cadena en 2015 ha tenido picos de audiencia

de cerca de 600.000 espectadores.

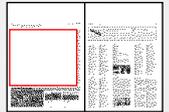
De las nuevas inclusiones políticas (**Javier Maroto, Luis Alegre, Fran Ferri, Eduardo Fernández Rubiño...**) nos ocupamos en las páginas seis y siete de este especial, pero en esta edición una triste ausencia marca el top: **Pedro Zerolo**. Por derecho propio, el activista aparecía cada año en este listado. Una de sus últimas entrevistas se la concedió a LOC, dos meses antes de su fallecimiento a propósito del décimo aniversario de la ley del matrimonio homosexual.

Entonces, recordaba: "Me dijeron que era imposible, que por nuestra tradición y el peso de la religión en nuestro país jamás habría bodas gays. Sin embargo, vencimos convenciendo. La mayoría social estaba con nosotros y creo que todos podemos sentirnos orgullosos". Vaya aquí nuestro homenaje a alguien que luchó de manera titánica por la visibilización y los derechos LGTB. Un camino que aún no ha terminado...

A día de hoy, hay muchas personalidades que no se atreven

a ser visibles por las consecuencias que pueda tener. Más allá de los periodistas deportivos, LOC contactó con varias deportistas de élite para que dieran el paso. Podría haber sido una oportunidad histórica, pero declinaron la oferta. "Yo no tengo ningún problema, pero tengo que pensar también en mi equipo, los patrocinadores... creo que es muy arriesgado", explicaba una deportista femenina. Otra mujer del deporte lo despachaba a través de su agente. "Mira, bastante jaleo tenemos ahora...".

Otro gremio en el que LOC ha hecho agua es el de los cocineros. Hoy se les considera las nuevas estrellas del rock, cada vez más firmas cuentan con ellos como imagen y, curiosamente, no se conoce a ningún cocinero de alto nivel que haya hablado con normalidad de su homosexualidad. LOC se puso en contacto con un cocinero reconocido por la guía Michelin que declinó la oferta de sumarse a la lista. Está claro que aún quedan muchos tabúes por derribar. @mr_jemmon



Borja Abelleira

MADRID- El octavo informe de Responsabilidad Corporativa (RC) de Atresmedia recoge las medidas que el grupo de San Sebastián de los Reyes ha ido tomando a lo largo del último curso en relación con su labor más concienciadora. La aprobación del Plan de Igualdad, las mejoras y el incremento en subtitulación y signado de programas, el aumento de horas de voluntariado corporativo, la creciente inversión en eficiencia energética y la firma de nuevos códigos de autorregulación publicitaria son algunas de las novedades de la compañía en su estrategia de sostenibilidad. Susana Gato, responsable de Responsabilidad Corporativa, se enorgullece de estas medidas y las considera un paso más en la «consolidación del trabajo que venimos haciendo desde hace siete años. Se trata de ir integrando a la RC en el grupo, y con este informe intentamos contar de forma transparente a nuestros grupos de interés los pasos que hemos dado este año, los proyectos que hemos puesto en marcha y la evolución de algunos que llevamos realizando desde hace tiempo», explica Gato.

Publicidad responsable

En el plano de la publicidad, se ha creado la Oficina del Anunciante, cuya función es atender y resolver las incidencias y reclamaciones de los clientes, y se ha puesto en marcha un nuevo proceso de consulta a través de una encuesta enviada a cerca de 3.400 personas para elaborar el estudio de materialidad, nuevos canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés. «La publicidad es un tema central en este negocio», sentencia Gato. Y añade: «Estas medidas facilitan que se puedan seguir abriendo nuevos canales de comunicación y cada año intentamos hacer un gran proceso de consulta, no solamente

Atresmedia refuerza su Responsabilidad Corporativa

El informe anual recoge el compromiso del grupo con la emisión de contenidos y publicidad de forma responsable



Imagen de la serie de Antena 3 «El Secreto de Puente Viejo», en versión subtitulada

con los anunciantes, sino con nuestra audiencia, productoras, etc». En este sentido, Atresmedia mantiene unos sólidos principios éticos y, entre otras medidas, ha firmado un convenio con el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y la Asociación para el Autocuidado de la Salud y Autocontrol, con el fin de promover una comunicación publicitaria a este respecto responsable, veraz y objetiva.

Por segundo año consecutivo, y tras convertirse en la primera empresa del sector de la comunicación

MEJORA EN LA SUBTITULACIÓN

A lo largo de 2014, Atresmedia ha dado pasos en firme para aumentar su compromiso de emitir contenidos accesibles para que todas las personas, independientemente de sus limitaciones auditivas o visuales, puedan disfrutar de ellos. Así, la oferta de programación subtitulada ha sido casi del 100% en los principales programas de la cadena. Entre otras mejoras, destaca la subtitulación de los contenidos en la plataforma Atresplayer, de manera que los televidentes también puedan disfrutar de ellos on-line.

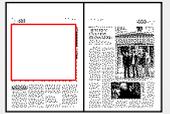
5.353
horas
subtituladas en
Antena 3
durante 2014

85%
de contenidos
de la cadena
subtitulados a
lo largo de 2014

en Europa en aplicarlo, el informe sigue los criterios establecidos por la versión 4 de la nueva guía del Global Reporting Initiative (GRI). Así, cuenta con testimonios de los principales grupos de interés que dan su visión sobre la gestión de la Responsabilidad Corporativa de la compañía: Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR) y la Fundación TAC (Consumidores de Medios Audiovisuales de Cataluña), entre otros.

Además, las nuevas campañas de compromiso social puestas en marcha durante este año —«Constantes y Vitales», «Crea Cultura» y «Objetivo Bienestar»—, se suman a otras veteranas en el ámbito de la concienciación como «Ponle Freno» y «Hazte Eco». Susana Gato valora muy positivamente estas nuevas incorporaciones y que cada vez se dedique más espacio a este tipo de campañas. «Constantes y vitales» es una apuesta por la investigación científica, algo que la sociedad está demandando. «Objetivo bienestar» viene a reforzar el espíritu de «El estirón» —de hábitos saludables para los niños— y supone hacer crecer esa iniciativa. Y «Crea Cultura» está muy en la línea del grupo, ya que resultan especialmente relevantes para los medios las cuestiones de piratería y copyright, para poner en valor esos contenidos y a la gente que los crea», comenta la responsable.

Por último, el informe recoge los esfuerzos del grupo en la dimensión ambiental. No en vano, Atresmedia ha sextuplicado la inversión en medioambiente respecto a 2013. Y aunque, como señala Gato, «no tengamos un gran impacto, somos muy activos y seguimos trabajando día a día en la reducción de emisiones, así como en sensibilizar a la sociedad mediante plataformas propias como «HazteEco» o convenios de colaboración con «GreenPeace» o «Ecoembes».



ARTE CRÍTICA AL SISTEMA

LA ERA DE LA FRIVOLIDAD Y DE LO 'COOL'

El historiador de arte Joan Maria Minguet alerta de la banalización de la cultura en su manifiesto crítico 'Contra la cooltura'

VANESSA GRAELL BARCELONA

¿La cultura se ha vuelto demasiado cool? ¿En los últimos años, hemos asistido impasibles a la frivolidad de la esfera cultural? ¿A qué tendencias -ideológicas, mercantiles o, simplemente, de espectáculo- obedecen las políticas culturales? En un momento de convulsión política y social, ¿qué papel tiene (o debería tener) la cultura? *Contra la cooltura* (Edicions Els Llumens) es el particular manifiesto de alerta del profesor Joan Maria Minguet, activo presidente de la Associació Catalana de Crítics d'Art (ACCA) y un personaje incómodo para el *establishment* institucional.

Para Minguet, hubo un antes y un después del *affaire* Bibiana Ballbè (BB). ¿Cuál fue el caso BB? En la enésima reorientación del Centre d'Art Santa Mònica (hoy, simplemente Arts Santa Mònica para que se note que se ha cambiado de rumbo, otra vez), el Departamento de Cultura dirigido por Ferran Mascarell se planteó colocar a la presentadora como directora del centro, según los primeros rumores. Finalmente, Ballbè tendría un papel de enlace entre la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals y el centro para «indagar en nuevos formatos que expliquen la cultura de forma innovadora». Un

papel que quedó diluido tras las críticas del propio sector cultural y una desafortunada *party* con creadores del presente que Ballbè quiso organizar en Santa Mònica y que la conselleria desautorizó. Joan Minguet publicó un certero artículo en su blog y acabó compartido en todas las redes sociales. «Yo venía del mundo académico, que tiene un ritmo más lento y pausado, y no me esperaba para nada ese fenómeno. En un día tuve 18.000 lecturas. Aún hoy la gente sigue consultando ese artículo», explica Minguet, que puso a Ballbè como ejemplo, como síntoma de las políticas públicas de Convergència. Ella era un síntoma, no la diana. Un síntoma igual como Mikimoto o Toni Soler: rostros mediáticos, un *starsystem* televisivo para dirigir la programación y las actividades del Tricentenari (donde, por cierto, Ballbè también participó con su sección #FF).

La voz de Minguet se hace escuchar en la red, en su popular *blog Pensacions*, y en los artículos que publica en prensa. Y ahora reúne algunos de sus textos en *Contra la cooltura*, un libro de críticas y reflexiones -siempre argumentadas y con la carga de profundidad que le da su experiencia universitaria- que devienen más necesarias que



El crítico de arte y profesor de la UAB Joan Maria Minguet. ANTONIO MORENO

nunca en el siglo de la inmediatez, de los pensamientos en 140 caracteres y de la retórica carente de significado que a veces usan los políticos. «En cultura se está aplicando el concepto de cápsula: todo está enlatado y comprometido. Pero en 140 caracteres no cabe ni el pensamiento ni el análisis, se necesita un cierto desarrollo», apunta Batllori, profesor de Arte en la Universitat Autònoma de Barcelona, y que aboga por un modelo que integre la cultura ilustrada con la cultura de masas. «No podemos renunciar a la tensión equilibrada entre cultura ilustrada y de masas, sino caemos en la frivolidad», apunta.

Minguet huye de postulados elitistas. «Por supuesto que la cultura tiene que ser popular! Cuánto

más atractiva sea, mejor. Pero eso no significa que tengamos que vaciarla de significado: la cultura tiene que ser pensamiento, tiene que generar crítica. Y claro que tiene que haber entretenimiento, pero si no hay espacio para una cultura crítica nos empobrecemos como sociedad», matiza Minguet.

En sus artículos, Minguet hace un repaso de todas las polémicas que han azotado el sector cultural catalán en los últimos lustros, desde la defenestración del Consell Nacional de les Arts (un órgano independiente que CiU decapitó quitándole el presupuesto y dejándolo como un ente testimonial sin ninguna función práctica más allá de elaborar informes) al tratamiento de la información cultural en TV3,

absolutamente relegada en la parrilla pasando por el bochornoso fin del proyecto del Canòdrom (otro proyecto que CiU eliminó de un plumazo a pesar de contar con un director escogido por concurso público).

El libro viene con un *bonus track*: el discurso que pronunció Minguet en el Macba, cuando recogió el Premi GAC que otorgaban las galerías catalanas por su labor como crítico de arte. Ante el consejero Mascarell y las autoridades políticas, Minguet lanzó elegantes y contundentes dardos contra los recortes, las prebendas, las designaciones a dedo, la ingerencia de la política en los museos... Y abogó, de nuevo, por una «cultura construida desde abajo, no por decreto».



El Canal 9 valenciano renacerá con una deuda pendiente de 962 millones

Es el pasivo presupuestado para 2015 en las sociedades aún por liquidar

Javier Romera / Olivia Fontanillo
MADRID/VALENCIA

El nuevo presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, dejó claro el pasado jueves durante la sesión de investidura que una de las primeras medidas que piensa adoptar su Gobierno es la de recuperar Canal 9. El problema es que, a la espera de que se cree una nueva empresa o de que se recupere la actividad de alguna de las dos existentes -la SAU (sociedad anónima unipersonal) Radiotelevisión Valenciana y el Ente Público RTVV-, la deuda pendiente asciende a 962,1 millones de euros.

De acuerdo con los presupuestos de la Generalitat de este año, esa cifra supone apenas un 4 por ciento menos respecto a la deuda de 1.002 millones de euros que las dos firmas sumaban a 31 de diciembre de 2014. Hay que tener en cuenta que, en el momento del cierre, la deuda total de la antigua Canal 9 era de 1.096 millones de euros, según una sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Valencia.

La falta de acuerdo con parte de los bancos acreedores para que la deuda sea asumida por la Generalitat (que buscaba una revisión a la baja de las condiciones), ha sido un freno para la liquidación.

División en dos sociedades

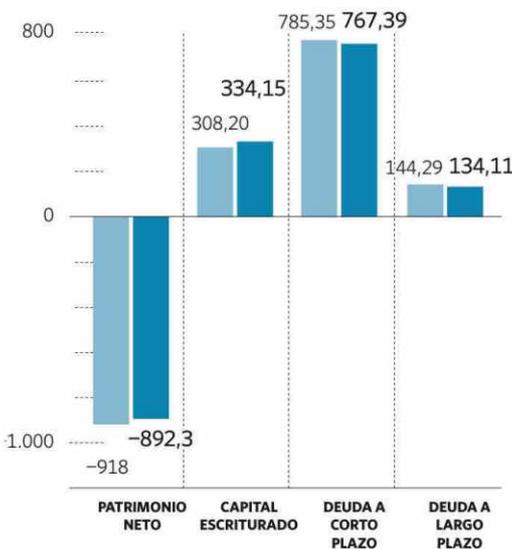
Tras el anuncio de cierre de la televisión autonómica, en noviembre de 2013, la sociedad que asumió la práctica totalidad de la deuda bancaria fue el Ente Público Radiotelevisión Valenciana. Fueron 767,39 millones a largo plazo y 134,1 millones a corto, lo que eleva los compromisos financieros de esta firma, que aún no se ha liquidado, hasta más de 900 millones de euros.

La SAU, que se quedó con el material técnico, los derechos de emi-

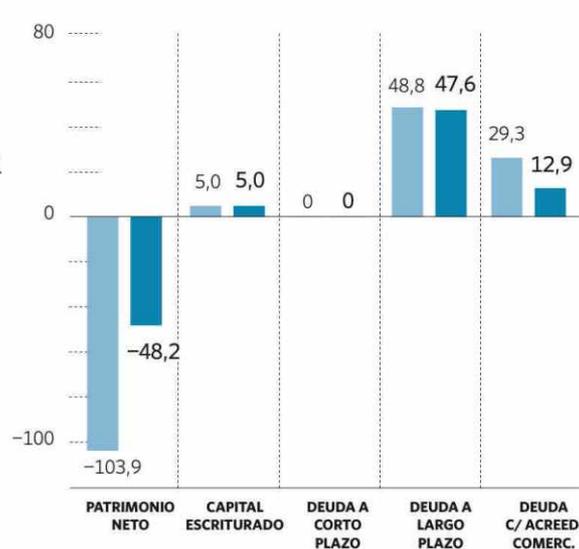
Las cuentas de Canal 9

Según los presupuestos de la Generalitat valenciana, en millones de euros

Las del Ente Radiotelevisión Valenciana...



... y las de Radiotelevisión Valenciana S.A.U.



Fuente: Presupuestos de la Generalitat.

elEconomista

Fuentes de RTVV cifran los costes durante el proceso de cierre en unos 300 millones

sión y de propiedad intelectual y el edificio de la localidad de Burjassot, donde estaban las instalaciones de la televisión pública, asumió el resto. La previsión de la Generalitat, de acuerdo siempre con sus presupuestos, es que esta sociedad cierre el año con una deuda financiera a corto plazo de 47,6 millones, cifra a la que hay que sumar otros 12,9 millones pendientes con proveedores y acreedores comerciales.

A falta de sólo tres días para la fecha prevista de liquidación total de

las sociedades que configuran RTVV, el 30 de junio, se espera que el nuevo Gobierno valenciano, que entra en funciones mañana, anuncie la paralización del proceso.

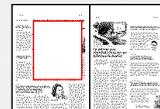
Además de los costes financieros, RTVV han tenido que afrontar, desde el anuncio del cierre, más gastos, derivados, entre otros conceptos, del mantenimiento y alquiler de instalaciones y equipos; sanciones por incumplimientos con productoras y otras empresas de servicios; pagos a proveedores; a la consultora KPMG; los salarios de los empleados que se han mantenido durante el proceso de liquidación, y las indemnizaciones a los más de 1.600 trabajadores sujetos al ERE más de 93 millones de euros.

Uno de los problemas que la comisión liquidadora no ha podido resolver es el del alquiler del cen-

tro de producción en Alicante, en vigor hasta 2035 y que supone 23.000 euros al mes. No ha podido ser cancelado, porque el contrato no recoge cláusula de rescisión.

En total, fuentes de la propia RTVV estiman que los costes totales desde el anuncio del cierre y hasta hacerlo efectivo, podrían rondar los 300 millones de euros. Hay que considerar también que las pérdidas de RTVV en 2013 fueron de 212 millones, mientras que la cuentas de 2014 aún no se han aprobado.

La complejidad del proceso de cierre, agravada por las cientos de demandas de antiguos empleados y proveedores, han provocado que cuatro de los cinco liquidadores iniciales hayan renunciado, los dos últimos hace apenas unos días, ante la imposibilidad de cumplir plazos. Ahora todo depende de la decisión del nuevo Gobierno autonómico.



Puig tendría que readmitir a 1.800 despedidos para reabrir Canal 9

► El coste de los salarios de tramitación se elevaría hasta los 55 millones de euros

D. MARTÍNEZ
VALENCIA

Reabrir la televisión autonómica valenciana, Canal 9, es una de las promesas «estrella» del nuevo presidente valenciano, el socialista Ximo Puig. Y una exigencia de sus socios de Gobierno, Podemos y Compromís. Sin embargo, las implicaciones legales y económicas de esta decisión hacen que resulte especialmente compleja de acometer. El ente autonómico está en la recta final del proceso de liquidación iniciado por el anterior Gobierno autonómico, del PP, y el próximo martes saldrán los últimos empleados afectados por el ERE de extinción.

A juicio de Lluís Bertomeu, miembro del último consejo de administración de Radio Televisión Valenciana (RTVV) –que cesó al iniciarse la liquidación en 2013–, la única opción para reabrir el ente es dar marcha atrás en el proceso de liquidación. O lo que es lo mismo, anular el ERE, readmitir a los 1.800 empleados despedidos y devolver la radiotelevisión pública al punto en el que se encontraba cuando el ex-presidente Alberto Fabra decidió su cierre: con unas pérdidas anuales de 212 millones de euros, según el exconsejero de Hacienda Juan Carlos Moragues.

