



06/07/2015

RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

52



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/15	«ELS GRECS NO SABEN QUÈ VOTEN DEMÀ» / La Vanguardia.cat	6	1
04/07/15	PERIODISTAS DE LLEIDA EN LAS JORNADAS D'ATIC / La Mañana	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/15	SOMRIURES I ABRAÇADES per ARTURO SAN AGUSTÍN / La Vanguardia.cat -Qui	9	1
04/07/15	EL CRONISTA DEL MÉXICO MODERNO / El Mundo	10	1
04/07/15	EL DÍA EN QUE TSIPRAS LO VIO TODO ROJO / El País	11	1
05/07/15	ASÍ ES EL DUEÑO DE ROJADIRECTA / El Mundo -Crónica	12	2
05/07/15	LA GUERRA POR LA JOYA DE LA CORONA / Abc	14	2
05/07/15	EL EJÉRCITO SECRETO DE PUTIN / Abc -XL Semanal	16	6
05/07/15	DE PERIODISTA PLURIEMPLEAT A PILAR DEL SECTOR EDITORIAL / Ara	22	1
05/07/15	CARLOS HERRERA: «ME GUSTA HABLAR CATALÁN Y SÉ CALLAR EN TODOS LOS IDIOMAS» / El Mundo -Crónica	23	2
05/07/15	LA COPE VOL CONVERTIR EN RADIOFÓRMULA / Ara	25	1
05/07/15	L'OFICI MÉS BONIC DEL MÓN / Ara -Ara diumenge	26	3
04/07/15	ÉS APPLE MUSIC MILLOR QUE SPOTIFY? / Ara	29	1
04/07/15	CÓPPULO PRESENTARÀ ENTRE SETMANA UN NOU ESPAI DE 12 A 2 DEL MIGDIA / Ara	30	1
05/07/15	AFRONTANT ELS REPTES / El Punt avui	31	1
04/07/15	SÍLVIA CÓPPULO TORNA AL DIA A DIA DE CATALUNYA RÀDIO / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	32	1
05/07/15	REPERCUSIÓN MUNDIAL DE LA ENTREVISTA A VARUFAKIS / El Mundo	33	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
05/07/15	ECUADOR. La Conferencia Episcopal llama a la calma mientras crecen las sanciones a la prensa / El Mundo	34	1
05/07/15	ADÉU per EL DEFENSOR DEL LECTOR Josep Rovirosa / La Vanguardia.cat	35	1
05/07/15	CONTRA LOS PIRATAS, ACTUACIONES RÁPIDAS Y DURAS / El Mundo	36	1
05/07/15	L'ASSASSINAT DE PERIODISTES A MÈXIC NO S'ATURA: TRES EN UNA SETMANA / La Vanguardia.cat	37	1
04/07/15	PERE ESCOBAR DEIXARÀ DE PRESENTAR 'EL CLUB DE LA MITJANIT' / Ara	38	1
04/07/15	TELETAXI TV PERD EL SEU CANAL DE TELEVISIÓ A SABADELL / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	39	1
04/07/15	ASESINADOS OTROS DOS PERIODISTAS EN MÉXICO / El País	40	1
05/07/15	INTIMIDACIÓN INJUSTIFICABLE / El País	41	1
05/07/15	INTERNET JA ÉS LA PRIMERA OPCIÓ DELS JOVES BRITÀNICS A L'HORA DE MIRAR LA TELEVISIÓ / Ara	42	1
05/07/15	UN ANUNCI TELEVISIU D'UNA MARCA DE ROBA AJUDA LES LESBIANES A SORTIR DE L'ARMARI / El Punt avui	43	1
06/07/15	'MASS MEDIA' AL ASALTO DE 'STARTUPS' / El Economista -Cataluña	44	2
06/07/15	Entrega de los premios Tiflos de Periodismo ONCE / Abc	46	1
06/07/15	LASEXTA: LA TERCERA CADENA PRIVADA MÁS VISTA DE ESPAÑA / La Razón	47	1
06/07/15	IMATGES AMB RADIACIÓ ÍGOR KOSTIN (1936-2015) UN DELS PRIMERS FOTÒGRAFS QUE VA ARRIBAR A TXERNÒBIL DESPRÉS DE LA CATÀSTROFE NUCLEAR / La Vanguardia.cat	48	1
06/07/15	LOS DIRCOM ESPAÑOLES: PERIODISTAS DE 34 AÑOS Y 50.000 EUROS ANUALES / El Economista el Superlunes	49	1
06/07/15	RTVE RECIBIRÁ 50 MILLONES EXTRA DE SUBVENCIÓN / El País	50	1
06/07/15	ENTRE EL MIEDO Y LA AUDACIA, POR JOSÉ MANUEL GÓMEZ BRAVO / El País	51	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