A ese balance negativo habría que sumar el coste de los salarios de tramitación –lo que han dejado de cobrar los despedidos desde que se aprobó el ERE hasta la fecha–, que según un estudio del propio ente elaborado a finales del año pasado asciende a 55 mi-



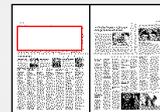
Captura de los últimos minutos de emisión de Canal 9

ROBER SOLSONA

llones de euros. A cambio, eso sí, los afectados por el ERE tendrían que devolver las indemnizaciones que cobraron. Una vez readmitidos todos los empleados y devueltas las indemnizaciones, Puig tendría que optar entre mantener la televisión con 1.800 empleados –más que Antena 3 y Telecinco juntas– y 212 millones de pérdidas, o empezar un nuevo proceso de ERE para reducir la plantilla.

En este sentido, cabe recordar que la primera opción del PP no fue cerrar la televisión, sino reducir su estructura. En agosto de 2012 aprobó un ERE para 1.000 de los 1.800 empleados. No obstante, al decretar el Tribunal Superior de Justicia de Valencia la nulidad del ERE –y, por tanto, la readmisión de todos los despedidos–, Fabra decidió el cierre.

«Hay un embrollo legal y jurídico que hace complicado reabrir la televisión», opina Bertomeu. «Si se paraliza la liquidación, hay que readmitir a 1.800 empleados, pero se vulnera la ley de cierre de RTVV». Por otro lado, «si se termina la liquidación y se crea una nueva sociedad, puede haber importantes problemas legales». De la misma opinión es el exconsejero de Hacienda Juan Carlos Moragues: «Si se liquida y se crea una nueva, se podría incurrir en el supuesto de sucesión de empresa» –con lo que el ERE volvería a ser nulo–. La alternativa, crear un ente «totalmente distinto del que se cerró» para conjurar el riesgo. Los dos coinciden en que «la única manera de reabrir la televisión a corto plazo es parar la liquidación», con los costes que ello implica.



Hisenda comença a retornar l'IVA del primer trimestre a la CCMA

► La devolució pertanyent als primers mesos de 2015 permetrà reduir de 35 a 20 milions d'euros el préstec

BARCELONA | EFE/DdG

■ El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, va anunciar ahir al Parlament de Catalunya que l'Agència Tributària està començant a retornar l'IVA deduïble del primer trimestre del 2015.

En aquests moments s'han completat els retorns dels mesos de gener i de març, i s'està pendent del mes de febrer. Aquesta devolució s'ha començat a fer efectiva

després de mesos de retard i un cop el Tribunal Econòmic Administratiu Central ha resolt satisfactòriament la sol·licitud de suspensió presentada per la CCMA.

En el marc de la sessió de control de la cambra catalana en l'actuació de la CCMA, Duart va explicar que aquest fet permet reduir la petició del préstec que s'ha sol·licitat al govern de la Generalitat per afrontar l'impacte en la tresoreria de la Corporació del no retorn de l'IVA dels últims anys.

Aquesta necessitat financera per al préstec passaria, segons va explicar Duart, de 35 a 20 milions, en cas de complir-se els retorns de l'IVA per a tot aquest any, i serviria per afrontar l'impacte de l'IVA

no retornat corresponent al període 2012-2014.

Molts litigis pendents

La Corporació considera que s'ha «resolt satisfactòriament» una de les amenaces que planejaven sobre la seva viabilitat. Tot i això encara queda pendent «la resolució del conflicte de l'IVA per a la totalitat dels imports reclamats i dels 20 milions encara no retornats per l'Agència Tributària». El conflicte amb Hisenda segueix encara en procés judicial.

Els problemes de la CCMA amb l'Agència Tributària es remunten a 2012, quan Hisenda va establir que els mitjans públics només podien

de la seva activitat, excloent-ne les aportacions públiques. Per aquest motiu, el Ministeri va reclamar el pagament de 80 milions dels imports per deducció de l'IVA en els anys 2012 i 2013, malgrat que la liquidació ja havia estat acceptada.

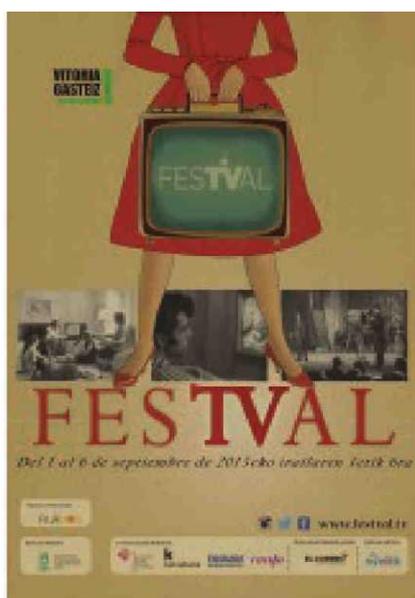
D'altra banda, la CCMA encara ha d'abonar 3 milions d'euros els treballadors de Catalunya Ràdio, per la sentència que declara «il·lícita» la retallada del 5% de sou que s'aplicava des del 2013. En relació amb la pròxima resolució judicial sobre la reducció del 5% del salari a la plantilla de TVC, el president de la CCMA va insistir que, en cas que s'haguessin de tornar els imports descomptats, caldria trobar una solució conjunta entre el Parlament i la Generalitat.

Aquesta situació va canviar per al 2015, quan el novembre de l'any passat el Congrés de Madrid va donar llum verd al fet que els ens públics de ràdio i televisió puguin deduir tot l'IVA.

TV3

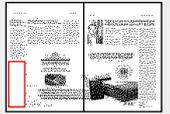
Sallent afirma que es vol «revitalitzar» alguns programes

► La comissió de control parlamentària a la CCMA també va tractar sobre la nova programació de Televisió de Catalunya. El seu director, Eugeni Sallent, va assegurar que l'objectiu és anar més enllà «d'un canvi de cares» en els espais informatius anunciats aquesta setmana i que s'està treballant per «revitalitzar» alguns dels programes actuals. Sallent va anunciar que la temporada vinent comptarà amb noves temporades d'*Afers Exteriors*, el concurs *Oh Happy Day*, *El Foraster* i *Veterinaris*. Així mateix, entre les novetats per a la tardor, destaquen la sèrie *Merli*, el programa *Economia en Colors*, amb Xavier Sala i Martín de conductor o *Catalunya experience*. **dac.**



Mediaset repite como ausente del FesTVal de Vitoria

Solo las cadenas de Mediaset volverán a faltar en el gran escaparate anual de la televisión en España. Las relaciones siguen siendo cordiales, según recalcó ayer Joseba Fiestras, director del FesTVal, pero la estrategia del grupo sigue siendo no duplicar las presentaciones de sus novedades. TVE, Antena 3, La Sexta, Canal +, ETB, Discovery Max, MTV, Comedy Central, Canal Cocina y Canal Panda sí estarán presentes en Vitoria, del 1 al 6 de septiembre, en la séptima edición de un certamen más que consolidado.



VENEZUELA

La prensa se manifiesta contra la creciente censura chavista

L. VINOGRADOFF CARACAS

El Día de los Periodistas no fue para celebrar, sino para protestar contra la censura del Gobierno de Maduro, agravada ahora por la nueva modalidad de la «censura digital» y la «guerra electrónica» que persigue y encarcela a los tuiteros críticos.

Los trabajadores de la prensa se manifestaron ayer en Caracas, por primera vez en los 16 años que lleva en el poder el chavismo. La marcha estuvo encabezada por el presidente del Colegio Nacional de Periodistas, Tinedo Guía. Guía aseguró que los comunicadores sociales han sido «atacados sin misericordia». Durante 2014 hubo 350 agresiones.

Por otra parte, el secretario de Estado para Iberoamérica, Jesús Gracia, se reunió ayer en Venezuela con el viceministro de Exteriores, Calixto Ortega, pese a las reticencias mostradas por parte de la ministra de Exteriores, Delcy Rodríguez. Gracia reiteró el apoyo de España al ofrecimiento de la UE al Gobierno de Venezuela para explorar con el Consejo Nacional Electoral, junto con Unasur y la OEA, cómo contribuir a unas elecciones inclusivas y transparentes, informa **Luis Ayllón**.



La imatge a la qual el World Press Photo va retirar el premi

L'organització del World Press Photo va retirar el març passat el premi al projecte titulat *El cor obscur d'Europa*, del fotògraf Giovanni Troilo. Es tractava d'una sèrie d'imatges molt punyents -i, al mateix temps, sorprenentment estètiques, que el reporter italià afirmava haver realitzat íntegrament a la ciutat belga de Charleroi. La polèmica va esclatar quan altres fotògrafs van denunciar que algunes imatges -com la de la parella dins del cotxe- eren el resultat d'un muntatge.



GIOVANNI TROILO



Albert Batalla demana a TV3 que reperi la imatge de la Seu d'Urgell

Albert Batalla, diputat al Parlament i alcalde de la Seu d'Urgell, va demanar ahir a la direcció de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals buscar fórmules que ajudin a rectificar "la imatge esbiaixada" que el programa "Sense Ficció" de Televisió de Catalunya va donar de la Seu d'Urgell i el Pirineu el passat 2 de juny, quan va emetre un reportatge sobre el fenomen del contraban a la frontera entre Catalunya i el principat d'Andorra. En una pregunta a la Comissió de Control de l'Actuació de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals del Parlament, Batalla ha subratllat que "la gent a la Seu es guanya la vida de forma honesta i volem que la ciutat sigui coneguda arreu del país pels seus actius com la catedral romànica, el parc olímpic del Segre o ser la capital del formatge". Segons el diputat, "la imatge que es va donar del territori va ser una imatge totalment parcial" amb "determinades recreacions que eren irreal".



La gestión de la Radiotelevisión canaria

Un informe de la policía concluye que RTVC infló el valor de 260 programas

El Grupo de Delincuencia Económica constata que Televisión Canaria pagó cuatro veces el valor de cinco series para ayudar al periodista y productor Paco Padrón, amigo del exdirector Guillermo García

Daniel Millet
SANTA CRUZ DE TENERIFE

El Grupo de Delincuencia Económica de la Policía Nacional ha concluido que la Radiotelevisión Canaria (RTVC) infló en 2008 el precio de los 260 programas sobre el deporte canario contratados a la productora tinerfeña Amanecer Latino. Si así lo hizo, según el informe policial, fue para favorecer económicamente al administrador único de Amanecer Latino, el periodista Francisco Padrón, muy conocido en Tenerife primero como director de Radio Club Tenerife y luego como dueño de la cadena local, ya desaparecida, Canal 7 del Atlántico. En el momento de que se firmaron las adjudicaciones, Padrón estaba acuciado por deudas con la Seguridad Social. De hecho, tenía las cuentas bancarias de la productora embargadas. Estos datos están recogidos en el informe del Grupo de Delin-

cuencia Económica de la Policía y que forma parte de la investigación que dirige María de Lorenzo Cáceres Farizo, magistrada del Juzgado de Instrucción número 4 de Santa Cruz de Tenerife, con el apoyo de la Fiscalía Anticorrupción. En concreto, según los testimonios de algunos de los presentadores de los programas y de "expertos en la materia", la Policía concluye que el ente pagó con dinero público al menos cuatro veces el valor real de estos espacios en el mercado audiovisual. El documento detalla que RTVC abonó por cada uno de esos 260 programas 6.307 euros, cuando en realidad su precio no pasaría de los 1.500 euros. De los 1.639.800 euros que pagó la Televisión Canaria por todos ellos, la cadena debía haber abonado a Francisco Padrón, a lo sumo, 390.000 euros, aunque en condiciones normales el producto

hubiese sido desechado por su mala calidad y producción. Los agentes no solo se apoyan en los testimonios recabados, sino también en la poca profesionalidad con la que se produjeron los capítulos y los escasos recursos para el rodaje. La serie se emitió a altas horas de la madrugada, la mayoría de los capítulos en el desaparecido segundo canal de RTVC y con audiencias que no superaron los 9.000 telespectadores. Sólo uno de los capítulos —una entrevista al boxeador Zeben Díaz— se encuentra en internet, en YouTube. A los agentes de la Policía Nacional les sorprende que ante el elevado coste de producción no haya mención alguna a los programas en la web de la Televisión Canaria. **Cien por cien fondos públicos** El Grupo de Delincuencia Económica informa a la fiscal anticorrupción, María Farnés Martínez, y a la juez María de Lorenzo Cáce-

res Farizo que "el ente público Radiotelevisión Canaria se nutre al cien por cien de fondos públicos", para matizar: "Hay una desproporción del dinero que se ha pagado por unos programas [de Amanecer Latino] cuyo coste de producción, según expertos en la materia, sería al menos cuatro veces inferior". "Es por lo que este grupo de investigación estima que se ha podido cometer un delito de malversación de caudales públicos", concluye en su análisis la Policía. El Grupo de Delincuencia Económica abrió la investigación el 29 de diciembre de 2014 al recibir una denuncia anónima en la que se aseguraba que en RTVC se sabía que lo que se pagó por esos programas de Amanecer Latino estaba muy por encima de su precio real. En esta denuncia se dan detalles muy concretos, como que era de todos conocido en la Televisión Canaria las continuas visi-

tas que Paco Padrón hacía a la directora de gestión de RTVC, Lourdes Reyes, en las oficinas del edificio Mapfre, en Santa Cruz de Tenerife. La denuncia recoge que los programas se entregaron sin orden ni control y se pagó por ellos antes de ser entregados y emitidos. Hubo una segunda denuncia anónima, recibida el 17 de febrero de este año, en la que se adjuntan copias de los contratos de los cinco programas, así como un listado incompleto de la emisión de los 260 capítulos. Según la cronología de los hechos, Guillermo García, director de la Radiotelevisión Canaria entre diciembre de 2007 y abril de este año —es decir, durante 8 años—, firmó los contratos con Francisco Padrón en sus primeros meses como máximo responsable de la cadena pública, un detalle que tam-

Pasa a la página siguiente >>

El Grupo de Delincuencia Económica de la Brigada Provincial de Policía Judicial, tiene entre otras, atribuida la función de investigar las infracciones penales relacionadas con los delitos de índole económica y de corrupción en sentido amplio, por lo que está perfectamente legitimado para la investigación de los hechos que más abajo se exponen.

El presente dictamen, le es para dar cuenta a este Juzgado de Instrucción en funciones de Guardia, de una serie de supuestas irregularidades en la contratación de servicios audiovisuales por parte del ente público Radio Televisión de Canarias, irregularidades que serán expuestas de forma sucinta en el desarrollo del presente, describiendo al mismo en los 6 apartados que a continuación se enumeran:

- 1.- Introducción.
- 2.- Análisis de la Información.
- 3.- Caracterización de los hechos.
- 4.- Síntesis.
- 5.- Propuesta de actuación.
- 6.- Documentación que se adjunta al presente.

1.- INTRODUCCIÓN

El día 23 diciembre del 2014 se recibe a través de la Secretaría General de la Comandancia Provincial de Santa Cruz de Tenerife, denuncia anónima donde se relatan una serie de hechos que pudieran ser constitutivos de un delito penal. Más concretamente, señala a la productora Amanecer Latino y a su dueño, Paco Padrón y a Guillermo García Machiñena García Checa, como Director General del Ente Público Radiotelevisión Canaria.

De dicha denuncia se extrae literalmente el siguiente párrafo: "Todos en Radiotelevisión Canaria y 'Amanecer Latino' sabían que desconocido en su día se pagó por los programas contratados con esta productora (por sus sus entrevistas a deportistas) no valían lo que pagaron. Ellos programas hechos por una local de Tenerife y que se pagó para ayudar a Paco Padrón, que en ese momento pasaba por importantes dificultades económicas. Era de todos conocido las continuas

visitas que Paco Padrón hacía a la directora de gestión, Lourdes Reyes, en las oficinas del edificio Mapfre en Santa Cruz de Tenerife y todos sabíamos para que lo hacía. Además estos programas se entregaban sin orden ni control, y se pagaron mucho antes de ser entregados y emitidos, aunque algunos ni se llegaron a entregar o emitir".

Así mismo, consultada la hemeroteca, se ha observado que varios medios de comunicación canarios, se hacen eco de la intervención de la diputada del Partido Popular Agueda Menéndez, ante la comisión de control del Parlamento de Canarias, en la cual Guillermo García Machiñena García Checa, como Director General del Ente Público Radiotelevisión Canaria, fue sometido a diversas preguntas relacionadas con lo aquí investigado. En ella, la diputada preguntó por 260 programas, ante la sospecha de que nunca se llegaron a emitir. Según las distintas fuentes, la contestación del Ente, siempre ha sido la misma, una opacidad que ha alimentado las sospechas en torno a los contratos firmados con Francisco Padrón, más conocido como Paco Padrón, a quien Guillermo García mencionó en una entrevista en "El Día" el 24 de agosto de 2014, como una de las personas que más le ha ayudado y que ha marcado "su acción y un después" en su carrera.

También se menciona que de los 260 programas de la productora Amanecer Latino, apenas hay datos. Radiotelevisión Canaria no ha aportado las listas, ni el certificado de emisión, ni los datos de audiencia que habría obtenido. Según un elenco de programas remitido por el ente, las entrevistas se habrían emitido entre el 17 de marzo de 2008 y el 20 de octubre de 2010 en un solo paquete por la ya desaparecida Televisión Canaria Dos (cuya emisión en agosto de 2012). En este documento aparecen fechados 213 programas y sin dar: entre otros, En algunas partidas de programación de la época figura la emisión de capítulos por este segundo canal a horas como las 05:23 o las 06:09 horas.

En la página web de la Televisión Canaria no hay ninguna referencia a los programas de la productora del Sr. Padrón, pero en la plataforma "YouTube" sí se puede encontrar una de las entrevistas para el programa "Ventana al deporte canario" la realizada el que forma campeón del mundo de kick boxing, Zeben Díaz. El programa está grabado íntegramente en un audífono (grabado de los estudios de

Canal 7 del Atlántico, sin anterior ni imágenes de reserva. Según un anexo de programas del ente, este capítulo debió emitirse el 16 de noviembre de 2008.

Posteriormente el 17 de febrero de 2015, se recibe también de forma anónima en este Grupo de Delincuencia Económica, copia de los supuestos contratos (5), que fueron firmados entre Guillermo García Machiñena, director general del Ente Público Radiotelevisión Canaria (actuando como Órgano de Contratación de la Sociedad de Televisión Pública de Canarias S.A.) y Francisco Padrón García, administrador único de la productora Amanecer Latino, S.L. Todos ellos firmados en Santa Cruz de Tenerife, entre el 14 de febrero y el 26 de septiembre de 2008, así como listado de la emisión de los capítulos contratados.