El futur de l'eurozona

PIERGIORGIO M. SANDRI
Barcelona

És una cara coneguda del periodisme grec. Nick Malkutzis col·labora en diversos mitjans internacionals i és director adjunt de l'edició anglesa del diari *Kathimerini*. Ahir va ser a Barcelona convidat per l'APEC i el Col·legi de Periodistes per recollir el premi Ernest Udina a la Trajectòria Europeista del 2015.

Què voten exactament els grecs demà?

Un dels problemes és que cadascun té una interpretació diferent de què es votarà. Aquest és el punt conflictiu del referèndum, més que la idea de convocar-lo. Tal com s'ha plantejat, hi ha grecs que pensen que voten per quedar-se en l'euro, d'altres que creuen que s'està decidint si acceptar les condicions imposades pels creditors i d'altres que ho interpreten com un vot per donar a Tsipras un nou mandat per negociar. Hi ha confusió. Quan el referèndum hauria de ser el procés electoral més senzill: una pregunta, sí o no.

Si guanya el no, encara hi pot haver acord?

Tsipras creu que el no li dona legitimitat per buscar un acord. Els creditors, en canvi, opinen que en aquest cas la història s'ha acabat. Però, si després d'un referèndum en un país de la UE tenim un govern que s'asseu a la taula per negociar i a l'altra banda no hi ha ningú, es perjudicaria la imatge de l'Eurozona. Seria un senyal molt negatiu des d'un punt de vista democràtic. El veritable problema és que no hi ha temps. Perquè els terminis són molt ajustats. Només

“Els grecs no saben què voten demà”

Nick Malkutzis, director adjunt del diari grec *Kathimerini*



JORDI PLAY

Nick Malkutzis ahir a Barcelona

hi ha tres o quatre dies per negociar, no tres o quatre setmanes.

L'FMI reconeix ara que el deute grec no es pot pagar. És el que deia Syriza. Per què es van trencar les negociacions?

Ningú no pot negar avui dia que cal reestructurar el deute grec. La veritat és que les parts van estar molt

a prop d'aconseguir un acord. El Govern d'Atenes en la seva última proposta acceptava un augment dels impostos, però pensava que se li reconeixeria una certa flexibilitat. Però els van tornar el paper ple de guixades en vermell. I això, encara que sigui simbòlic, va fer molt mal. També hi havia un problema

pràctic: Tsipras sabia que hauria estat un acord que el Parlament grec, on Syriza té majoria, no hauria votat mat.

El ministre Varufakis encara té el poder que tenia?

És un parlador molt persuasiu. La seva interpretació de la crisi es va considerar correcta, i els seus comentaris, intel·ligents. Però les seves intervencions estaven allunyades de la realitat política. Crec que no va ser una elecció gaire sàvia donar-li aquest càrrec. Progressivament ha quedat cada vegada més clar que no hi encaixa. Ara Varufakis entra en les discussions tècniques, però no en les polítiques. Crec que tant ell com el Govern s'han adonat de tot això massa tard.

Quan obriran els bancs?

És el que la gent es pregunta ara. Crec que els bancs tenen molta poca liquiditat. És possible que dilluns les entitats no estiguin en condicions de pagar els 50-60 euros que es poden retirar en aquests moments. Només podran obrir si el BCE els facilita liquiditat. O si el Govern imprimeix la seva pròpia moneda.

Als grecs no els espanta tornar a la dracma?

Hi ha molta divisió. Hi ha els que diuen que no hi tenen res a perdre. I d'altres, els que voten que sí, que tenen por de perdre-ho tot. A curt termini el procés de transició d'una divisa a l'altra requereix organització, planificació i coordinació administrativa, i lamentablement ara no és el cas de Grècia. A llarg termini, la devaluació de la dracma incrementaria la competitivitat de l'economia. El país seria barat i podria exportar més. Però Grècia és un país que exporta molt poc. I el turisme, el seu gran actiu, no té gaire més recorregut del que té ara. O sigui que...

És veritat que a Grècia ningú no paga impostos?

L'Estat té capacitat impositiva. N'hi dono un exemple. El 2011 es va introduir un impost vinculat al consum elèctric. És un tribut molt

ABANDONAMENT DE L'EURO

“La dracma no té sentit: Grècia amb prou feines exporta i el turisme ha tocat sostre”

car i impopular. L'any passat el Govern va preveure captar 2.600 milions d'euros. Al final en va recaptar més! L'evasió està en l'IVA, l'absència de rebuts, els rics que amaguen els diners en paradisos fiscals. Però això no se soluciona d'un dia per l'altre. Calen recursos humans i equips. En una paraula, diners. Que és el que falta al país en aquests moments. ●

LLEGIU-NE LA VERSIÓ INTEGRAL AL WEB DE LA VANGUARDIA <http://goo.gl/eZg9WI>



Periodistas de Lleida en las jornadas d'ATIC

El presidente del Col·legi de Periodistes de Catalunya en Lleida, Rafa Gimena, asistió a unas jornadas sobre formación y trabajo en comunicación organizadas por la Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC) en Navarra. Las jornadas analizaron los cambios y necesidades del sector para acomodar las titulaciones con la realidad laboral. /FOTO: C.P.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





cròniques a peu de carrer

ARTURO SAN AGUSTÍN



La nova directora de Comunicació de l'Ajuntament de Barcelona en una foto del seu blog

Somriures i abraçades

Per què somriu sempre el primer tinent d'alcalde de l'Ajuntament de Barcelona, Gerardo Pisarello? Potser perquè és simpàtic. O tímid. O potser perquè tem el pitjor, que és una actitud molt argentina i que no s'ha de confondre amb la intuïció ni amb el fatalisme. Perquè no crec que es rigui dels ciutadans barcelonins. També Isabel Pantoja somreia sempre quan anava de nòvia amb aquell Julián Muñoz del bigoti, els diners de Marbella i la romeria del Rocío. "Dents, dents". Això li deia l'artista al del bigoti. "Dents, dents. És el que més els fot". Es referia als fotògrafs, als que portaven les càmeres de televisió i, per descomptat, als lectors i espectadors. Contra l'enveja, que no és només un mal espanyol, la vídua del torero aconsellava mostrar les dents. Una cosa que exigeix una certa professionalitat perquè alguns somriures forçats poden semblar ganyotes sinistres.

Es veu, això diuen, que s'ha de donar cent dies de gràcia o confiança al nou polític o al que accedeix a un nou càrrec. Però com que aquests polítics nous que sens dubte ens mereixem fan un despietat abús de les noves tecnologies, perquè jo em nego a anomenar-les "xarxes socials", crec que dues setmanes són suficients per intuir el que podem esperar, per exemple, de l'alcaldeessa Ada Colau, si l'oposició no hi posa remei. Assumir la responsabilitat és molt més difícil que somriure. Així sembla entendre-ho la nova alcaldessa, que somriu fins i tot més que el seu primer tinent d'alcalde. El que vull dir és que la nova alcaldessa està entossudada a voler continuar sent, de vegades, només Ada Colau. Una cosa im-

possible malgrat que ho intenti parlant de la seva feina a través del seu blog personal. I no creguin que m'he tornat patriota o assenyat, en absolut. No confonc ni tampoc faig veure que confonc la pizza amb la ideologia, per descomptat d'esqueres, que és a què amb més èxit s'ha dedicat cert periodista, que va presumint de ser assessor d'Ada Colau.