A continuación se detallan las personas y sociedades relacionadas con los hechos mencionados anteriormente:

- Guillermo Valentín GARCÍA-MACHIÑENA GARCÍA-CHECA (Director General del Ente Público, Radio Televisión Canaria, desde diciembre del 2007) con DNI 43.792.354-B, nacido en Santa Cruz de Tenerife el día 25/09/1960, hijo de Guillermo y María, que domicilio en Urbanización Las Cañitas número 14 (San Cristóbal de La Laguna) y teléfono de contacto 922.279.927.
- Francisco Juan PADRÓN GARCÍA (administrador único de Amanecer Latino S.L) con DNI número 4292501-L nacido en San Cristóbal de La Laguna, el día 15/04/1956 hijo de Juan y Olga, con domicilio en calle Obispo Ray Redondo número 10 B (San Cristóbal de La Laguna) y teléfono de contacto 616.89.55.42.
- Amanecer Latino S.L. (CIF: B38319109) con sede social en calle Obispo Ray Redondo número 10 V7 (San Cristóbal de La Laguna), objeto social la producción audiovisual, cinematográfica, televisiva, radiofónica, discográfica, discográfica en cualquier formato, explotación comercial de producciones audiovisuales en cualquiera de sus formas. Siendo su administrador José Francisco Juan PADRÓN GARCÍA, "y concausado en el Registro Mercantil Central con cierre provisional de hoja responsive por baja en el libro de Emisores Acreditados, en fecha 22/12/2014.

2.- ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Como se menciona en el apartado anterior, este Grupo de Investigación, recibió denuncia anónima de las supuestas irregularidades en la contratación de servicios audiovisuales entre, el Ente Público, Radio Televisión Canaria, y la sociedad Amanecer Latino S.L. Recibiendo posteriormente también de forma anónima, los contratos suscritos por las anteriores, los cuales serán detallados y analizados a continuación, así como los anexos de emisión.

A.- CONTRATOS

CINCO contratos firmados en poco más de seis meses, para la adquisición de los derechos dimanantes de la producción por parte de Amanecer Latino S.L. de una serie de cinco audiovisuales que son adquiridos por la sociedad Televisión Pública de Canarias, S.A.

En todos y cada uno de estos contratos, interviene Guillermo García Machiñena García Checa, como Director General del Ente Público Radiotelevisión Canaria (actuando como Órgano de Contratación de la Sociedad de Televisión Pública de Canarias S.A.) y Francisco Padrón García como Administrador único de la sociedad Amanecer Latino S.L.

Al mismo, todos guardan una misma similitud en sus estipulaciones, variando: los **títulos genéricos** de las series audiovisuales, el número de capítulos y las **condiciones totales a pagar** por los mismos, (estas dos últimas, coinciden en 3 de 5).

Seguiramente se relacionan los cinco contratos, ordenados cronológicamente, haciendo constar fecha, nombre de la obra audiovisual, número de capítulos, contraprestación económica, coste y nombre de los mismos.

Los documentos policiales. Estos cuatro folios forman parte de uno de los informes del Grupo de Delincuencia Económica de la Policía Nacional que figuran en la causa que sigue el Juzgado de Instrucción número 4 de Santa Cruz de Tenerife por las presuntas irregularidades en los contratos de Radiotelevisión Canaria a la productora Amanecer Latino, del periodista tinerfeño Francisco Padrón.

“Como si hicieran perritos calientes”

Padrón metió tanta presión que hubo días en los que se grabaron hasta 10 entrevistas

D. Millet
SANTA CRUZ DE TENERIFE

“Trabajen como si hicieran perritos calientes de Peter”. Algunas de las personas que trabajaron en los cinco programas sobre el deporte canario que Radiotelevisión Canaria encargó a la productora Amanecer Latino recordaron que esta era una frase que solía repetir el

administrador único de la empresa, Francisco Padrón, para meterles prisa. Se refería a Casa Peter, un conocido local de La Laguna que se caracteriza por la rapidez con que sirve hamburguesas, perritos y bocadillos. Es uno de los aspectos que más llamó la atención a los agentes del Grupo de Delincuencia Económica que investigan el caso al tener

indicios de que se pudo cometer al menos malversación de fondos públicos. La Policía, de hecho, expone en su informe que estas prisas reforzaban la tesis de que la principal intención de estos programas eran convertirse en una forma de financiar a Francisco Padrón, cuyas cuentas de Amanecer Latino estaban embargadas por una deuda con la Seguridad So-

cial superior a los 1,5 millones de euros. Según algunos de los interrogados, Padrón no solo les pedía celebridad, sino que en alguna ocasión llegó a admitirles que debían hacerlo rápido para “poder cobrar”. Uno de ellos, Sixto Escobar, llegó a reconocer que hubo días en los que llegaron a realizar hasta 10 entrevistas. “Tuve que improvisar

en muchas ocasiones para hacer las preguntas. Era incómodo trabajar así”, dijo a los agentes, para añadir, según aparece en los informes: “En una ocasión, Francisco Padrón me comentó que las entrevistas había que hacerlas en el menor plazo posible ya que así podía cobrar la producción de dichos programas”. Otro interrogado que también admite la presión ejercida por Padrón fue el presentador Javier Rodríguez. “Hice 50 capítulos en apenas dos semanas”, apuntó a los policías, aclarando que cobró 6.000 euros “sin contrato”. “Todo se apalabró de forma verbal”, argumentó.



>> Viene de la página anterior

bién llama la atención a los agentes. Tal y como aparece en la documentación oficial, el primer contrato por los 52 programas de Valores del deporte canario se firmó el 14 de febrero de 2008, solo dos meses después de la toma de posesión de Guillermo García. Los otros se rubricaron en los siete meses posteriores: Promesas del deporte canario (52 capítulos de cerca de 30 minutos cada uno), el 17 de marzo; Glorias del deporte canario (52 capítulos), el 1 de abril; Protagonistas del deporte canario (78), el 1 de agosto; y una segunda tanda de Valores del deporte canario (26), el 26 de septiembre.

Julio de 2008

Tal y como detalla RTVC en una relación de las emisiones de los 260 programas -con fecha y hora-, enviada a la Policía y a la fiscal en al menos tres ocasiones, los primeros capítulos se pudieron ver en julio de 2008 y los últimos, en noviembre de 2010. La inmensa mayoría se pasó por el segundo canal (que cerró sus emisiones el 30 de julio de 2012 por falta de presupuesto), algunos en horas de la madrugada, la práctica totalidad con apenas un par de millares de telespectadores de audiencia y prácticamente todos -algo que sorprendió especialmente a los agentes- eran entrevistas a deportistas o personas relacionadas

del deporte de Tenerife, ni siquiera de las islas menores de la provincia tinerfeña, con lo que el coste de su realización fue todavía menor y su función de abarcar todo el Archipiélago, una falsedad.

El ente público pagó 6.307 euros por capítulo pero la policía cree que no valen más de 1.500

Además de ignorar a la provincia de Las Palmas, aparecen muchos deportistas totalmente desconocidos en la provincia oriental. Hay de todo. Por ejemplo, desfilaron por las entrevistas, realizadas en el plató de Canal 7 del Atlántico en Santa Cruz, los jugadores de fútbol Rubén Rosquete e Iriome González, el baloncestista Jaime Heras, el boxeador Zeben Díaz, el ciclista Édgar Carballo, los luchadores Eliecer Gutiérrez y Romen Luis, la judoca Arancha Maroto, el piloto Toni Herrera, el alpinista Juan Diego Amador, el entrenador de voleibol Ambrosio González, el presidente del Club Baloncesto Canarias, Félix Hernández, y una larga lista de deportistas de todas las disciplinas, entrenadores y directivos, una gran mayoría de ellos residentes en Tenerife.

La Policía recuerda en su informe que ya antes de recibir el primer chivatazo, la diputada regional

del Partido Popular Águeda Montelongo, entonces portavoz del Grupo Parlamentario popular en la Comisión de la RTVC, había puesto en duda públicamente estas y otras producciones promovidas por Guillermo García. Tras varias ríflrafes con el director del ente en comparencias parlamentarias, Montelongo eleva los contratos, no solo de Amanecer Latino sino de otras productoras canarias -7 Mares SL y Doble Diez Comunicación-, a la Fiscalía Anticorrupción para que investigue la comisión de irregularidades. Esta denuncia ha motivado la apertura de otra línea de investigación por la que Farnés Martínez pidió el pasado mes de abril todos los contratos de la Televisión Canaria a empresas externas desde 2008 a 2011.

Técnicos y periodistas que trabajaron con Francisco Padrón avalaron en sus declaraciones al Grupo de Delincuencia Económica, como figura en las pesquisas entregadas a la magistrada, la tesis de que el precio que pagó RTVC por los programas estaba muy inflado y que hubo intereses políticos de por medio. Uno de ellos, que no trabajó para estos espacios deportivos en concreto pero sí para Padrón en Canal 7 del Atlántico, el periodista Zenaido Hernández, contó a los agentes que no sabía cómo se gestaron esos cinco contratos pero que creía que "los realizó Paco Padrón a través de cargos políticos que

governaban en aquel momento y los puestos de confianza nombrados por los mismos". Añadió que los programas "estarían sobrelaborados" y precisó que lo pensaba porque "era el proceder habitual en las contrataciones entre las sociedades de Francisco Padrón y Radiotelevisión Canaria".

Los interrogados dijeron que Padrón solo quería cobrar y que la calidad era lo de menos

Padrón le comentó a Zenaido Hernández, tal y como reconoció éste a la Policía Nacional, que "los programas se tenían que realizar y terminar aún sabiendo que la calidad no era la adecuada", y que "lo importante era cobrar".

"[Zenaido] tuvo conocimiento de que algunos programas era realizados presumiendo que o no iban a ser emitidos o se iban a emitir en horas de poca audiencia, todo ello siempre bajo la dirección del dueño de la productora, Francisco Padrón García", resalta en letra negrita el informe de los investigadores.

Otro de los periodistas tinerfeños a los que la Policía tomó declaración, y que a diferencia de Hernández sí trabajó en estos programas, fue Alexis Rojas. Este an-

tigu colaborador de Radio Club en la etapa de Padrón admitió que llegó a hacer "hasta cuatro entrevistas diarias". Rojas reconoció a los agentes que Francisco Padrón le insistía en que los espacios se tenían que grabar "lo más rápido posible" y "con un presupuesto limitado". "[Rojas] también manifestó que aunque el formato del programa era a deportistas canarios de todas las Islas, todas las entrevistas que realizó fueron a deportistas que residían en Tenerife, y que nunca se desplazó a otra isla a realizar algún capítulo".

El documento policial narra cómo Alexis Rojas "hace clara alusión a las prisas, baja calidad de las entrevistas, así como a la prioridad de Francisco Padrón por reducir costes, pese a tener un elevado presupuesto para ello, si se tienen en cuenta las cifras de los contratos". Y acto seguido matiza otro aspecto que los agentes consideran muy importante en la investigación: "Alexis manifiesta que estas contrataciones se pudieron producir a través de los contactos que Padrón tenía con Guillermo García, ya que estos en el pasado mantuvieron una relación de amistad y laboral durante muchos años. Padrón fue el director de Radio Club Tenerife, trabajando también en ese entonces Guillermo García como disc-jockey y locutor de partidos de fútbol en la radio [Radio

Para la página siguiente >>

Table with 5 columns: PRIMERA CONTRATACIÓN, SEGUNDA CONTRATACIÓN, TERCERA CONTRATACIÓN, CUARTA CONTRATACIÓN, QUINTA CONTRATACIÓN. Includes a summary of 260 chapters and a detailed list of chapters with names and dates.

Table with 5 columns: VALORES DEL DEPORTE CANARIO, PROMESAS DEL DEPORTE CANARIO, GLORIAS DEL DEPORTE CANARIO, PROTAGONISTAS DEL DEPORTE CANARIO, VALORES DEL DEPORTE CANARIO. Includes a summary of 260 chapters and a detailed list of chapters with names and dates.

Table with 5 columns: VALORES DEL DEPORTE CANARIO, PROMESAS DEL DEPORTE CANARIO, GLORIAS DEL DEPORTE CANARIO, PROTAGONISTAS DEL DEPORTE CANARIO, VALORES DEL DEPORTE CANARIO. Includes a summary of 260 chapters and a detailed list of chapters with names and dates.

Table with 5 columns: VALORES DEL DEPORTE CANARIO, PROMESAS DEL DEPORTE CANARIO, GLORIAS DEL DEPORTE CANARIO, PROTAGONISTAS DEL DEPORTE CANARIO, VALORES DEL DEPORTE CANARIO. Includes a summary of 260 chapters and a detailed list of chapters with names and dates.

Cinco contratos por 1,6 millones de euros. En estos documentos de la Policía Nacional aparece la relación de capítulos de los cinco programas de Amanecer Latino sobre el deporte canario, los precios que se pagaron por ellos y las fechas de los cinco contratos. La RTVC pagó por los 260 entrevistas 1.639.800 euros, a razón de 6.307 euros por cada una. Según la policía, estos programas tienen un valor inferior a 1.500 euros.



La gestión de la Radiotelevisión Canaria

>> Viene de la página anterior

Club Tenerife]. Rojas también aseguró que el propietario de Amanecer Latino "mantenía muchos contactos a nivel político".

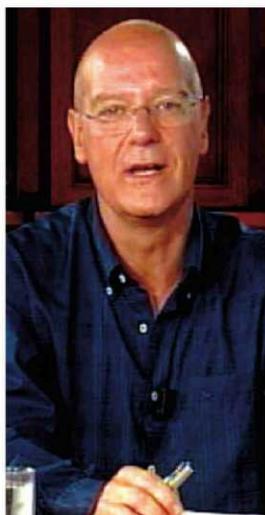
El Grupo de Delincuencia Económica hace precisamente especial énfasis en la amistad entre Padrón y García, y en el hecho de que ésta no solo era de sobra conocida en Tenerife, sino que el propio exdirector de la televisión autonómica no dudaba en admitirlo de forma pública. Por ejemplo, recuerda una entrevista a *El Día*, el 24 de agosto de 2014, en la que Guillermo García reconoce abiertamente que Francisco Padrón es una de las personas que más le ha ayudado y que ha marcado "un antes y un después" en su carrera.

Entrevistas "expres"

Un tercer interrogado, que como Rojas hizo parte de las entrevistas objeto de la investigación, también respaldó las tesis policiales de que el valor de las producciones había sido sobrevalorado. Se trata del también periodista tinerfeño Sixto Escobar, que además de hacer programas sobre turismo y el deporte del motor en diferentes canales, entre ellos la misma Televisión Canaria, fue candidato del CCN a la Alcaldía de La Orotava en las pasadas elecciones locales del 24 de mayo. Escobar calcula que hizo un total de 72 entrevistas y, además, a toda prisa, con tanta presión que contó que Padrón lo dejaba en una situación "incómoda" a la hora de preparar y presentar los capítulos.

Como Rojas, todas sus entrevistas fueron a deportistas que viven en Tenerife, por lo que tampoco se desplazó a ninguna otra isla, con el ahorro que eso supuso. Sixto Escobar admitió a los agentes que Francisco Padrón le exigía "entrevistas expres".

La Policía Nacional tomó declaración, asimismo, a otro de los entrevistadores, Javier Rodríguez Díaz. Este relató que trabajó "sin contrato", que hizo "muchas entrevistas, alrededor de 50", que tampoco se desplazó a otra isla y que todas fueron grabadas en los estu-



LP/DLP

El único capítulo, de los 260, que está en internet. A la Policía Nacional le extrañó mucho que pese a ser una producción tan costosa, los cinco programas sobre el deporte canario no tengan mención alguna en la página web oficial de la Radiotelevisión Canaria. De hecho, en internet solo se puede encontrar una de las 260 entrevistas, la realizada al boxeador Zeben Díaz, imagen a la que pertenece la imagen superior. Se encuentra en Youtube. A la izquierda, Guillermo García, exdirector de la Radiotelevisión Canaria, y Francisco Padrón, administrador único de la productora presuntamente beneficiada, Amanecer Latino.

dios de Canal 7 del Atlántico, situados en una transversal de la Rambla de Santa Cruz de Tenerife. Todos los participantes cobran entre 6.000 y 9.000 euros por el trabajo.

Hubo hasta un miembro del equipo, Marcos Valladares, realizador jefe, que tras varios capítulos solicitó que se retirara su nombre de los créditos porque a su juicio la organización y la calidad de las entrevistas era mala. Para él, "el precio que se pagó por cada entrevista no se correspondía con su calidad".

A toda prisa, tras un acuerdo entre dos viejos amigos, incumpliendo el compromiso de hacer una serie dedicada a todos los de-

portistas del Archipiélago –sino mayoritariamente a los de Tenerife–, con una factura pésima, sin apenas repercusión en las audiencias y la calidad de la marca de la Televisión Canaria, pagados con dinero público a un precio que cuadruplica su valor... La Policía deja bien claro en su informe, en varias ocasiones además, que los 1,6 millones que abonó el ente público por este material excede en mucho a su precio real.

Dos de los interrogados, Rojas y Escobar, con experiencia en la producción de productos audiovisuales, aseguraron que cada programa no valía más de 1.500 euros, mucho menos de los 6.307 que pa-

gó RTVC por ellos. "Valorando que hay que incluir las cámaras, el decorado del plató, los gastos de producción y otros, como el de la maquilladora, la cantidad a pagar por cada capítulo podría ascender a la cantidad de 1.500 euros como máximo", manifestó Escobar, tal y como figura en el documento de la investigación. Marcos Valladares, mientras, situó el coste en alrededor de 2.400 euros, incluido el beneficio industrial.

La juez no ha citado aún a declarar como imputado a ninguno de los investigados, tal y como han confirmado fuentes judiciales. Es más, el caso sigue en pleno proceso de instrucción. Sin ir más lejos,

dos agentes del Grupo de Delincuencia Económica acudieron el pasado jueves a la sede de la Radiotelevisión Canaria en Santa Cruz para solicitar nueva documentación sobre los contratos a Francisco Padrón. Era la segunda visita al edificio Mapfre. Hacia tres meses la Policía ya había estado allí. Se llevó abundante material, entre contratos, disquetes con información y hasta videos de programas. La Policía intenta averiguar si pueden haber más personas involucradas y por qué estos programas pasaron el visto bueno de los controles del Gobierno de Canarias.

Esta no es la única investigación abierta en la actualidad sobre los contratos del ente público durante el tiempo que lo dirigió el exdirector de los 40 *Principales* Guillermo García. Hay otros dos líneas abiertas aunque todavía no han llegado a judicializarse. En una de ellas, la delegada de la Fiscalía Anticorrupción en Santa Cruz de Tenerife, María Farnés Martínez, solicitó el pasado mes de abril todos los contratos adjudicados a productoras canarias entre los años 2008 y 2011. Entre ellos hay más de Amanecer Latino, como una serie de 10 programas sobre el escritor Vázquez Figueroa que nunca ha llegado a emitirse. García alegó que era porque Figueroa aparecía fumando, lo cual contravenía la Ley Antitabaco. El PP cree que es porque ese programa, por el que RTVC pagó 90.000 euros, ya había sido vendido a TVE. En los créditos aparece de entrada: "Televisión Española presenta... *El mundo de Vázquez-Figueroa*".