El que passa és que res no em torça més l'entrepà, que de vegades esmorzo a Farga, que el sarcasme d'alguns burgesos, bastants, que diuen celebrar les noves maneres d'Ada Colau i d'alguns dels seus apòstols, menjadors o no de pizzes. "N'aprendran. Aquestes coses: el bon gust, la discreció, s'apre-

O sigui, que res no satisfà més certs burgesos que els costums polítics de sempre i escenes o instantànies com les viscudes a l'ascensor de l'Ajuntament de Barcelona, puntualment distribuïdes pels seus protagonistes; instantànies en què apareixien somrients i atrapats Pablo Iglesias, Ada Colau i Gerardo Pisarello. O aquestes altres, ressuscitades, en què la presumpta nova directora de comunicació de l'Ajuntament de Barcelona, Àgueda Bañón, apareix en un carrer amb els pantalons abaixats i presumint de braga aguerrida. O pixant o fingint que pixa, sempre al mig del carrer. Mentre escric aquesta crònica encara no s'ha oficialitzat el nomenament de Bañón. Podria tractar-se, doncs, només d'un estratagema maqui-

nat pel sempre somrient Pisarello per desacreditar els periodistes.

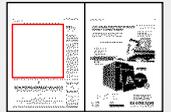
A la recent campanya municipal vaig llegir que Xavier Trias havia dit que, quan era nen, volia ser el Capitán Trueno. I em vaig empenyar. Em vaig empenyar perquè el Capitán Trueno és nostre, del barri, i no de la burgesia. Trias, que mai no em va retirar la salutació malgrat que sempre el definia com "l'alcalde que no tenim", podia haver dit que de gran volia ser, per exemple, missioner, com aquell belga, Jozef de Vanter, que va anar a Molokai a cuidar leprosos, però no el Capitán Trueno. Mentre llegia aquella parida electoral vaig tenir molt clar que feia anys que s'estava facilitant el desembarcament a l'Ajuntament de Barcelona a gent que confon el gest amb la substància i la transgressió, això tan difícil, amb fer el ridícul. El veritable barri gairebé mai no fa el ridícul. I no sempre somriu.

Àgueda bañón

El nomenament de la nova directora de Comunicació pot ser un estratagema per desacreditar els periodistes

nen. Amb els anys, esclar. I el que més m'agrada és que sempre somriuen i s'abracen. Com quan tu i jo teníem 20 anys". Això em deia, fa uns dies, somrient com Gerardo Pisarello, certa burgesa anorèctica a qui vaig conèixer quan tots dos anàvem per la geografia publicitària. "I, escolta, aquesta noia, l'Ada Colau, té un cutis magnífic".

Les millors bruixes dolentes són les burgeses. I els millors dropos, ja definitivament arruïnats per no haver fet brot en la seva vida, són els que et diuen: "Doncs mira, a mi em sembla normal que la Colau hagi col·locat el seu marit i que el Pisarello hagi col·locat la seva dona. Això és el més normal".



JACOBO ZABLUDOVSKY

El periodista, uno de los más famosos del país azteca, fue uno de los pioneros de la televisión, medio en el que presentó informativos durante décadas y entrevistó a innumerables personalidades

El cronista del México moderno

JAVIER BRANDOLI

La noticia de la muerte de Jacobo Zabłudovsky ha conmocionado a México, donde era uno de sus héroes. No en vano, el país necesita voces que recuerden, denuncien y ordenen. Y es que ha fallecido el gran cronista del México moderno.