La Policía prosigue con su trabajo de análisis de toda la documentación y no descarta otras implicaciones. Mientras, gracias a estas contrataciones, Francisco Padrón ha podido librarse de una importante deuda con la Seguridad Social de su productora Amanecer Latino, que se llama así en recuerdo del macrofestival de música celebrado el 8 de mayo de 1993 en la playa de Las Teresitas de Santa Cruz de Tenerife. El festival se denominó Amanecer Latino y su corodirector fue Francisco Padrón. Actuaron Celia Cruz, Oscar D'León, New York Band y Rosario Flores.

Los entrevistados



Iriome González, futbolista.



Teresa Linares, atleta.



Martínez, técnico de baloncesto.



Javier Hernández, regatista olímpico.



Juan Diego Amador, alpinista.

LP/DLP

Un programa del deporte canario sin apenas deportistas grancanarios

Los policías que investigan el caso *Amanecer Latino* muestran en sus informes su extrañeza de que la Radiotelevisión Canaria, un medio público con clara vocación regionalista, contratara 260 entrevistas a deportistas y personajes relacionados con el deporte del Archipiélago, por un coste de 1,6 millones de euros, cuando apenas hay representantes de la provincia de Las Palmas. De hecho, los entrevistadores interrogados por los agentes reconocieron que no hicieron ni un desplazamiento a otras islas y que los capítulos se grabaron en los estudios de Canal 7 en Santa Cruz de Tenerife. Si es verdad que hay entrevistados con prestigio, como los que aparecen en las fotos, pero también hay muchos que no son conocidos ni siquiera en Tenerife. En total fueron 260 capítulos, la gran mayoría emitidos por el ya desaparecido segundo canal de la Tele Canaria. Ninguno tuvo más de 9.000 espectadores de audiencia.



LA VOZ POLÍTICA / DAVID FERNÁNDEZ

Amb V de Vinader

«NO PUJARÉ al tramvia que va cap al poder, sia del color que sia fugiré sempre d'ell». Ovidi Montllor

Hi ha periodisme encara? Cercant respostes, fitant enrere per poder seguir endavant, l'adéu prematur d'en **Xavier Vinader** reclama la pregunta. Vinader: transmissió de saber, testimoni heretat, memòria silenciada d'on venim. L'art d'aixecar i remenar la catifa, la voluntat –sovint ingènua– de cantar les 40 al poder sense pensar en els riscos, enmig de l'opció triada de ser pedra incòmode a la sabata dels manaires. De deixar-s'hi la pell en l'intent de posar el dit a la nafra, de no procurar mai pel delicat estómac del poder o de burxar en totes les martingales econòmiques de Can 60.

Mil. Mil preguntes per a cada història. I mil dificultats. En *Vina*, reconvocat avui com l'amenaça silenciada i l'esperança bandejada del bon exemple. Modèlics trànsits bíblics, va sobreviure resistint la dictadura i, per fer el mateix, fer periodisme, va ser empresonat per la democràcia. Alguns, els de sempre, ens ho volen fer oblidar. Hi ha silencis que encara duren i perden. Perquè Vinader és també antídote. Contra l'oblit i davant la degradació i la deriva.

Qui recerqui mètode per protegir el periodisme del mateix periodisme pot trobar en la pràctica de Vinader l'algoritme de la llibertat d'expressió. És clar i és català: dubtar sempre, no conformar-se mai amb la prime-



El periodista Xavier Vinader, a la dreta, entrevistant Mikel Lejarza, 'El Lobo', infiltrat dins d'ETA. PACO ELVIRA

«Transmissió de saber, testimoni heretat, memòria silenciada d'on venim»

ra resposta i furetejar totes les coses que hi ha darrere les coses. Fèrtil mètode *vinaderià* elevat al cub de la seva màxima: preguntar, repreguntar, contra-preguntar.

Quan periodisme és vigilar permanentment les estructures de tot poder constituït. Periodisme és contrapoder, consciència crítica en una societat cada cop més injusta i desigual. Potser

també més absurda i surreal en aquest XXI. Prou que ho sap en Vinader, que ha conegut totes les limitacions, totes les imposicions i cadascuna de les misèries de la professió. De les camises blaves a les redaccions i el jou i les fletxes a les capçaleres, a l'exili i la presó per denunciar les trames del terrorisme d'estat ultradretà. Passant

per les mediocres pressions econòmiques dels amos dels mitjans –que només tenen interessos– fins arribar –síntoma i senyal– a l'aclaparadora absència actual d'equips d'investigació en condicions.

Periodisme de referència, el de Vinader, front l'altre periodisme de reverència que ell denunciava en tres temps: l'auge del periodisme *light*, l'autocensura i

la corrupció, que també està sent periodística.

Ú i a pams, que fa pujada. Periodisme aparador: superficial, de pindoleta i disseny, que ens bombardeja amb tot per no fer-nos entendre res i combregar amb els insuportables monòlegs del poder. Dos i ull viu, sota la llosa de la inquietant autocensura: fabricada

avui pels mateixos periodistes. I tres. D'alerta: el periodisme substituït, en un temps on fins la hipocresia i el cinisme ja és de pèssima qualitat. Paraules directes a la neurona en els temps del capitalisme senil. Amb V de Vinader, doncs: «Feu del periodisme una trinxera d'ètica i rigor, blindeu-vos davant tot desànim i disposeu-vos a fer-ho cada vegada millor i anar cada cop més

lluny».

Periodisme en temps convulsos. I per cloure, metàfora que camina, Vinader parafrasejant

«Fèrtil mètode 'vinaderià' elevat al cub de la seva màxima: preguntar»

Sarrionandia: mentre no aprenem a furetejar la foscor no sabem escriure amb claredat. És la via Vinader, estri en la caixa d'eines de qui vulgui. Gràcies, mestre. Seguirem aprenent. Preguntant-te. Repreguntant-nos. Contrapreguntant-los. Que és com s'arriba arreu i enlloc.

David Fernández és portaveu del grup parlamentari de la CUP.



Sílvia Còppulo (01) passarà aquesta temporada el relleu d'*El suplement* a Ricard Ustrell (02). CATALUNYA RÀDIO

Sílvia Còppulo no presentarà 'El suplement' el curs que ve

El magazín matinal dels caps de setmana quedarà en mans de Ricard Ustrell

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Sílvia Còppulo deixarà de presentar *El suplement*, el magazín dels caps de setmana de Catalunya Ràdio, segons ha pogut saber l'ARA en exclusiva. La periodista ho farà oficial avui, explicant-ho en antena. Còppulo havia reclamat ja l'estiu passat de ser rellevada del cap de setmana, per qüestions personals. Però aleshores des de l'emissora se li va demanar que aguantés una temporada més al capdavant d'un programa que, sota la seva direcció, s'ha convertit en un dels bastions d'audiència de Catalunya Ràdio.

Però, tot i oficialitzar-se avui que no continuarà al capdavant del programa, encara no està clar quin és el següent destí professional de la comunicadora. Còppulo negocia amb la direcció el seu encaix en la graella dels dies laborables, però de moment l'empresa i la professional no han tancat un acord sobre la franja horària i les retribucions que rebria a canvi. La temporada de l'emissora acaba el 12 de juliol (si bé *El matí de Catalunya Ràdio* allarga fins al 17).

A partir de la tardor, serà Ricard Ustrell qui dirigeixi i presenti *El suplement*. El periodista és un conegut dels oients del cap de setmana, ja que l'estiu passat va presentar el programa mentre Còppulo era de vacances. Durant la temporada regular ha sigut subdirector de *La tribu*, el magazín de la tarda de l'emissora pública. Els dos cursos anteriors va ser coordinador d'*Els optimistes*, presentat per Àngel Llàcer i Manu Guix, i abans havia format part de l'equip de *Tot és molt confús*.

Aposta per un professional jove

Ustrell és un dels valors joves de l'emissora. Sabadellenc, nascut el 1990, es va llicenciar en periodisme a la UAB i cursa ara filosofia com a segona carrera. Es va foguejar professionalment a l'emissora municipal de Sabadell, abans de saltar a RAC1 –com a imitador al programa *Versió RAC1*, de Toni Clapés–, RAC105 i, posteriorment, a Catalunya Ràdio. Ha treballat també per a la revista *Quadern*. Durant les pròximes setmanes s'anirà coneixent el seu equip. Des de l'emissora es vol reforçar el seu perfil jove amb la presència d'altres veus més vetera-



Futur
La periodista
i l'emissora
negocien el
seu encaix en
la graella dels
laborables

nes, tenint en compte, a més, que es tracta d'un programa llarg, ja que abraça de les 8 del matí a la 1 del migdia.

A l'espera de conèixer aquest dijous els resultats d'audiència de l'EGM corresponents al final de curs, Còppulo deixa *El suplement* a la franja alta de l'emissora, com a líder dels caps de setmana. En les últimes dades, publicades a l'abril, millorava ostensiblement els resultats del dissabte, que es disparaven dels 227.000 fins als 356.000 oients, i superava així el *Via lliure* de RAC1, que es quedava en 237.000 seguidors. Els diumenges la batalla estava tan renyida com per acabar en empat: els dos programes registren 264.000 oients. Una de les característiques del programa, sota la batuta de Còppulo aquests quatre anys, ha sigut un augment de la presència dels continguts informatius respecte a l'etapa presentada per Xavier Solà.

Aquest estiu, com va avançar l'ARA, Adam Martín tornarà a presentar *El suplement*, com ja havia fet en anteriors temporades de vacances. —



La creació cultural en un món d'algoritmes

PRODUCCIONS 'BIG DATA'

Els trilions de dades d'internet
revolucionen les indústries culturals

JUSTO BARRANCO
Barcelona

Unes setmanes abans que el 2009 el virus H1N1 ocupés els titulars de tot el món, uns enginyers de Google havien publicat un article a la revista *Nature* que va causar sensació: Google podia predir la propagació de la grip hivernal als Estats Units per zones estudiant només què buscava la gent a internet. Google rep més de 3.000 milions de consultes diàriament. I les emmagatzema totes. Sense fer frotis buccals amb bastonets, només continuant una combinació de 45 termes de recerca que es desapareixen juntament amb l'avanç de l'epidèmia, Google podia gairebé en temps real –i no dues setmanes després com els centres de control de malalties– dir on es propagava la grip. Sorpresos? Benvinguts al nou món del *big data*, una revolució que consisteix a fer prediccions a partir d'enormes quantitats de dades i que està canviant moltes coses.

Incoent-hi el món de la cultura: amb els seus algoritmes, Google recomana ja els webs més rellevants per a les nostres recerques, i Amazon ens ofereix cada vegada que entrem a les seves pàgines el nostre llibre ideal. Sap a quines hores llegim, quins dies, quina quantitat de pàgines, en quins ens aturem, quins llibres es lleixen fins al final i quins no.

Sense anar més lluny, només el 2,4% dels lectors digitals van acabar les 700 pàgines del venedor *El capital al segle XXI* de Thomas Piketty. I, segons la plataforma Kobo, el 56% dels seus lectors digitals d'*El jilguero* de Donna Tartt, lloat premi Pulitzer, no van acabar el llibre.

Unes dades que no són fútils: Amazon ha anunciat aquesta setmana que en el seu servei de tarifa plana Kindle Unlimited els autors que s'autopubliquin els pagarà per pàgina llegida. En realitat, importa per moltes raons. No només perquè Amazon pot acabar estenent aquesta pràctica a tots els seus llibres. Sinó perquè, com reflexionava aquesta setmana Samantha Shannon a *The Guardian*, zaleshores Donna Tartt hauria de canviar la seva novel·la de 800 pàgines premiada amb el Pulit-

zer perquè tants lectors no l'havien acabat? En un món convuls pels canvis digitals, qualsevol cosa és possible, fins i tot que els llibres estiguin en perpetu procés de canvi a causa dels bits, gràcies a les dades que vagin arribant de la seva lectura, dividint-los en fragments més o menys llegits i que poden ser alterats per augmentar el seu mercat eliminant els moments que frenen la seva lectura.

Es podria adduir, amb justícia, que en realitat no es tracta de cap novetat, que en altres àmbits al món editorial ja s'operava així: si no, no s'explicaria, sense anar més lluny, la proliferació com a bolets de trilogies de novel·la eròtica per a dones després de l'èxit de *Cinquanta ombres d'en Grey*. O els booms periòdics de determinats gèneres. Però és cert que ara el salt quantitatiu és potencialment immens.

I, de fet, el salt ja està en marxa en gran gràcies al gegant de la televisió per internet Netflix. La

COMPRAR O LLEGIR?

Només el 2,4% dels lectors digitals van acabar 'El capital al segle XXI' de Piketty

NOVES REGLES

La tarifa plana d'Amazon pagarà els autors autoeditats per pàgina llegida

ESTUDIS PRECISOS

L'anàlisi de dades permet fragmentar gairebé fins a l'individu els sectors de mercat

sèrie *House of cards*, protagonitzada per Kevin Spacey, dirigida per David Fincher (*La red social*), un *remake* d'una sèrie britànica dels anys noranta, va ser aprovada pel gegant de la televisió per internet Netflix a partir d'analitzar els bilions de dades que maneja. Al cap i a la fi, si al món anterior al *big data* calia analitzar mostres, ara podem fer servir totes les dades, cosa que permet veure subcategories i submercats que les mostres no podien

estimar. I a Netflix, que està a punt de desembarcar a Espanya i que ha apostat a fons pel *big data* en tots els seus vessants, quan li van proposar un *remake* de *House of cards* amb Fincher i Spacey, va analitzar les dades de què disposava i hi va trobar una correlació important entre els aficionats d'uns i d'altres. I va apostar en gran, ni més ni menys que 100 milions de dòlars per dues temporades de 13 episodis cada una sense veure'n un episodi pilot. I va fer diària.

Al cap i a la fi, gràcies als milions de terabytes que envia als seus espectadors cada mes, Netflix sap quan l'espectador atura la reproducció d'un film o sèrie, quan rebobina o avança una escena o quan abandona per sempre després d'uns minuts el visionat d'una sèrie i produeix un "esdeveniment", una acció discreta gravable i analitzable. De fet, això permet que no deixin res a l'atzar: per promocionar *House of cards* se li va demanar a David Fincher sis tràilers diferents enfocats en facetes diferents per atreure els diversos perfils d'espectador. Els fans de Kevin Spacey van veure tràilers amb ell, les dones que van veure *Thelma i Louise* van veure tràilers amb els personatges femenins i els molt cinífils van veure tràilers amb el toc Fincher.

Netflix no sap si prems el botó d'aturada per set, una trucada o avorriment, però si molts ho fan en el mateix punt es poden començar a fer inferències. Com assenyalen al seu llibre *Big data* el professor de l'Internet Institut de la Universitat d'Oxford Viktor Mayer-Schönberger i Kenneth Cukier, editor de dades de *The Economist*, "se'ns ha ensenyat a buscar causes a tot encara que resulti difícil. Amb els *big data* ja no sabem per què es produeixen les coses, les seves causes. Només el què: les correlacions ens indiquen que es produiran". I, diuen els autors, "ens ajudarà a veure el sentit del nostre món d'una manera que ni tan sols havíem intuït".

De moment, Netflix creu a ulls clucs en això: molt abans de crear sèries utilitzant la potència del *big data*, el feia servir per recomanar als seus milions de clients pel·lícules i sèries. En concret, ocupa 300 persones per mantenir i millorar les seves recomana-



Laboratori de bits. Kevin Spacey a *House of cards*, una sèrie de gran èxit creada per Netflix partint de l'encreuament de milions de dades del públic nord-americà.

cions de continguts i gasta uns 150 milions de dòlars anuals a recomanar pel·lícules i programes als seus més de 40 milions d'abonats. Sap no només els gèneres i actors favorits, sinó fins i tot la paleta de colors més popular a l'hora de clicar a la pantalla les cobertes de les pel·lícules i els programes que proposen.

Ja posats en la creació de continguts, Netflix ha trepitjat l'accelerador. Basant-se en els seus milions de dades, per exemple, ha contractat Adam Sandler en exclusiva per a quatre pel·lícules. Sandler és dels pocs actors de pel·lícules que de manera sistemàtica figuren en els rànquings de més vistes per als abonats de la plataforma als Estats Units i altres regions, del Brasil al Regne Unit. A més, ara Netflix s'ha llançat a produir no-ficció, com la sèrie *Chefs Table*, amb un xef i la seva vida i miracles en cada episodi. Normalment els documentals no acostumen a tenir tants

espectadors com les pel·lícules, però Netflix creu que pot canviar aquesta dinàmica atraient nous públics fent servir el mateix algoritme que per a altres produccions, i donar així accés als cineastes a bons pressupostos i a unes audiències que s'han acostumat a veure el que Netflix els diu que els agrada.

Per a Lisa Nishimura, vicepresidenta de documentals i comèdia a Netflix, determinar què produir i el que als espectadors els pot agradar és un encreuament d'art i ciència. "Serem realment intel·ligents a l'hora d'engranar el que sabem", apunta, i explica el que havien vist un enorme interès en els seus programes de menjar, així que ja sabien del potencial de *Chefs table* d'atreure públic, a la qual cosa se sumava l'interès que havia suscitat entre els abonats *Jiro dreams of sushi*, el mateix director, David Gelb. Nishimura diu que l'algoritme de recomanació de Netflix és una bonica part de la seva salsa secreta, capaç de recomanar documentals a l'hora adequada en l'aparell adequat seguint els programes anteriors adequats.



ALBUM

Un algoritme que determina quins gèneres apareixen, quins programes i amb quins els aparella, cosa que, diu Nishimura, permet a molta gent descobrir programes que mai no veuria. Netflix ha esmicolat les pel·lícules en més de 70.000 característiques, creant un enorme mosaic de gèneres gairebé absurd: històries

satàniques estrangeres dels vuitanta, documentals emocionals de lluita contra el sistema... Finalment, el 75% de l'activitat de l'abonat de Netflix ve de les recomanacions. L'algoritme sap molt dels nostres gustos.

Sens dubte, el camp és immens. Els estudis de Hollywood ja no han de segmentar l'audièn-

cia en home, dona, de més de 25 anys i de menys. Els perfils són molt més detallats. "Podem descendir fins a microsegments", diu Richard Maraschi, d'IBM, "com les *soccer mom* -dones de classe mitjana alta amb temps per portar els seus fills a les acti-

CONTINUA A LA PÀGINA SEGÜENT >>



La creació cultural en un món d'algoritmes

Els analistes del 'big data' prediuen el 80% dels èxits



AFP / GETTY

Donna Tartt, autora d'El jinetero: no tots els compradors la van acabar, almenys en llibre electrònic

»» VE DE LA PÀGINA ANTERIOR

vitats esportives- de Florida, apassionades de les pel·lícules d'acció.

Pots començar a aconseguir una fidelitat més important entenent l'audiència". Els estudis utilitzen el que aprenen per dirigir-se a col·lectius específics a les seves campanyes, fer que els tràilers siguin atractius per als diferents grups i per portar la distribució a les àrees més adequades. El *big data* ajuda profundament a les pel·lícules a trobar el seu públic i a dur a terme campanyes de màrqueting molt més efectives analitzant reaccions de Facebook, Twitter, Google per fer els passos següents i predir el públic. "Per poder crear productes necessites entendre qui són els que veuen les pel·lícules i exactament quines qualitats d'un film provoquen les seves reaccions". I és que a Hollywood també esperen poder dissenyar les pel·lícules des del principi. De moment, en la taquillera *Cómo entrenar a tu dragón* hi va haver dues projeccions prèvies que van mostrar que les dades poden millorar el desenvolupament industrial del producte. Una projecció va ser per a professionals i una altra per a famílies, i es van gravar al detall cada minut les respostes de l'audiència, des de riure a indiferència. Les dades van ser

enviades al productor per alterar la pel·lícula.

No només Hollywood està fent això. Tot i que per a no poc últimament el mateix Netflix dugui a terme una política de molta menys precisió i més de bombardeig massiu amb els seus nous productes, sens dubte el model de *House of cards* ha inspirat, naturalment, el vell Imperi del centre,

LES 'SOCCER MOM'

Les dones que porten els seus fills a entrenar són apassionades de les pel·lícules d'acció

'CÓMO ENTRENAR A TU DRAGÓN'

En dos visionats previs es va estudiar la reacció del públic i es va enviar informe al productor

a la Xina, i allà els seus gegants de la xarxa, sigui Sohu o Alibaba -el grup rival d'Amazon i eBay i que té videoportals com Iqiyi- volen crear produccions amb el *big data* que els permetin ingressos més robustos i diversificats. Aquest mateix mes s'ha celebrat un congrés de cinema i *big data* a la Xina en què s'assegurava que les pel·lí-

cules xineses podrien superar els *blockbusters* dels Estats Units si mitjançant el *big data* troben les seves audiències objectives i aprenen el que aquestes necessiten realment de l'experiència cinematogràfica. De fet, des d'Iqiyi s'assegura que els analistes del *big data* ja tenen un èxit del 80% en predir els resultats a taquilla d'una pel·lícula. Però fins i tot en la venedora xinesa els crítics es pregunten si això no comprometrà al final la visió creativa del director amb l'objecte de maximitzar el nombre d'espectadors.

D'aquesta manera, és probable que el futur ja no sigui el mateix: les prediccions basades en dades massives el deixen menys obert i intacte. Sembla que ja està esbossat amb traços que poden discernir els que tenen la tecnologia adequada.

I si les dades modelen les decisions, quin paper queda per a les persones? Per Mayer-Schönberger i Cukier és clar: la creativitat, la intuïció i l'ambició intel·lectual, que no estan a les dades i que permeten crear, en comptes d'un cavall més ràpid per als clients, un Ford T. Sens dubte, apunten d'altres, gent com Steve Jobs no hauria pogut existir mai amb aquests indicadors que proposen anar repetint esquemes que ja existeixen, donar més del que ja és conegut.●



EL DEFENSOR
DEL LECTOR

Pep
Colleldemont



Periodista

Tornant als orígens

Qui ho havia de dir! Avui per a mi serà un dia gran. Aquell diari d'edicions que vam veure néixer i que és viu de miracle torna a sortir al carrer amb edicions. D'acord, no s'assemblen en res a les que van sortir els primers dies d'El Punt Diari. Només coincideix amb el nombre d'edicions –si no vaig errat són cinc–, però abans totes eren de les comarques gironines i ara arpleguen l'àmbit del Principat. Si els que estem en l'entrellat del diari al·lucinem, com no ho deuen fer els lectors? I és que aquest diari, deixeu-m'ho dir, té per a mi una virtut especial: no s'ha aturat mai, ni quan s'ha anat de mal borràs ni en moments millors. Del tema d'edicions, se n'havia parlat en moltes reunions dels consells editorials i durant un bon temps gairebé s'havia abandonat. Però hi ha gent que barrina molt, en El Punt Avui, us en faríeu creus. I si no ha sortit cap imponderable, que som humans i tot pot passar, avui, que llegiu aquest defensor, que està pletòric, també podreu llegir notícies d'una part del vostre territori, amb portada pròpia. Diguem-ho tot, això també és possible pels avenços de la tècnica. Ara em poso les mans al cap quan penso que una cosa semblant la volíem fer amb màquines elementals, que amb prou feines haurien servit per fer un setmanari. Tot i així, agafem-nos-ho amb calma perquè de problemes en sortiran a tort i a dret.

L'AMIC JORDI PLANAS, l'home que dedica 24 hores a lluitar per fer un món més just, de tant en tant m'envia algun correu per discrepar del tractament que fem de la informació sobre Llatinoamèrica i en particular sobre Veneçuela. Jordi, ens coneixes i saps que el diari sempre ha intentat estar al costat dels que més malament ho passen. Certament no tenim la informació tan directa com la pots tenir tu, però també és cert que la proximitat a vegades no ens ho deixa veure tot tan objectivament. T'haig de reconèixer, amb tot, que les grans potències econòmiques i informatives treballen a consciència



JORDI SOLER

Avui, que llegiu aquest defensor, també podreu llegir notícies d'una part del vostre territori, amb portada pròpia

per mantenir el poder. Gràcies, Jordi, per ajudar-nos a mantenir-nos en guàrdia. Hi ha molta feina a fer.

UN AMIC I LECTOR M'ESPERAVA de bon matí quan vaig anar a buscar el meu diari de cada dia. Estava enfadat, de veritat, i li hagi de donar la raó. M'ensenya el diari de dimecres passat, dia de Sant Joan. A la portada, de davant, una pregunta: "Han d'impulsar les entitats sobiranistes una llista unitària?" Era una enquesta força exhaustiva, feta amb gent de pràcticament tot el país.

Hi havia fotos, moltes fotos. "Compta, compta –em diu aparentment enfadat, però amb el seu aire de foteta que no el deixa mai–; sumo 46 homes i 6 dones." Carai, li vaig contestar, aquesta vegada s'han passat, no? I continuant amb la conya em diu: "Només té una explicació, que les dones se n'haguessin anat totes de revetlla i només haguessin trobat homes a casa."

POSEM-NOS SERIOSOS. Mentre no aconseguim una igualtat real, no podem badar. Arrosseguem uns vicis que no ens els traurem del damunt amb facilitat. Caldrà fer una revisió a fons de les agendes dels periodistes. Mentre tinguem controlats un 70% d'homes i un 30% de dones no anirem pas bé. Agraïxo al meu amic la seva passió pel tema. Quan estiguem normalitzats ja no perdrem el temps mirant si són 7 o 14, però mentre això no passi caldrà mirar prim. I ens agradi o no, només 6 de 46 és una proporció molt trista.



El Comidista se hace mayor

El blog gastronómico de Mikel Iturriaga se convierte en web: incorpora vídeos, reportajes y nuevos colaboradores

EL PAÍS, Madrid "Esta web es El Comidista después de haber tomado anabólicos", resume Mikel Iturriaga con el tono socarrón que desde hace años ha hecho popular su bitácora sobre cocina y gastronomía en EL PAÍS. La nueva criatura incorpora vídeos, nuevos colaboradores y crea la figura de la defensora del cocinero, que transmitirá todas las quejas sobre las recetas que planteen los internautas. El blog El Comidista, golosina de los lectores cocinitas de EL PAÍS desde hace cinco años, se hace mayor, propone nuevos contenidos y se transforma en una web en mayúsculas.

Lo más destacado es que llegan contenidos en vídeo. Iturriaga y sus colaboradores realizarán dos vídeos semanales en los que ofrecerán una receta y un reportaje. Para que los cocineros puedan tener las manos libres mientras siguen los pasos en una pantalla. Con la nueva web llegará además una serie

de actividades y eventos ligados a la marca de El Comidista que se desvelarán poco a poco.

Iturriaga se rodea de un grupo de colaboradores compuesto por *amateurs* y algunos más entendidos. Cada uno aportará sus conocimientos especializados a la página. O como explica Iturriaga: "Aparecen otras personas que por trayectoria, personalidad o enfermedad mental coinciden con el espíritu heterodoxo de El Comidista". Mónica Escudero, colaboradora habitual en *Icon* y *El País Semanal* en temas de gastronomía y autora de *A vueltas con la tartera* y *Rincones secretos de Barcelona*, trabajará como coordinadora. Iban Yarza es el experto panadero. Escribió el libro *Pan Casero* y es traductor de varios libros como *Hecho a mano*, de Dan Lepard, o *El pan*, de Jeffrey Hamelman. El campo de actuación de Ana Vega, autora del blog *Biscayenne*, es la cocina clásica y tradicional. Mar Calpena, de la bitácora *Una o dos copas*, se espe-



Ilustración que representa a Iturriaga y los colaboradores. / BISCAVENNE

La crítica gastronómica, en manos de cuatro niños

Valentina, de nueve años, Rai, de cuatro, Lúa y Elvis, de 8, serán los críticos gastronómicos de esta nueva web de El Comidista. Ellos serán los encargados de analizar los restaurantes de alta cocina y relatar la experiencia en divertidos vídeos. Sin

falsas reacciones ni comentarios excesivos, los niños contarán simplemente qué les parece lo que se lleven a la boca. Lo primero que han catado es la comida de *Disfrutar*, un local de vanguardia barcelonés regentado por tres exjefes de cocina de *ElBulli*.

cializará en la coctelería. Pacual Drake será en enólogo del grupo. Ángel Sanchidrián, crítico de cine, pertenece al cupo de los "completamente novatos", como define Iturriaga, al igual que Claudio M. de Prado. Xavi Sorinas será el encargado de llevar las redes sociales.

Hay elementos que no cambian. La filosofía sigue siendo la de hablar sobre la comida del día a día, saludable y sencilla. Lo que no es obstáculo para que en algún momento se adentren en el mundo de la alta cocina. Para todos los públicos. Tampoco pierde el sentido del humor que ha caracterizado el blog durante todos estos años. "No pretendemos darnos aires de críticos gastronómicos de alto nivel, sino ser rigurosos a la vez que divertidos", puntualiza Iturriaga.

Con esta web también nace la figura de la defensora del cocinero, en homenaje a la defensora del lector de EL PAÍS. Marta Miranda será la que reciba las quejas, dudas y sugerencias sobre las propuestas de los comidistas para los internautas. Ella se encargará de hablar con el autor de la receta para que haga un vídeo en el que responda a los aspirantes a chef. Los seguidores del consultorio de Iturriaga pueden respirar tranquilos, se mantiene *Aló Comidista*, una sección que ha dejado preguntas tan memorables como "¿dónde se puede comer un buen rabo en Madrid?".



El fútbol es el deporte estrella en España. No es casual que en la Liga compitan algunos de los equipos más ricos y admirados del mundo. La capacidad de congregarse a legiones de seguidores y seguidoras ha convertido a este deporte en una industria multimillonaria. Pero hay otros mundos deportivos. Y son muchos los lectores que buscan información sobre campeonatos de tenis, de golf o sobre pruebas de fórmula 1. Algunos me escriben periódicamente, quejándose de que no la encuentran, al menos con la amplitud deseada.

Carlos Laredo Verdejo, aficionado a la fórmula 1, se lamentaba en un mensaje que me envió el pasado lunes de lo que juzga una actitud de "desprecio" de los responsables de Deportes hacia esta disciplina, para la que no encuentra justificación. "No hace falta que le hable de los millones de audiencia que, según el propio periódico, tienen los grandes premios de fórmula 1, donde corren tres españoles (sobre un total de 20 participantes)", escribía. "Hoy, lunes, en la reseña de poco más de media página, ni siquiera se molestan en poner la clasificación del Gran Premio de Austria. Solo los tres primeros y los españoles. ¡Al rugby, le dedican una página entera! El sábado, ni siquiera hablaron de fórmula 1. Lo considero lamentable".

Otro lector, Javier Alonso, me envió un mensaje tras la final de la Champions para quejarse de que Deportes dedicaba ese día seis páginas al tema. "¿Dónde están la fórmula 1, las semifinales de la ACB, el final de la Liga en 2ª, el triunfo de Pilar Badosa en Francia... ¿Sigo?", escribía.

Carmelo García de la Rocha criticaba, en un mensaje enviado el 17 de junio, la ausencia de información en EL PAÍS sobre la final de liga de fútbol sala, "a pesar de que el Inter Movistar ganó el lunes su décimo título".

Tampoco crean que todos los aficionados al fútbol están satisfechos con el espacio que dedicamos a este deporte. "Lo que ha

LA DEFENSORA DEL LECTOR Lola Galán

Con los deportes no se juega

Algunos lectores reclaman más información de fórmula 1, tenis, fútbol sala o golf. ¿Es excesivo el espacio dedicado al fútbol?

pasado en la sección de Deportes con las clasificaciones del fútbol me parece muy grave. Desaparecieron las clasificaciones de 2ª B, el cuadro de cruzado de enfrentamientos y, desde que ha termina-

do la Liga de 1ª, la clasificación de 2ª A también ha desaparecido", me escribía, no hace mucho, Javier Asensio. Una queja que me plantearon otros muchos lectores, nada más inaugurarse el

nuevo diseño de la edición impresa, el 11 de mayo. "Los deportes, como la Bolsa o el tiempo, son básicamente datos numéricos", me escribía uno de ellos, "y eso es lo que se echa en falta en EL

PAÍS. Esta sección requiere más aficionados al deporte, y menos candidatos al Pulitzer".

He trasladado estas quejas a Xosé Hermida y Cayetano Ros, responsables de la sección de Deportes en ausencia de la redactora-jefe, Amaya Iribar. Esta es su respuesta:

"En un periódico de información general como EL PAÍS, con un espacio relativamente reducido dedicado a los deportes, es complicado buscar un equilibrio en la distribución de las noticias. Y muy a menudo corremos el riesgo de defraudar a quienes buscan información detallada de alguna disciplina concreta, sobre todo cuando el enorme peso social y mediático del fútbol ahoga en ocasiones a los demás deportes". Aun reconociendo la fuerza de esta corriente, subrayan, "desde siempre hemos intentado tener una mirada más amplia sobre el mundo del deporte".

Ambos admiten que si ha disminuido, "como nos reprochan algunos lectores", la información de tenis o el seguimiento de la fórmula 1, "ello se debe a que han ido decreciendo los éxitos de figuras como Rafael Nadal o Fernando Alonso. Del mismo modo que se ha ampliado la atención al bádminton o al patinaje artístico por las grandes victorias de Carolina Marín y Javier Fernández, respectivamente".

Lo que sí reconocen es que la adaptación al nuevo diseño ha tenido costes. "Quizás hemos descuidado datos de clasificaciones y tablas de datos, que con todo el derecho demandan tantos lectores. Tomamos nota de las muchas quejas recibidas al respecto y trataremos de compatibilizar las peculiaridades del nuevo diseño con la necesidad de ofrecer una información completa sobre los resultados y la marcha de las principales competiciones deportivas en sus distintas categorías".

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



EL OYENTE

LUIS OZ

*L. Post' no
tiene rival*

Aunque no abundan, se pueden encontrar excelentes programas de investigación en cualquiera de las principales cadenas internacionales. Sobre periodismo internacional, en cambio, se cuentan con los dedos de una mano y sobran dedos.

Desde el 15 de noviembre de 2002 hasta el 18 de julio de 2009 el mejor, en mi opinión, fue *Internacional Correspondents*, un programa semanal de la CNN con dos o tres reportajes breves y entrevistas con sus autores sobre los principales desafíos internacionales. Se puede acceder aún a la transcripción de todos ellos en la siguiente dirección: (<http://tinyurl.com/nhle24d>)

Los últimos de la serie trataron de la entrevista de David Frost con Nixon, la cobertura del candidato Obama, los periodistas encarcelados en el mundo, las dificultades para informar de Gaza si no puedes entrar, el secuestro de periodistas, las penurias soportadas por los que cubrieron la guerra de Sri Lanka, el reto de fotografiar la guerra de Afganistán, la relación de los periodistas con el recién nacido Twitter, la movilización internacional contra el G-20 al comienzo de la crisis, el fotoperiodismo en el mundo, el aniversario de la democracia polaca y los peligros que enfrentaron los reporteros en las elecciones de Irán en 2009.

En los últimos seis años no tiene rival –alguna vez lo he mencionado de pasada en *El Oyente*– *The Listening Post*, de Al Jazira en inglés, dirigido y presentado por Richard Gizzard, que se emite para Europa los sábados a la 8.30 horas y 19.30 horas GMT, y los domingos, lunes y martes en distintos horarios: (<http://tinyurl.com/6o3gdd3>)

Este fin de semana pone la lupa en la influencia creciente de dinero de Angola en la prensa portuguesa. Empresarios angolanos son ya los principales inversores extranjeros en los medios portugueses y, según la profesora Susana Salgado, de la universidad de Lisboa, han logrado que «Angola sea casi un tema tabú en los medios portugueses, sobre todo si no conviene al Gobierno de Luanda».

La semana pasada emitió un detallado análisis de la chapuza publicada por el *The Sunday Times* contra Edward Snowden, el ex empleado de la NSA que se fugó a Asia, filtró numerosos documentos secretos a *The Guardian* y a *The Washington Post*, y vive desde entonces escondido en Rusia, y un reportaje sobre la radiotelevisión Martí, que emite desde Miami para Cuba desde los años 80 para debilitar al régimen cubano.

En las semanas anteriores vimos buenos reportajes sobre la censura en China y Turquía, el periodismo en Japón, las mentiras sobre la caza de Bin Laden y los periodistas iraquíes.



¡Nos han premiado!

El reportaje *Lo mío es tuyo y ¿viceversa?*, publicado en *XL Semanal* el pasado 22 de febrero, ha sido distinguido con el XVI Premio de Periodismo Accenture, en la categoría Economía Digital. Su autor, Carlos Manuel Sánchez, ha obtenido el premio –dotado con 8000 euros– al imponerse entre 744 trabajos presentados.



Entrevista **David Marín** Autor de la novel·la 'Mala lluna'

“El periodisme és un gènere narratiu més”

Jaume Vidal
BARCELONA

David Marín (Barcelona, 1974) és periodista. Actualment viu a la No-guera i treballa a les comarques de Lleida com a redactor d'El Punt Avui, diari en què va començar la seva trajectòria professional l'any 1996 en la seva edició del Maresme. Habitualment ha treballat la informació local, però la seva mirada irònica i el seu estil periodístic càlid, amb el qual li agrada aconar les paraules i oferir una informació fidel però servida amb un cert punt sorneguer i irònic, l'ha portat a ser un articulista força agut. D'aquí a la literatura, un pas. Ara presenta el seu primer llibre: *Mala lluna* (RBA), una novel·la etiquetada com a negra, però amb aportacions de molts altres gèneres.