El hombre que narró el 19 de septiembre de 1985 el terremoto, en el que se deshacía una urbe inabarcable como la Ciudad de México, con una parsimonia que parecía que iba a ser capaz de devolver el orden a todas las cosas. Zabłudovsky la recorrió con calma, con arrojo y puso algo de luz entre tanta sombra. El preguntador que obtuvo respuestas de personajes como el Ché Guevara o Dalí y, más recientemente, de los presidentes Peña Nieto o José Mujica. Zabłudovsky, fallecido a los 87 años, se ha ido con la conciencia de saber que no se dejó nada en las manos y en la garganta.

El periodista, hijo de dos inmigrantes polacos, nació el 24 de mayo de 1928 en la capital de México. Se crió en el barrio de la Merced, se licenció en Derecho, se casó y tuvo tres hijos.

Su carrera fue un cúmulo de inventos porque cuando él comenzó a trabajar el reportismo en televisión se improvisaba e intuía. Él parece que lo hizo y lo



EL MUNDO

enseñó mejor que nadie. Comenzó en 1946 en Radio Continental y en 1950, con el inicio de la televisión en México, realizó el primer telediario profesional del país, algo que no dejó de hacer hasta el 30 de marzo del 2000-24 horas fue el noticiario con mayor audiencia en el país durante más de tres décadas, un éxito sin parangón-. Desde entonces, cuando le jubilaron de la pequeña pantalla, se hizo cargo de dos programas de radio en los que siguió haciendo lo que mejor sabía: narrar.

En todo caso, su currículo, catedrático en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Méxi-

co, es tan amplio y profundo como seis décadas de historia del país.

El periódico mexicano *Milenio* destacaba una frase del conductor Joaquín López-Dóriga, que señalaba que «Zabłudovsky llevó el periodismo a la televisión» y recordaba su maestría: «En noviembre de 1978 comencé a trabajar con él. En ese entonces no había reporteros en la televisión, los únicos que lo hacían era el canal 2 con *Excelsior* y el 4 con *Novedades*. Muere una era o varias eras. Era un maestro».

Todos los medios de comunicación mexicanos han recogido la marcha de Zabłudovsky con un profundo respeto, reconociéndole ese papel de maestro en el oficio de contar historias. En la actualidad, era columnista del periódico *El Universal*.

En *Excelsior* han destacado las mejores y memorables frases de este maestro de periodistas que desprendía, sin embargo, tanta normalidad. Sobre la profesión, dijo en alguna ocasión: «Llevar una carrera pulcra consiste en levantarse temprano todos los días, en tener disciplina y también a alguien que me apoye y me ayude, como Sarita, mi esposa». Y a los jóvenes les animaba así:

«No dejen la profesión, es la mejor del mundo, pero prepárense porque cada vez se tiene más acceso a las fuentes de la cultura y necesitamos estar a la altura de nuestro público».

Zabłudovsky publicó numerosos libros a lo largo de su trayectoria, entre los que destacan *La libertad y la responsabilidad en la radio y la televisión mexicanas* (1967) y *Los grandes del siglo XX* (1998).

Recibió dos grados de doctor *honoris causa*, por la Universidad De Bar Illan y por la Universidad Hebrea de Jerusalén, así como diversos galardones a nivel internacional entre los que destacan dos premios Ondas y un premio Ondas de Oro, de Radio Barcelona y la insignia de Comendador de la Orden de las Artes y las Letras de la República Francesa. También acumulaba premios de Estados Unidos, España y casi todos los países de América Latina.

Pero no fueron todo halagos a lo largo de su carrera. Tuvo también sus críticos, que le acusaban de que se prestó a ser la voz del poder. El grupo de rock Molotov le dedicó una famosa canción titulada *Que no te haga bobo Jacobo*. El periodista, cuando era preguntado por ello, respondía, lacónico: «Respeto enormemente la libertad de expresión».