O fer humor, o dedicar-se a la premsa rosa, o ser tertulià... o escriure un llibre. Creu que són aquestes les maneres que té un periodista de fer-se veure?
Crec que el periodista no necessita projectar-se al públic; si he fet la novel·la no és per aconseguir notorietat com a periodista, sinó per la voluntat de fer-la. Per una vocació que em ve de lluny de fer literatura.

Vostè és abans escriptor o periodista?
Em sento periodista, tot i que des que vaig entrar de becari a

Mataró tinc la sensació d'intrús en la professió, i després de vint anys encara la noto. Sento queestic fent això, però que demà podria estar treballant de qualsevol altra cosa.

Aleshores en què quedem... escriptor?, periodista?, botiguer?
Periodista que també vol fer literatura. El periodisme és un gènere narratiu més. I el periodisme que a mi m'agrada hauria de jugar més amb els recursos narratius. Convertir la lectura d'informació en un plaer i experiència personal intensa. El periodisme ha de ser capaç d'empatitzar amb la persona de la qual s'està parlant, i això transmetre-ho al lector.

Per la relació professional que m'uneix amb vostè he comprovat que mai diu no a fer un tema. Aquesta novel·la va ser un encàrrec al qual no es va negar?
No. Es tracta d'una iniciativa pròpia cent per cent que va néixer en una visita als telescopis d'Àger, al Montsec. Vaig tornar fascinat pel paisatge de solitud, boira, misteri, i amb una primera escena d'un conte al cap que finalment ha pres forma de novel·la.

La seva novel·la comercialment se l'inscriu en el gènere negre perquè té assassinats i misteri, però també hi trobem ciència-ficció, costumisme, romanticisme i acció. On la situaria?
És novel·la negra. Li escolo

aquesta etiqueta. Però he volgut que la trama policial i negra es confongui amb un ambient de misteri, de llegendes mítiques que crec que encaixen molt a les terres de Lleida. Fred Vargas m'ha influït molt. Juga molt amb la trama policial i amb elements de misteri, confondre molt el lector sense perdre de vista que és policial.

De fet, al principi de l'obra no se sap si l'assassí és un extraterrestre o un ésser que ha sortit de l'interior de la Terra?
He tractat de fer un joc per a l'arrancada de la novel·la, obrir moltes possibilitats incorporant fins i tot elements de ciència-ficció, però procurant no moure'm de la trama real.

També hi ha una picada d'ullet a la fantasia clàssica de Jules Verne...
S'ajustava molt bé per lligar el món de la realitat i la fantasia. D'una banda hi ha uns polícies molt metòdics i racionals que tracten d'utilitzar procediments molt científics per a les seves indagacions i, per una altra, una mena de territoris surrealistes en què podem trobar el marc perfecte per a les aparicions de naus procedents de l'espai.

Hi ha Jules Verne però també hi veig una mica de Tintín i J.J. Abrams a 'Lost'...
Abrams és un dels referents, però també *La pell freda* de Sánchez Piñol, i les seves criatures

que surten de la profunditat. Hi ha una mica de *Doctor en Alaska*, personatges singulars en un territori de frontera...

Faig un 'spoiler' si dic que la novel·la recupera també el gènere d'espies i de guerra freda?
No, de fet, amb la novel·la intento portar el lector cap a la carrera espacial, la guerra freda, els marcians, però en el fons és un tomb per acabar expressant els temes que més m'afecten personalment, com ara la paternitat.

Hi ha una mena de conflicte generacional entre el mosso protagonista i la seva filla.
A banda de resoldre assassinats, el sergent Rull s'enfronta a l'allunyament progressiu amb la seva filla. És el veritable conflicte de la novel·la. L'interrogant que plantejo és fins a quin punt ens podem fer responsables de la vida dels altres, i com portar el sentiment de culpa. Aquest és un dels temes de la novel·la que m'ha sorgit sense plantejar-m'ho. Ha succeït de manera molt íntima i imprevista.

Un recurs que sembla important és la utilització de la parla de les terres de Lleida.
He fet servir lleidatà perquè caracteritza els personatges. No faig cap reivindicació de la llengua. Si el Montalbano, d'Andrea Camilleri, és molt de Sicília, he volgut fer un mosso molt de Lleida: té hort, menja car-





David Marín explora des dels baixos fons urbans fins a la llunyania dels planetes en la seva primera novel·la ■ JOSEP LOSADA



He fet servir el lleidatà perquè caracteritza els personatges. No per fer reivindicacions

gols i diu renecs tal com es diuen a les terres de Ponent.

Parlant de Montalbano, quins investigadors més han servit de referència?

El comissari Adamsberg, de l'escriptora Fred Vargas, que ja he citat i que té un punt rural. I els personatges de Dennis Lehane, a Boston.

La novel·la negra ha deixat de ser exclusivament urbana.

Els referents que cito són de París i Boston, però el que m'agrada d'ells és aquesta barreja de plena modernitat i alhora el caràcter que dona el fet de ser d'un territori concret. Per a mi, la modernitat és també ser de Balaguer. La cultura urbana és a tot arreu, i cada territori li dona la seva empremta característica. He volgut fer una novel·la contemporània amb la qual tot hom s'identifiqui, però a la vegada respectant la procedència de cada personatge. El paisatge marca, i en la novel·la es nota sense que perdi identitat.

La novel·la té una varietat molt gran de personatges. Hi ha una colla de secundaris que més aviat semblen sortits d'una convenció de 'freakies'.

Amb els secundaris m'he divertit molt, des de l'ufòleg que busca omnis pel Montsec fins al pastor de cabres que fa pintura abstracta. La idea era mostrar un territori una mica singular. No vol dir que això sigui real, però jo li volia donar aquesta atmosfera. Els secundaris m'han ajudat a aportar una mica de sentit de l'humor per desdramatitzar la trama més fosca de l'obra.

Els personatges, són tots ficticis?

Són ficticis, però a mesura que escrivia m'adonava que cadascun d'ells responia a algú que jo conec. Tots excepte un, el prota-



Per a mi la modernitat és ser també de Balaguer. La cultura urbana és a tot arreu

gonista. Jo pensava: "D'on coi l'he tret?" Fins que vaig veure les galerades no em vaig adonar que el personatge era jo mateix, però projectat d'aquí a deu anys.

Aleshores què fa vostè, literatura o psicoanàlisi?

Jo no crec en la literatura com a teràpia, sinó per seduir el lector. No s'escriu per a un mateix, sinó per al públic. Però he descobert que amb l'escriptura t'hi deixes una part teva per molta ficció que facis. Cada personatge té una part meua, però vull que el lector s'ho passi bé i en gaudeixi.

El títol, 'Mala lluna', pot referir-se a aspectes astronòmics i al mal caràcter. Les dues circumstàncies apareixen en l'obra.

Sí, he agafat aquest doble sentit. Una de les pistes de la trama policial és que un dels telescopis està enfocant a una de les llunes de Júpiter, i això és un fet que no hauria de ser. I és que, a més, l'atmosfera de la novel·la és la part fosca dels personatges. Una certa mala maror plana en la relació entre el protagonista i la seva filla.

I de les dones, què?

L'agent Núria Riu és l'ajudant del sergent Rull, és el seu contrapunt impulsiu: jove de caràcter, és una dona que es vol menjar el món, però encara té molt per aprendre. Seria la generació entremig del sergent Rull i la seva filla. Té camp per córrer, però la vida ja li ha donat alguna clatellada.

La novel·la té un final obert. Hi haurà una continuació?

M'agradaria.

Una última qüestió. Vostè sol ajustar molt en els tancaments; també ho va fer així amb aquesta novel·la?

Com vostè i el públic poden comprovar, el llibre ja és al carrer. ■



La piratería audiovisual le cuesta al fútbol en España más de 500 millones anuales

La web Rojadirecta debe cesar de forma inmediata por orden judicial la emisión de partidos de Liga

Juan Pedro Fernández MADRID.

Duro golpe al fútbol gratuito por internet en España. Una parte de los cimientos de las emisiones deportivas sin coste se tambalea. La web *Rojadirecta*, donde millones de espectadores enlazan con la mayoría de las retransmisiones deportivas existentes, deberá cesar de manera inmediata sus emisiones de partidos de Liga por orden del Juzgado Mercantil número 11 de Madrid. Estas medidas cautelares han sido tomadas a petición de GolTV -sociedad del grupo Mediapro encargada de la gestión del canal de fútbol de pago Gol T- y Mediapro. No obstante, podrán interponer un recurso de apelación en el plazo de 20 días.

En caso de que los responsables de la web no cesaran sus emisiones, el juez ordena a los prestadores de la señal que "suspendan la transmisión, el alojamiento de datos, el acceso a redes de telecomunicaciones o cualquier otro servicio equivalente", según el auto del juez. Esto conlleva la prohibición a estos operadores de la difusión de esta web. Una nueva guerra se prevé entre ambos bandos.

Estas medidas se enmarcan dentro del proceso judicial contra www.rojadirecta.com -u otros como www.rojadirecta.me o con denominación similar que redireccionan a ésta- y su administrador y socio único de la sociedad mercantil, Igor Seoane, al cual se le achaca la realización de actos de competencia desleal e infringir derechos de propiedad intelectual de ambos operadores televisivos.

La Liga de Fútbol Profesional (LFP) ha emitido un comunicado donde recoge que Mediapro, Gol T y LaLiga valoran "muy positivamente esta decisión, puesto que se trata de un precedente y un primer paso muy valioso en la lucha contra la piratería y las emisiones ilegales de contenidos protegidos". Asimismo, recuerda que el 88 por ciento de los contenidos consumidos a través de internet en 2014 fueron ilegales, con unas pérdidas para el sector de 1.700 millones de euros, según datos del Observatorio de la Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales. De este montante, el mundo del fútbol se ve afectado en más de 500 millones de euros anuales. Este importe está calculado en base al número de hogares que piratean estos contenidos y al valor de las suscripciones de fútbol.

Rojadirecta presentará batalla, como ya ha hecho otras veces en casos similares. Por lo pronto, la web



El Juzgado Mercantil número 11 de Madrid ha ordenado cerrar la web 'Rojadirecta', que ofrece retransmisiones deportivas de forma gratuita. REUTERS

sigue su funcionamiento habitual. Su astucia a la hora de evadir este tipo de medidas cautelares es fundamental para evitar el cierre. En algunos casos han optado por cambiar el dominio de la página, medida que les permitió continuar con su actividad. Otra de las iniciativas a tener en cuenta es el cambio de

dominio a un servidor ubicado en otro país. Habrá que ver la nueva estrategia a seguir, que puede crear un nuevo precedente a la hora de enfrentarse a la justicia española.

El juez aprecia indicios de participación directa en la actividad que se desarrolla a través de la página de Igor Seoane, titular de la marca

Rojadirecta. Poco se conoce de él, salvo que es gallego y que flirtea con el anonimato hasta el punto de convertirse en leyenda urbana. Su página web ronda los dos millones y medio de usuarios únicos, quienes acceden a ella para ver partidos de fútbol gratis a través de distintos enlaces. En diversos medios de comunicación se le atribuye una frase: "Yo soy como Google".

Seoane, ¿Robin Hood virtual?

Unos le conocen como el *Robin Hood* de Internet, mientras que otros le tildan de lucrarse a través de la piratería. Todo empezó en 2005 cuando constituyó la sociedad Puerto 80, compañía propietaria de la web *Rojadirecta*, en la localidad coruñesa de Perillo. Lo que empezó como un pequeño sitio web de foros y enlaces que apuntan a enlaces de video por *streaming* sin alojar contenido, fue creciendo hasta convertirse en un gigante audiovisual. En la red social Facebook tiene más de 1.160.000 fans, mientras que en Twitter aglutina a más de 26.000 seguidores.

Las últimas medidas cautelares dictadas por el juez son una más de las demandas que ha tenido que afrontar en los últimos años. En España, fue denunciado en 2007 por Audiovisual Sport, aunque el caso fue archivado e incluso en 2010 fue

desestimado, recordando el juez que el enlace a retransmisiones deportivas no se considera delito en nuestro país. Otra batalla ganada para Seoane y su equipo.

Fue sonado también su caso contra la justicia estadounidense en 2011. Finalmente, desistieron en su *lucha* contra *Rojadirecta* alrededor de un año y medio después desde que bloquearan los dominios *.org* y *.com* de su sitio web. En aquella ocasión alegaron que violaba las leyes que prohíben la distribución de materiales con derechos de propiedad intelectual.

Seoane, refugiado en abogados y expertos internacionales en estas lides, ganó aquella batalla. Ahora se enfrenta a la justicia española y no se han notado síntomas de nerviosismo, pese a las críticas feroces recibidas por miembros de la Liga de Fútbol Profesional, cuyo presidente Javier Tebas está decidido a acabar con la web. ¿Será definitiva esta roja directa o será anulada tras el recurso? O como dice el refrán: ¿Otras vendrán que buena me harán? Las cartas están encima de la mesa.

Para leer más
www.eleconomista.es/kiosco/

elite sport

La publicidad, principal fuente de financiación de las webs piratas

Según los datos que recoge el Observatorio de la Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales, elaborado por la consultora GfK, la principal fuente de ingresos de las webs ilegales es la publicidad, la cual está presente en la mayoría de los portales de internet que ofrece contenido pirata (71,4 por ciento). En cuanto al contenido de esa publicidad, la principal actividad es la referida a juego *online* o webs de apuestas (68,3 por ciento), seguida de páginas de contactos o citas (42,8 por ciento), productos de consumo (34,9 por ciento) y de contenidos para adultos (33,4). El informe refleja que los usuarios de estas webs han tenido que registrarse pre-

viamente para poder acceder al contenido ilegal (38,4 por ciento), pero sólo un 5 por ciento reconoce haber pagado alguna vez por descargarlo, siendo la tarjeta de crédito la principal forma de pago (56,3 por ciento). En concreto, el pasado año la industria del fútbol en nuestro país generó unos ingresos por valor de 954 millones de euros y valoró en 227 millones de euros el lucro cesante -es decir, las ganancias que han dejado de percibir por este tipo de actividad ilegal-, por lo que sus ingresos totales pudieron haber alcanzado los 1.181 millones. En 2014, hubo un total de 139 millones de accesos ilícitos a partidos de fútbol desde 2 millones hogares.



Sede de Telemadrid en la Ciudad de la Imagen. / SAMUEL SÁNCHEZ

Telemadrid se enfrenta a audiencias mínimas, a un centenar de demandas por el ERE de 2013 y a un cambio en la forma de elegir su ejecutiva

Pugna por la tele menos vista de España

PABLO LEÓN, Madrid

Cinco colores, rojo, azul, verde, amarillo y morado, decoran una torre en la Ciudad de la Imagen. Ese pequeño coloso, rodeado de antenas, fue un día icono de una cadena local nueva: Telemadrid, la televisión madrileña fundada el 2 de mayo de 1989. El canal llegó a contratar a más de 1.000 personas y tener una cuota de pantalla superior al 20%. En 2013, un ERE redujo de manera drástica el equipo: "De 1.170 personas que trabajábamos allí [en la tele, la radio y el ente], quedaron 309", cuenta Cristina Bermejo, periodista de 40 años. En Antena 3, por ejemplo, trabajan actualmente unas 600 personas. En marzo de este año, la emisora autonómica fue la menos vista de España, con un 3,8% de share, muy lejos de la media de la FORTA, 7,5%, que agrupa a las cadenas regionales. De acuerdo a la ley actual, tras las elecciones del pasado 24 de mayo la cadena tendría un nuevo consejo administrativo con mayoría de representantes de PSOE y Podemos (3 y 2) frente a PP y Ciudadanos (3 y 1). El PP ha perdido el control ejecutivo, pero la Comunidad, con Cristina Cifuentes, maneja los presupuestos. Además, el PP con el apoyo de Ciudadanos plantea cambiar el sistema de elección del equipo directivo de la tele para que lo nombre la Asamblea, con acuerdo de 3/5.

Readmitidos sin puesto

El parking exterior del edificio, inaugurado en 1997, está medio vacío tras los despidos de 2013. En esa fecha, Bermejo perdió su puesto. Tras pasar por los juzgados, el pasado mayo tuvo que ser readmitida —su despido fue improcedente y quedan cerca de un centenar de demandas pendientes—, "pero no me dejan acercarme. Aunque me pagan, no me han asignado un puesto". Como ella, 36 personas han sido readmitidas (28 de ellas formaban parte del comité de empresa), pero unas 25 no pisan la Ciudad de la Imagen. Llevan en esta situación más de seis meses: sin plaza, pero

cobrando entre 1.500 y 2.000 euros al mes por no hacer nada (un gasto de 50.000 euros mensuales). "No tiene ningún sentido", lamenta Bermejo. "La cadena ha cumplido las sentencias y se han reincorporado al trabajo aquellas personas cuyas funciones no han desaparecido", replican desde Telemadrid. Los trabajadores creen que no les quieren dentro y mientras tanto se externalizan programas. En 2014, la cadena gastó 33 millones de euros en programas por encargo. "Son formatos enlatados que realizan productoras amigas", denuncia un trabajador de la casa que prefiere no dar su nombre. Esos encargos representaron casi el 40% de la asignación económica que tuvo el ente en 2014, que fue de 80,3 millones de euros. Este año recibirá 68,8 millones de la Comunidad.

"Telemadrid es la primera tele pública que ha acometido con éxito un proceso de transformación", aclaran desde la cadena y añaden que es la televisión autonómica más barata de España: en 2015 prevén un coste medio por habitante de 10,58 euros; casi ocho euros menos que en 2012. El año pasado la cadena cerró con un superávit presupuestario de 7,5 millones de euros que se han destinado a financiar las indemnizaciones derivadas de la sentencia del Supremo sobre el ERE.

"Telemadrid está monopoliza-

da por programas externalizados cuyos datos de audiencia son más que cuestionables", denuncian desde UGT. Ni siquiera el afamado, y escorado hacia la derecha *Diario de la noche* de Ana Samboal, logró subir la media del aciago mes de marzo. En mayo, las elecciones del 24-M y los debates entre candidatos, incluido el enfrentamiento dialéctico entre Esperanza Aguirre y Manuela Carmena, animaron la audiencia: una media del 4,2%, un 0,4% más que en marzo. Ese mes se ingresaron 4,5 millones por publicidad. "La realidad es que la publicidad no ha dejado de disminuir por dos razones: la crisis y el descenso de la audiencia por la politización de los programas", denuncia Comisiones Obreras. Los periodistas de la tele madrileña lo llaman la redacción paralela. "Gente colocada a dedo y que manipula a diario", describe Bermejo, que además de periodista es secretaria de CC OO del sector de medios. Desde Telemadrid lo niegan.

Despolitizar la cadena

El consejo administrativo entrante quería parar los programas externos. La izquierda se comprometió a "despolitizarla y readmitir a los 861 despedidos del ERE", mientras que la presidenta, Cifuentes, planteó cerrar la tele "si las cuentas no dejan otra opción". Tras ser investida, Cifuentes ha llegado a un acuerdo con Ciudadanos para cambiar la Ley de Creación, que afecta a la elección de los consejeros de la cadena y a su director: en lugar del Consejo sería la Asamblea la que los nombraría con una mayoría cualificada de 3/5. "Esto esconde un reverso tenebroso: los consejeros tendrían que tener el visto bueno del partido en el Gobierno; las minorías podrían quedarse sin representación y no se dice qué pasaría si no hay acuerdo", opina José Ángel Jiménez, trabajador de Telemadrid y del círculo de periodismo de Podemos. Aunque Telemadrid sea una de las cadenas menos vistas de España, la pugna por su control no cesa.

Los números del ente autonómico

1.170 personas trabajaban en Telemadrid. Onda Madrid y el ente antes del ERE de 2013.

309 se libraron del despido y continúan trabajando en la Ciudad de la Imagen.

36 readmitidos. Tras varias demandas, ese fue el número de personas que regresaron a sus puestos. A una veintena de ellos, no les han asignado plaza; cobran por no ir a trabajar. La cadena ha gastado en sus sueldos en los últimos seis meses unos 300.000 euros. Aún quedan un centenar de demandas por resolver.

El 40% del presupuesto de 2014 se dedicó a programas externos. Este ejercicio, Telemadrid cuenta con 68,8 millones de la Comunidad a lo que hay que añadir los ingresos obtenidos por publicidad; entre 10 y 15 millones.

Audiencia: 3,8% Esa fue la cuota de pantalla de la tele el pasado marzo; fue la televisión pública menos vista de España.



El documental «Cuero y tinta» analiza «la peor época del periodismo deportivo», sobre todo en televisión

«Una mala influencia»

JAVIER VILLUENDAS MADRID

Crisis de credibilidad, falta de rigor, tendencia creciente al espectáculo sobre todo en televisión, con picos recurrentes y poco edificantes de violencia en algunas tertulias futbolísticas, «en la peor época del periodismo deportivo en este país». Estas y otras cosas poco bonitas se dicen o deslizan en el documental «Cuero y tinta», de José Luis Sánchez Maldonado (estrenado el pasado viernes en salas de cine), sobre la evolución de este género periodístico en España. En él se muestra un estudio de la Asociación de la Prensa de Madrid que apunta que los periodistas deportivos son los más influyentes, por encima de los dedicados a la política, economía e incluso, aunque parezca inconcebible, a la poesía lírica. ¿Hablamos, por deducción, de una mala influencia para la sociedad? «Sí», reconocen tanto el director de la cinta y Miguel Gutiérrez, acompañante en la presentación y creador de «La libreta de Van Gaal», azote de la mala praxis periodística en este campo de juego minado... pero de mina de oro.

El documental comienza con una serie de mensajes para dibujar el contexto patrio: que el espacio dedicado a la información deportiva es enorme, que «El Marca» arrasa en ventas a cualquier periódico generalista y que, en otros países, como señala el corresponsal en España de la «Gazzetta dello Sport», es inconcebible que se relegue al Barcelona a la página 20 en un diario deportivo... «Antes había periódicos deportivos, luego futbolísticos, luego del Madrid y Barcelona, luego de CR7 y Messi, y ahora hay periodistas de Mou, de Ramos, etc. Se ha perdido el interés en disimular», afirma Gutiérrez. Como cuenta Manolo Lama: «Hace 25 años era impensable decir de qué equipo eres. Ahora no pasa nada».

Siguiendo con esta tesis, el documental resalta como punto de infle-



Josep Pedrerol y Tomás Roncero, dos de los periodistas entrevistados

xión la llegada en 2008 del «Punto Pelota» del *auteur* Josep Pedrerol, un programa de debate futbolístico muy cercano en su planteamiento formal al «Sálvame» de Telecinco, de otro gran innovador en su campo llamado Jorge Javier Vázquez (El versátil Kiko Matamoros, de hecho, participó como tertuliano en un programa de fútbol). «No creo en la imparcialidad. Honestidad sí, imparcialidad no», dice Pedrerol durante el metraje.

Para Tomás Roncero, que aparece con un pin del Real Madrid, es mucho más honrada su postura de identificación clara con un equipo que la de otros, que escudándose en la neutralidad acaban engañando por su manera de enfocar de tapadillo su información. «Es una serie infame de bufones que se gritan cada vez más para llevar razón», afirma Rubén Uría. «Me entretienen, como cuando de niño al sacar buenas notas me llevaban al Circo Price con sus fieras, sus domadores, malabaristas y, sobre todo, los

payasos», dice el historiador y periodista Bernardo Salazar.

Otro de los asuntos relevantes que trata el documental es el de las promociones de los periódicos deportivos, o cómo estos pierden independencia para poder seguir vendiendo pijamas o toallas del club de turno a cambio... de que les dejen tranquilos.

Conejitos y no investigas a Rosell, se dice en un momento de la cinta. «Venderíamos menos (periódicos), pero ganaríamos más», dice Alfredo Relaño, si ningún medio realizara estas prácticas. «Es una forma de vasallaje», comenta Salazar. Sánchez Maldonado, el director de «Cuero y tinta», cree que «el periodismo independiente es cada vez más difícil». Aunque inesperadamente Uría aporta algo de luz, pero de tanta oscuridad que hay, ya que cree que se va a tener que hacer periodismo independiente casi a la fuerza, porque dentro de los medios va a estar muy difícil hacerse un hueco.

MANOLO LAMA:
«Hace 25 años era impensable decir de qué equipo eres. Ahora no pasa nada»



“El mejor periodismo se hace en soporte digital”

Pedro J. Ramírez regresa con el diario ‘El Español’ después del verano

Madrid
EFE

Cuando hace diecisiete meses se conoció la destitución de Pedro J. Ramírez como director del rotativo que había fundado hace un cuarto de siglo, nadie dudó de que volvería a la carga pilotando un nuevo medio de comunicación. Lo hace con *El Español*, un diario digital que verá la luz después del verano.

“El mejor periodismo se está haciendo cada vez más en soporte digital”, asegura el periodista en una entrevista con EFE, en la que se muestra convencido de que el interés generado en torno

No habrá
“restricciones
ni tabúes” ni
presiones

a su nuevo proyecto responde a la convicción de los ciudadanos de que, con el auge de la prensa digital en España, van a recuperarse “márgenes para la libertad de expresión y el pluralismo” que se han perdido.

El sábado se celebró la puesta de largo ante los accionistas del proyecto en la primera junta del medio, que se ha puesto en marcha a través de un proceso de financiación colectiva que logró una recaudación de 3.606.600 euros y 5.595 inversores particulares, cifras que para Ramírez demuestran que “ya es un éxito antes de nacer”.

“No digo que solo lo que nosotros vayamos a hacer vaya a ser bueno”, admite el director antes de afirmar que en *El Español* no habrá “restricciones ni tabúes” ni se aceptarán presiones de ningún poder político o económico.



FOTO: Javier Lizón (EFE) / Pedro J. Ramírez dirigirá ‘El Español’



elradar

Cóppulo vol una nova franja per dotar-la de "més identitat"

A.C.R.
BARCELONA

Tal com havia avançat l'ARA, Sílvia Cópulo va anunciar ahir, tot just començar *El suplement*, que d'aquí quinze dies, coincidint amb el final de la temporada, deixarà de presentar el magazín dels caps de setmana de Catalunya Ràdio. Ho farà quatre anys després d'haver-se posat al capdavant del programa, sent líder de la seva franja -dijous sortirà l'últim EGM de la temporada, però l'anterior onada li havia atorgat 365.000 oients els dissabtes i 264.000 els diumenges, en què empata amb el *Via lliure* de RAC1 - i amb la voluntat de continuar vinculada a l'emissora pública, però ara amb un programa entre setmana.

Durant l'anunci del seu comiat, Cópulo va agrair al president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, i al director de Catalunya Ràdio, Fèlix Riera, que haguessin confiat en la seva aposta perquè "els caps de setmana al matí" l'emissora pública pogués ser "referent informatiu". "A mi els reptes m'estimulen", va explicar la periodista, i va afegir: "Per Setmana Santa de l'any passat vaig fer saber a la cúpula d'aquesta casa que aquest repte ja estava assolit. Aquest nou *Suplement* ja era prou sòlid l'any passat".

Per això, diu, en aquell moment ja es va posar a disposició de l'emissora per "assumir una altra franja horària, de dilluns a divendres, posar-hi esforç per reinventar-la i col·laborar decididament perquè tingués més i més identitat". Segons va explicar, "les dues parts" es van "comprometre" a fer el canvi, però la direcció li va demanar que es quedés als caps de setmana "un any més". "No vaig saber ni voler dir que no. M'estimo aquesta casa", va remarcar.

Tot i assegurar que s'acomiadava de l'audiència dels dissabtes i diumenges "amb pena", Cópulo no va amagar que el pas a la graella d'entre setmana suposarà una millora a nivell personal: "Les nostres famílies ens ho agraeixen", va reconèixer, en referència a ella mateixa i a "les persones de l'equip que també han decidit canviar d'horari".



Sílvia Cópulo va anunciar ahir que deixa *El Suplement*. CATALUNYA RÀDIO

Malgrat que l'any de marge que li van demanar s'acaba d'aquí quinze dies i que la nova temporada arrencarà a principis de setembre, a hores d'ara el futur de Cópulo a l'emissora encara és incògnita: "Us anuncio que al setembre naixerà un temps nou. En quina hora? Ah... no es pot dir tot, ni tot alhora. Poso veu formal: «Estem valorant conjuntament amb la presidència d'aquesta casa i la direcció general nous projectes»", es va limitar a dir, en referència al seu futur més immediat. La periodista va citar de nou els seus oients per al 12 de juliol, l'últim dia de la temporada, per al "capítol d'agraïments", però no va aclarir si llavors ja podrà donar més detalls sobre la responsabilitat que assumirà després de l'estiu.

En canvi, el que ja està tancat és el nom del substitut de Cópulo al capdavant d'*El suplement*. Tot i que ella no hi va fer cap referència, tal com avançava ahir l'ARA, a partir del setembre el programa quedarà en mans de Ricard Ustrell, un jove valor de l'emissora -té 24 anys- que actualment és subdirector de *La tribu* i que havia format part de l'equip d'*Els optimistes* i del *Tot és molt confús*. ■

**ANUNCI**

Cóppulo deixarà 'El suplement' de Catalunya Ràdio

|| EL PERIÓDICO
BARCELONA

La periodista Sílvia Cóppulo, directora i presentadora del magazín *El suplement de Catalunya Ràdio*, va anunciar ahir en antena, a través del seu blog de l'emissora i en un article a EL PERIÓDICO, que deixarà l'espai que coordina des de fa quatre anys i que ella i el seu equip han convertit en líder dels caps de setmana.

Els últims estudis d'audiència (EGM) indiquen que el programa té 365.000 oients els dissabtes i 264.000 els diumenges, xifres que la situen per sobre de la resta dels seus competidors.

Cóppulo, que va agrair ahir el suport de tot el seu equip i dels col·laboradors de l'espai, havia comunicat els seus desitjos, fa més d'un any, a la cúpula de l'emissora: Brauli Duarte, president de la Corporació, i Fèlix Riera, director de Catalunya Ràdio.

«Estava en disposició d'assumir una altra franja horària, de dilluns a divendres, i esforçar-me a reinventar-la». La direcció li va demanar que seguís un any més, període que s'acaba aquest 12 de juliol, tancament de la temporada. D'aquí ve l'anunci del comiat.

El seu futur destí a Catalunya Ràdio es concretarà aquests dies en les converses que Cóppulo porta a terme amb la direcció. L'elecció d'algun dels projectes presentats per la periodista i el seu encaix provocarà, sens dubte, moviments d'altres professionals de l'emissora. ≡



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
27/06/15	Nace 'El Español' de Pedro J. Ramírez: crónica de su primera Junta de Accionistas / PRNoticias	46	3
27/06/15	Un león identificará a El Español, un periódico con banda sonora propia / Top Comunicación	49	2
28/06/15	Vergüenza del periodismo español / Periodistas en Español	51	2
28/06/15	CiU 'legalitza' la televisió d'El Punt-Avui a través de la llei d'Acompanyament / E-notícies	53	1
29/06/15	El Grupo Vocento trata de condicionar el nou govern valencià / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	54	2
29/06/15	Pedro J. Ramírez pronostica que el 27S "no passará res" / Economía Digital	56	1

Periodisme i Mitjans de comunicació



Nace 'El Español' de Pedro J. Ramírez: crónica de su primera Junta de Accionistas

Sábado, 27 de junio de 2015

Hoy ha nacido formalmente 'El Español'. La primera Junta General Extraordinaria de Accionistas del primer medio creado por crowdfunding (compras abiertas y posibles para todo tipo de públicos) se ha desarrollado con un auditorio repleto de ciudadanos de distintas industrias, edades e ideologías. Los asistentes mostraban su entusiasmo ante la promesa de un nuevo periodismo y las palabras de Pedro J. Ramírez. El fundador y presidente de El Español ha comenzado el acto afirmando que el medio va a batir un nuevo récord ya que nunca tantos españoles ayudaron a un español que, además, todavía no ha nacido. En prnoticias hemos estado ahí y te lo contamos. Antes de presentar el logotipo del generalista digital y al equipo detrás de éste, Pedro J. Ramírez se ha dirigido a sus 5.624 socios con frases del tipo vosotros sois la sal de la tierra y comienza con una promesa: no defraudará vuestras expectativas. Ha defendido que el periódico digital contribuirá a la regeneración democrática de España y del periodismo. Como en una arenga a lo Breaveheart ha expresado: en vuestras manos está la capacidad de moldear la sociedad. Esto no se hace cada cuatro años; también se hace con el periodismo. Pedro J. Ramírez mira hacia delante pero también hacia el pasado y recuerda la mordaza que, señala, se le había impuesto. La ha contrapuesto al actual proyecto, del cual Fernando Baeta, vicedirector de El Español ha señalado: nunca se va a echar a un director o un periodista por publicar información molesta. El fundador de El Mundo ha señalado que el nuevo medio, que saldrá en otoño, será un periódico indomable que no sucumbirá ni mediante el acoso ni el halago; por eso contribuirá al fortalecimiento de la sociedad española, ha indicado. En su intervención el artífice ha reconocido que El Español ya era viable pero quería ampliar al máximo la base social para amplificar el poder prescriptor. Pedro J. Ramírez también se ha vanagloriado de haber batido el récord de España de crowdfunding y de que las escuelas de negocio les presenten ya como caso de éxito. Ha presentado al Consejo de Administración que se encuentra detrás del periódico que ya acumula logros: cuatro periodistas, cuatro abogados y cuatro profesionales del mundo de la universidad con el fin de establecer una conjunción de conocimientos muy equilibrada y complementaria. Ha mencionado que entre estos profesionales se encuentra la primera mujer consejera delegada de un medio de comunicación, Eva Fernández, sin caer en populismos sexistas. Fernández ha recordado la caída en inversión publicitaria en papel, que ha sido del 20,7% en 2012, del 11,2% 2013 y del 2,3% 2014 (en total, desde 2007, del 67%). A continuación ha indicado que no hay visos de que eso se vaya a recuperar. También ha asegurado que su equipo, formado por 35 personas (espera crecer hasta los 86 para el lanzamiento) hará frente al que considera el mayor error de los medios: darlos gratis. A día de 7 de abril, cuando la empresa se transformaba de S.L. a S.A. el capital social alcanzado era de 17.134.900 euros. El modelo de negocio se compondrá durante el primer año de un 80% de ingresos por publicidad,

Audiencia: 98.347

Ranking: 6

VPE: 1.652

Página: 2

Tipología: online

eventos y patrocinios y un 20% de suscripciones. Se planea alcanzar el equilibrio a los cinco años incorporando eCommerce y la formación. Es el tercer año cuando verdaderamente obtendremos beneficios, ha apuntado Fernández tras un primer año de pérdidas. El Español ya ha incorporado funcionalidades innovadoras en el sector y acordes al modelo de financiación y creación, como el botón del accionista para valorar noticias, sin que esto suponga una método asambleario de hacer noticias, ha aclarado Pedro J. Ramírez en un guiño a Podemos que causó risas en el auditorio. Entre las apuestas se encuentran la suscripción Zona Ñ y el blog del inversor. El periodista ha indicado que el proceso creativo va a ser al mismo tiempo editorial y tecnológico. El logotipo: un león que ruga para dar guerra Pedro J. Ramírez ha contado que el emblema de El Español va a ser el león español, que es el más antiguo de los símbolos de los españoles. Ha explicado que desde los tiempos primitivos los leones vigilaban y protegían los restos de los muertos en los enterramientos. Este animal siempre ha ido acompañando a la historia española. Así, cuando la revolución liberal introduce el concepto de soberanía popular el león es el símbolo del pueblo y lo es en la Primera República, lo es en la Restauración y de manera muy significativa en la Segunda República. Ha concluido señalando que también es hoy uno de los símbolos de nuestra monarquía constitucional y que el león ruga cuando hay que combatir o denunciar los abusos. El logotipo incorporará próximamente además encima del cuarto superior derecho la frase Defensor Civitatis, utilizada por los emperadores romanos. En definitiva, la identidad corporativa del medio será de modernidad pero sin hacer feos injustos a la historia española, ha indicado. Durante el acto se entreveían ideologías dispares que apuntaban a la neutralidad aunque con las cosas muy claras por parte de Pedro J. Ramírez: unidad española y defensa del estado constitucional, con competencias autónomas pero con reducción drástica del solapamiento de funciones. Los protagonistas silenciosos: ¿por qué tanta gente ha invertido e este proyecto? Mucho se habla del nuevo equipo y de la nueva imagen pero, ¿quién es capaz de conocer al resto de los 5.624 socios silenciosos que han hecho esto posible? En prnoticias destacamos dos testimonios de asistentes al acto. Es la primera vez que compro acciones y si lo he hecho con 'El Español' es porque la inversión no me suponía una gran pérdida en caso de que no saliera bien y sobre todo porque creo que el cambio que todos buscamos, además de la política, realmente parte de la responsabilidad que tiene el periodismo en cuanto a la información y los filtros que envían a los ciudadanos. Busco transparencia, rigor y veracidad, sin intocables, como ha manifestado Pedro J. Ramírez en la junta general, nos dijo Verónica de Ancos, 31 años. Técnico veterinario del Ayuntamiento. de Madrid y de Pasavet Oposiciones. Me he hecho accionista porque pienso que no hay que estar cruzada de brazos y que si quieres que cambien las cosas tú también tienes que poner de tu parte; tienes que poner dinero de alguna forma. Entonces, confío en lo que puede hacer Pedro J. Ramírez y su equipo, un producto de calidad y sobre todo en defensa de la libertad de expresión y derechos de los ciudadanos. Luego también ante la posible desaparición de los medios de comunicación privados que propiciaba en ese momento Podemos lo he visto claramente. Una sociedad, un país, unos ciudadanos ,sin medios de comunicación libres es una dictadura total y absoluta del sesgo ideológico que sea. Yo estoy en contra de eso. Es la única forma de mantener las libertades del ciudadano, ha indicado Eva Frutos, 61 años. Periodista, pero ante todo, ciudadana. Seguiremos