Sobre su retirada, esa que nunca se produjo hasta que le venció la muerte, Zabłudovsky dijo: «Sancho, no te preocupes, aún hay sol en las bardas», citando un fragmento de *El Quijote* de Cervantes para asegurar que aún le quedaba tiempo y mucho por hacer en esta carrera. El cielo ha ganado un cronista.

Jacobó Zabłudovsky, periodista, nació el 24 de mayo de 1928 en México D.F., donde murió el 2 de julio de 2015.



ANÁLISIS

El día en que Tsipras lo vio todo rojo

XAVIER VIDAL-FOLCH

Pregunta del millón: ¿cuándo se arruinó el pacto? Cojan la lupa y repasen qué pasó desde el Eurogrupo de Riga —23 de abril, Sant Jordi—, cuando Alexis Tsipras debió tomar el protagonismo en vez de su denostado ministro de Hacienda, Yanis Varoufakis.

Pasó que la cadencia de papeles cruzados, propuestas, matices y acercamientos entre el Eurogrupo y Grecia fue fulgurante, (aunque algunos lo nieguen): al menos media docena de documentos lo atestiguan. Hubo verdadera negociación.

Hasta que el lunes 22 de junio, tanto la canciller Merkel como los funcionarios del Eurogrupo y la Comisión brindaron por el último papel griego (la "comprehensive proposal") como un "gran paso", una "buena base de negociación"; y los griegos batían palmas con las orejas. ¿Qué ocurrió entre ese lunes optimista y la noche del viernes 26 en que Tsipras rompió la baraja y convocó el referéndum?

Dos cosas, ambas en la noche del martes 23, verbena de San Juan. El FMI, quizá por cuenta del sector talibán del Eurogrupo, aumentó sus exigencias (fatal maniobra, aunque con coartada técnica). Y Tsipras recibió la contestación (endurecida) a su propuesta, en formato tontorrón, con abundantes y prietas líneas añadidas, mecanografiadas en rojo, qué susto.

"Tsipras tuvo la sensación de que se le dictaba, le examinaba un profe altivo, se humillaba a su gente", interpreta Nick Malkoutzis, director del *Kathimerini* en inglés —esa referencia—, premiado ayer en Barcelona por la Asociación de Periodistas Europeos de Cataluña.

Casi arroja la toalla, pero aún intentó durante dos jornadas y media revertir el revés. Aunque entonces topó ya no solo con el imprudente Jeroen Dijsselbloem (el jefe del Eurogrupo que con fruición aventó las retiradas de depósitos, para socavar a los griegos) o algún cabezón del FMI pre-keynesiano.

No solo. Topó con la amenaza de dimisión de su socio de Gobierno, el ultranacionalista derechista Panos Kamenos, ese ministro de Defensa a quien solo ilusiona su propio cargo, y que odia bajar el gasto militar.

Así que el viernes 26 le tocó pecar a Tsipras. Volvió de sopetón a Grecia para romper el tablero mediante un improvisado referéndum, inhábil para ratificar decisiones propias, sólo útil para agitarse contra las de los socios. Por un motivo partidista, ni siquiera patriótico.

Ni el Eurogrupo conspiró contra Syriza ni Tsipras buscó la ruptura, como pretenden los conspiranoicos. Nadie malgasta cinco meses en empeños tan fatuos. Lección de cara al lunes: delicadeza, empatía, pactismo. Incluso dentro de la vorágine.



SE LLAMA IGOR, ES GALLEGO, TIENE 31 AÑOS. Y ES EL ENEMIGO Nº 1 DE LAS TELEVISIONES DE PAGO. SU WEB, A TRAVÉS DE LA QUE SE PUEDEN SEGUIR GRATIS EVENTOS DEPORTIVOS DE TODO EL MUNDO, LES IMPIDE GANAR 509 MILLONES DE EUROS CADA AÑO (UN CENTENAR DE MILLONES EN IMPUESTOS). LA PÁGINA, CON DECENAS DE MILLONES DE SEGUIDORES, TIENE ORDEN JUDICIAL DE NO EMITIR MÁS LA LIGA ESPAÑOLA