Audiencia: 98.347

Ranking: 6

VPE: 1.652

Página: 3

Tipología: online

informando

Audiencia: 14.246

Ranking: 5

VPE: 90

Página: 1

Tipología: online

Un león identificará a El Español, un periódico con banda sonora propia

Sábado, 27 de junio de 2015

El Español ha aprovechado su Junta General Extraordinaria de Accionistas para presentar su nueva imagen corporativa, su equipo de redacción y las líneas informativas principales que seguirá el diario. **POR REDACCIÓN.** sábado 27 de junio de 2015 Entre las novedades más relevantes, cabe destacar el logo elegido, un imponente león en actitud vigilante y firme. Durante la presentación se proyectó un vídeo explicativo sobre la nueva imagen: De la misma manera que el gallo fue el símbolo de El Sol cuando lo fundó Ortega, el león será el símbolo de El Español, vigilando cada día desde su portada y rugiendo siempre que haga falta. El Español será un medio de comunicación independiente que contribuirá a la regeneración de la democracia y a la mejora de la calidad del periodismo en España. Y al servicio de estos grandes objetivos pondremos cada día lo mejor de nosotros mismos para hacerlo también rentable, ha apuntado Pedro J. Ramírez, director del periódico. En este sentido, defenderá la renovación de la democracia a través de propuestas concretas como la reforma electoral, la separación de poderes, la independencia judicial o la democratización de los partidos. Somos conscientes de que vamos a nacer en medio de una grave crisis política. Estaremos al mismo tiempo contra el inmovilismo y contra la quiebra revolucionaria, ha añadido Ramírez. Un equipo líder, al frente de El Español La Junta de Accionistas ha servido, además, para la ratificación de Pedro J. Ramírez como director de la publicación, que se ha rodeado de un equipo de profesionales con una amplia trayectoria en el mundo de los medios de comunicación. Entre ellos, Fernando Baeta, periodista con más de 30 años de experiencia, ostenta el cargo de vicedirector. Baeta ha trasladado durante la Junta, el firme compromiso del nuevo periódico para abrir todas las puertas y ventanas, y aseguró que el equipo de redacción será incómodo y molesto. Por su parte, María Ramírez y Eduardo Suárez desempeñan la función de subdirectores de este medio, que cuenta con María Peral y Ana Romero como directoras adjuntas. La vocación de El Español es convertirse en un medio informativo líder a partir de una fuerte apuesta por la tecnología y la innovación, un área que encabeza Mabel Cobos. Para reflejar este objetivo, durante la Junta participaron representantes de tres empresas que han sido protagonistas de la revolución digital y social: Facebook, Google y Twitter. Para el director, la mejor tecnología es la que sabe sacar partido de los avances de los demás actores y el mejor proyecto informativo el que es capaz de multiplicarse más a través de los buscadores y redes sociales. Alex Baranowski pondrá música al diario Asimismo, cabe destacar otro aspecto que diferenciará a El Español del resto de medios. Será el primer diario que cuente con una banda sonora propia. En concreto, la nueva cabecera se apoyará en una pieza musical elaborada por el compositor británico Alex Baranowski que variará en función de las secciones y piezas del medio. El objetivo es que la transición entre secciones se sienta como algo natural, explica Baranowski. El medio más importante de habla hispana Otra de los protagonistas de la nueva cabecera es su consejera

Audiencia: 14.246

Ranking: 5

VPE: 90

Página: 2

Tipología: online

delegada, Eva Fernández, que ha hecho hincapié en que el periódico se convertirá en el medio más importante del mundo en español. Para este cometido contarán con socios internacionales que les ayuden a expandirse. Mediante un novedoso modelo que incluirá una parte de suscripción para acceder a la información, El Español compite contra medios impresos de pago y medios digitales de acceso gratuito, entre otros. A pesar de la coyuntura, Fernández explicó que se prevé que en los próximos años un 22% de los españoles paguen por la información online, un porcentaje que actualmente se sitúa en el 8,5%. Una campaña récord de crowdfunding El 1 de enero de 2015, el perfil de El Español en Twitter anuncia la creación de este nuevo medio, superando los 45.000 seguidores en menos de 24 horas. Cinco días después, el 6 de enero, comenzó su andadura el blog de El Español. Tras estos primeros pasos, el crecimiento de El Español ha estado marcado por varios hitos, entre los que destacan, por encima del resto, el récord de recaudación a través de crowdfunding o micromecenazgo, una campaña que comenzó el 10 de enero. La cabecera consiguió más de un millón de euros en menos de tres semanas, y superó el récord mundial de crowdfunding en periodismo a los 27 días de su lanzamiento, cuando alcanzó los 1,7 millones. Al finalizar la campaña de crowdfunding, El Español había recaudado 3,6 millones gracias a la inversión de 5.624 accionistas de una veintena de países, lo que le sitúa como la empresa de medios española con mayor número de accionistas. En España, la cabecera cuenta con accionistas de las 17 comunidades autónomas y las dos ciudades autónomas. En total, Nohacefaltapapel cuenta con un capital superior a los 18 millones. Además de los 3,6 millones aportados por los accionistas a través de crowdfunding, el medio dispone de una inversión inicial de Pedro J. Ramírez de 5,6 millones. El resto de inversores institucionales han contribuido con 9 millones.

Vergüenza del periodismo español

Domingo, 28 de junio de 2015

Hay días en los que avergüenza ser periodista español por el cúmulo de informaciones que no respetan la veracidad ni se sustentan en fuentes directas, que se publican en los grandes medios de comunicación de prensa, radio y televisión. Padecemos un declive en el ejercicio profesional que en mi ámbito comenzó con los expedientes de regulación de empleo en EFE y RTVE en la época de José María Aznar, pero el caso que motiva este comentario es de actualidad, cuando se ha conocido que Alexis Tsipras ha convocado un referéndum para que el pueblo griego decida sobre el acuerdo al que puedan llegar en Bruselas entre el país heleno y sus acreedores. Resulta ahora que no era verdad que Tsipras se estuviera saltando las líneas rojas que había trazado en la campaña electoral que le llevó a la presidencia de Grecia, no es verdad que hubiéra perdido la confianza en su ministro Janis Varoufakis, no es verdad como aseguraban los medios españoles citando a ministros y al propio Mariano Rajoy, que ahora el acuerdo estaba más cerca porque los griegos habían hecho propuestas en la buena dirección que marcaba el Eurogrupo y el Fondo Monetario Internacional. Resulta que ahora el líder de Syriza dice que el pueblo debe decidir sin chantajes porque durante seis meses, el gobierno griego llevó a cabo un combate para terminar con la austeridad y para encontrar un acuerdo viable que respete la democracia, pero nos han pedido que tomemos medidas de austeridad como en los gobiernos anteriores () las propuestas de los acreedores agudizan las desigualdades sociales, desregulan el mercado laboral, recortan las pensiones, suben el IVA de los productos alimentarios y tienen como objetivo humillar a todo un pueblo. Sonrojante para editorialistas, presentadores estrella de programas informativos, corresponsales en Bruselas y grandes capitales de la economía europea, que no han sido capaces de recurrir a una fuente directa del Gobierno de Grecia y se han limitado a ser transmisores de lo que decían personajes como De Guindos y similares. Y aunque este comentario lo ha motivado Grecia, no podemos dejar de citar el acoso a los nuevos responsables políticos de Podemos o de las coaliciones ciudadanas que han salido triunfantes de las elecciones municipales y autonómicas. Resultó sonrojante que Manuela Carmena tuviera que indicarle a la entrevistadora de la Sexta que no estaba haciendo las preguntas de forma adecuada para obtener respuestas con criterio propio, y no olvidaré la sonrisa de suficiencia de Ana Pastor cuando la nueva alcaldesa le confirmó que no descartaba destituir al concejal Guillermo Carmona, cuando cualquier periodista que se precie sabe que el titular sería descartado, porque no descartar es una obviedad. Y podríamos citar y citar más ejemplos de mal periodismo en los últimos meses vinculados a estos temas, porque los grandes medios están en manos de poderes empresariales, fondos buitres y demás entidades vinculadas a los intereses financieros, catarata informativa que se vierte de forma continua sobre una ciudadanía bastante preocupada por sus propios problemas con poco tiempo para poder discernir si lo que acaba de oír es la verdad o una afirmación interesada. ¿Te interesan nuestros contenidos? Apoya el

Periodistas en Español

<http://periodistas-es.com/verguenza-del-periodismo-espanol-55016>

Dom, 28 de jun de 2015 19:58

Audiencia: 16.760

Ranking: 5

VPE: 55

Página: 2

Tipología: online

periodismo independiente con Dropcoin

CiU 'legalitza' la televisió d'El Punt-Avui a través de la Llei d'Acompanyament

Domingo, 28 de junio de 2015

El Govern de la Generalitat va legalitzar la televisió d'El Punt-Avui a través de la Llei de Mesures Fiscals - també coneguda per Llei d'Acompanyament de Pressupostos-, segons va reconèixer el president del CAC, Roger Loppacher, en la seva darrera compareixença al Parlament. El Punt-Avui es va quedar amb les freqüències de l'antic Canal Català -propietat de l'empresari italià Nicola Pedrazzoli-, però la cessió es va considerar dubtosa des d'un punt de vista legal i va arribar al Consell de l'Audiovisual de Catalunya. La concessió obligava a emetre continguts de proximitat i a no emetre en cadena. Durant la compareixença, la diputada del PSC, Núria Parlon, va preguntar sobre l'autorització de l'arrendament de les sis llicències de Canal Català, al Punt Avui Televisió, més Barcelona, Sabadell, Lleida, Blanes, Tarragona i Vic. L'arrendament -va recordar- es va aprovar pel CAC a l'abril del 2014, amb el vot de qualitat del president, i l'acord té el vot particular dels llavors tres consellers. El tema ja va sortir en una compareixença anterior i Loppacher va reconèixer aleshores que s'havia obert un expedient per l'emissió en cadena al 100 per cent de la seva programació. Els tres consellers que van votar-hi en contra consideraven que l'emissió en cadena al 100 per cent acreditada posa de manifest el més que possible incompliment dels compromisos particulars del que fa l'obligació de metre continguts de proximitat a cadascuna de les demarcacions locals. Però l'expedient es va arxivar amb el vot de qualitat del president gràcies a un canvi introduït a la Llei audiovisual sobre la producció pròpia, segons va reconèixer Roger Loppacher. El president del CAC aleshores que en el moment en què s'havien de valorar les al·legacions presentades, es va modificar, com vostès saben perfectament, una modificació que va canviar el concepte de producció pròpia i, per tant, el concepte d'emissió en cadena i, en conseqüència, la prohibició que hi havia d'emissió en cadena, que era el motiu pel qual nosaltres havíem obert l'expedient. "En aquella situació, no es podia fer res més que arxivar l'expedient que en aquell moment s'havia iniciat, va insistir.

El Grupo Vocento tracta de condicionar el nou govern valencià

Lunes, 29 de junio de 2015

La proposta de Gràcia Jiménez com a possible consellera d'Educació del nou govern valencià ha desfermat una immediata reacció de les capçaleres propietat del Grupo Vocento, bàsicament ABC i Las Provincias, que ha intentat de condicionar el seu nomenament. La primera mesura ha estat la publicació de perfils de Jiménez que busquen el seu descrèdit, encara que sovint entrin en qualificacions que freguen la caricatura, en lloc d'una crítica raonada i raonable. Així, Las Provincias inclou Gràcia a lala més radical de l'ensenyament, sense que quedi clar que vol dir exactament l'expressió. Paral·lelament i emulant la campanya contra el regidor madrileny Guillermo Zapata- publica un perfil personal basat únicament en el seu registre a xarxes socials, comentaris de Facebook, pàgines que segueix o enllaça, cada cop acompanyat de comentaris valoratius del periodista. Alguns fregant el ridícul, com considerar la cita habitualment atribuïda a George Orwell de Periodisme és publicar allò que algú no vol que publicuis. Tota la resta són relacions públiques com un atac als mitjans de comunicació. El perfil, titulat de forma significativa, una activista del català incideix diverses vegades en què Jiménez defensa que català i valencià són el mateix, una opinió compartida amb la pràctica totalitat de la ciència filològica, la comunitat educativa i la universitat. En realitat, allò realment preocupant seria una candidata a consellera que pensés una cosa diferent, de la mateixa forma que seria inacceptable una consellera que defensés el creacionisme, però Las Provincias tracta de presentar una evidència científica com si es tractés d'una posició ideològica. En canvi, la trajectòria professional de Gràcia, que ha estat professora a tots els nivells educatius des d'infantil a adults, passant per inspecció i universitat- les seves aportacions a la renovació pedagògica o la seva capacitat de gestió semblen menys importants per ser consellera que els seus magrada de Facebook. El segon front de desgast ha estat Escola Valenciana, una de les entitats en les quals participa Jiménez. Així, altre cop Las Provincias dedica un article a explicar les subvencions que l'associació de defensa de la llengua convertida de sobte en l'entitat de Gràcia Jiménez- rep per part de la Generalitat de Catalunya. El diari, en lloc de preguntar-se perquè una de les associacions més actives, efectives i esteses en defensa del valencià una de les més importants senyes d'identitat col·lectives- no rebia cap tipus d'ajuda del seu propi govern, mostra com a prova que rebia finançament d'una altra administració. També ABC se suma a aquest filó. En un titular, Escola Valenciana és reduïda a una entitat premiada per defensar el català. Ja al text de l'article, el diari no aconsegueix recordar Escola Valenciana per res més que per ser una entitat denunciada per organitzar una jornada amb nens on van pintar-se insults sobre fotos de polítics del Partit Popular; que es nodreix de subvencions públiques de la Generalitat de Catalunya; i que ostenta el premi a la «defensa del català» del 2014. Posats a resumir l'activitat d'Escola Valenciana, el diari madrileny hauria pogut explicar als seus lectors la participació de desenes de milers de persones a les Trobades que l'entitat organitza anualment, els seus múltiples programes de promoció de la llengua o l'escola pública als que han

Audiencia: 1.676

Ranking: 4

VPE: 6

Página: 2

Tipología: blogs

arribat a participar gent tan diversa com l'exalcaldessa de Torrent i exconsellera d'educació María José Català . Una cobertura diferent segons el conseller Pocs dies abans de la proposta de Jiménez per dirigir Ensenyament, la polèmica se centrava en la persona que havia de dirigir el departament d'Economia. Las Provincias intervenia en la pugna entre Pere Mayor i Fran Ferri ambdós del Bloc- posicionant-se clarament en favor del primer. En un article de portada titulat Nervis a la patronal davant la lluita a Compromís per escollir conseller -un reportatge on es parlava en nom d'empresaris i sindicats sense oferir cap nom ni sigla, una pràctica últimament habitual es defensava que la persona idònia havia de tenir experiència, conèixer el sector i lentengui. Totes aquestes qualitats es troben en Gràcia Jiménez, però el diari no sembla que les valori en aquesta ocasió.

Pedro J. Ramírez pronostica que el 27S "no pasará res"

Lunes, 29 de junio de 2015

Pedro J. Ramírez va reunir aquest dissabte a empresaris, polítics, periodistes i desenes d'accionistes del seu nou projecte per presentar-los la seva última obra: El Español. El director del diari digital que ha creat més expectatives durant els últims mesos ha presentat a tot el seu equip fundador: des dels caps de secció, fins a la becària. Tots van aparèixer com en una keynote a l'estil Apple, tal com va apuntar en públic un dels accionistes. El Español ha volgut deixar clar des del primer dia que no serà un diari més. No té la intenció de ser-ho, sinó de fer història, tal com ha suggerit el propi Pedro J. Capital de sobres Cada integrant de l'equip va ser rebut com una estrella de cinema. Després de la presentació, una porta gegant s'obria i apareixien els periodistes saludant i llançant petons a un públic que desitjava herois periodístics. Pedro J. va presentar a 16 destacats professionals, tots coneguts, de primera línia i ben pagats. Perquè el que no falta a El Español, el cas d'èxit del crowdfunding del periodisme espanyol, són els diners. Ja compta amb un capital superior als 11 milions d'euros. Hi ha tants recursos que Pedro J., el protagonista indiscutible, va manar fer un video de sis minuts, impecable, de qualitat màxima, per explicar per què un lleó serà el símbol de El Espanyol. Gairebé tots els sistemes de Govern a Espanya han tingut al lleó com a símbol: des de les monarquies més absolutistes fins a les dues repúbliques. I Pedro J., que també vol seguir exercint com a monarca del periodisme, necessitava el seu propi felí aguerit. Però el triat s'assembla molt més al de la Metro-Goldwyn-Mayer o a l'amigable Rei León. La realitat espanyola El diari també té la seva pròpia banda sonora creada pel reconegut compositor Àlex Baranowsky. El Español tindrà una secció per a socis premium que tindran accés a llotges del Real i de l'Atlètic de Madrid, així com de l'Espanyol i oferirà xerrades i debats amb actors i cantants d'òpera i visites personalitzades a museus. Tots els detalls de les noves fonts d'ingressos van ser desvetllats en una extensa explicació en la qual l'única cosa que no va quedar clar és on s'escoltarà l'himne del diari. En la primera junta d'accionistes, el veterà periodista i exdirector d'El Mundo, va ser triat per unanimitat com a director de El Español. En l'acte va respondre a les preguntes dels socis, gairebé totes plenes d'elogis i suggeriments. El fundador del nou mitjà va prometre que farà un periodisme de lluita, que cap empresa ni cap polític serà intocable i per a això vol dependre menys de la publicitat i més del pagament dels lectors. "El 27S no pasará res. No crec que el nacionalisme sumi, però si suma, tampoc pasará res", va dir Pedro J. davant l'audiència. Va deixar clar que no estarà alineat amb cap tendència política, que no serà ni monàrquic ni republicà, però defensarà fins al final que Espanya tingui a les escoles "un sol llibre d'història" i en la Seguretat Social "una sola targeta". Ha estat en l'únic camp on Pedro J. no ha sorprès.