ASÍ ES EL DUEÑO DE ROJADIRECTA

POR MARTÍN
MUCHA

La primera vez que fue a declarar a la Policía, Igor se presentó en comisaría, cabeza en alto. Su padre le pagó el mejor abogado que pudo. «Era curioso porque mientras los agentes le convenían amablemente de que cerrara su página web, también reconocían que veían los partidos de fútbol a través de ella», aseguran en su entorno más íntimo. «Después llegaron los representantes de las cadenas y le amenazaron. Le decían que lo iban a arruinar. Ni se inmutó. "Eso lo dirá un juez", les dijo. Y pienso que entonces tenía 22». En su familia comenzaron a temer por su futuro. Rojadirecta, la creación de Igor, comenzaba a devorar las audiencias

online. Cualquier expectativa hoy ha sido sobrepasada.

Ocho años después, miles se han organizado estas semanas para ver los partidos de la Copa América que ayer llegó a su fin. En Madrid, Barcelona, Valencia... La mayoría acudió a casas con buena conexión a internet, espectadores ante la web de Igor. No es un fenómeno aislado, pasa lo mismo con los partidos de La Liga, con la Super Bowl, con las carreras de motos... Fundada en 2005, se ha convertido en la mayor web *indexadora* de contenidos deportivos en *streaming* del planeta. Con sede fiscal en Arteixo, la misma localidad donde está Zara, es el peor azote de los canales de pago, de empresas de la talla de Gol TV, Canal+ y Mediapro. ¿Quién está detrás de esta web al que un juzgado de Madrid ha ordenado el cese de la emisión de partidos de La Liga?



DOMICILIO OFICIAL. Es un caserón de unos 1.000 m² de parcela con piscina que su madre posee en Perillo, parroquia de Oleiros, Coruña. El coche que conduce es un BMW descapotable biplaza de segunda mano. VANESSA CASTEIRO / ROLLERAGENCIA

Un gallego llamado Igor Seoane Miñán, quien se ha convertido en personaje global, con demandas en América y Europa. Hasta ahora siempre ha buscado el anonimato. Y lo ha conseguido con tino. Tanto así que ni siquiera se sabía su edad. *Crónica* lo ha investigado a fondo. Ha hablado con su familia más cercana, con sus mayores ene-

migos y, por vez primera, vamos a contar quién realmente es...

Nació el 1 de febrero de 1984. Su padre es el exitoso industrial José Antonio Seoane Ares, dueño de la fábrica de colchones Terxy, fundada justo un año antes del nacimiento de su primogénito. No es una pyme. Es una empresa de gran tamaño. El administrador de su web es el

propio Igor y la describe así: «Nuestras oficinas y almacenes centrales están en el Polígono de Bergondo, a tan sólo 13 km de A Coruña. Contamos con más de 10.000 metros cuadrados de instalaciones». Su madre, divorciada desde hace unos años de José Antonio, es Eva Miñán. Tiene un hermano, Roi, quien también es destacado informático especializado en programación.

El pequeño Igor, cuando ni siquiera era adolescente, aprendió a dominar los ordenadores. «Sabía más que sus profesores», recuerdan en su entorno. A los 10 años desarrollaba PCs para descubrir los secretos del hardware. «Eran travesuras de su hermano y él». Un proceso de aprendizaje con el que fue interiorizando su particular afecto por estos aparatos. Pronto descubriría que lo que importaba no eran las *trips*, sino la *mente* de los ordenadores. «Siempre estaba desarrollando cosas. Era brillante», dicen del chico que hoy, con sólo 31 años dirige un negocio que logra que empresas audiovisuales españolas dejen de ingresar 509 millones de euros anuales por el fútbol, según informe de La Liga. O según esos mismos cálculos, 106,68 millones de impuestos desvanecidos. «No menos de 2.500 millones desde que se fundó y 500 millones en impuestos», afirma Ignacio Arrola, responsable de marketing de Gol Televisión.

EREMITA. Fue un alumno que despertaba la curiosidad de sus profesores en el Colegio Obradoiro de Coruña, el mejor de Galicia según el *ranking* anual de EL MUNDO. En esta escuela privada es leyenda. Profesores y excompañeros saben del chico que creo la web dónde todos ven los partidos cuando no les apetece salir de casa.

«Cuando comenzaron a darle clases de informática sabía más que el profesor». El docente estaba tan sorprendido como humillado. «Le dijimos que cambiara de estrategia, que actuara de otra manera, que diera apoyo al profesor». Así hizo.

Sus padres sabían que tenían a un talento en sus manos. Pero creían que se estaba aislando. Corría el riesgo de convertirse en un eremita. Lo mandaron a estudiar a una escuela de negocios de Cataluña. «Fue allí donde creo Rojadirecta», rememora

un allegado. Forfofo como su padre del Barça, lamentaba tener que perderse los partidos de su equipo cuando no podía bajar a un local o, lo peor, cuando estaba de viaje. «No siempre le apetecía tomarse unas cañas. "Tiene que haber otra forma", pensó y decidió crear esta web». Siguió estudiando, con notas aceptables mas no sobresalientes



The screenshot shows the Rojadirecta website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Foros', 'Eventos en descarga', 'Resúmenes', 'Novatos', 'Tutoriales', 'Descargar programas', and 'Language'. Below this, a red banner features the site's logo and a search bar for events. A section titled 'Hoy en TV por Internet' lists various sports events with their start times and names. Below that is a table with columns for 'P2P', 'Nombre', 'Idioma', 'Tipo', 'Kbps', and 'Play'. The table lists several streaming options for different sports events. To the right, there are sections for 'Últimos partidos en descarga' and 'Últimos videoresúmenes / goles'. At the bottom right, there's a Facebook 'Like Page' button with '1.1m likes'.

P2P	Nombre	Idioma	Tipo	Kbps	Play
NO	EmiteSPORTS 2	es	Web (flash)	300 (estable)	Ver
NO	mdstrm	es	Smartphone / tablet	500 (estable)	Ver
NO	Capo Deportes	es	Smartphone / tablet	400 (estable)	Ver
NO	Capo Deportes	es	Web (flash)	400 (estable)	Ver
NO	Bew TV	en	P2pcast	2700	Ver
NO	Rivo Sport 1	es	Vaughnlive	2600	Ver
P2P	ArenaVision 1	es	Acestream (web)	2350	Ver
P2P	ArenaVision 7	es	Sopcast (web)	2350	Ver
P2P	155551	es	SopCast	2000	Ver

UNA DÉCADA. Esta página web nacida en 2005 se ha convertido en la mayor web indexadora de contenidos deportivos en streaming del mundo. La acusan de piratería en Europa y América.

tes. A la vez iba consolidando su creación. «Estudió en Finlandia e Irlanda. Se hizo poliglota. Habla inglés perfectamente, gallego, portugués y se defiende en italiano y en francés». En casa querían que volviera para dirigir el negocio familiar. Para 2008, tres años después de la creación de Rojadirecta, el entonces vicepresidente de la Xunta de Galicia inauguraba la novísima fábrica de su padre en Bergondo. José Luis, un empresario tradicional, quien le pedía una y otra vez que le ayudara a tomar las riendas de un negocio que también es de Igor. En la distribución patrimonial posee, como su hermano y su progenitor, el 33% de las acciones de Terxy. Su máximo acercamiento es el control de todas las webs, blogs y redes sociales del grupo. Las dirige a distancia.

El mismo año que creó Rojadirecta, 2005, había comenzado su batalla con otro gigante. Como bien recuerda la Asociación para el Desarrollo de la Propiedad Intelectual: «Seoane ya ganó en los tribunales a Google cuando la compañía lo demandó para recuperar el dominio gogle.es (con una sola "o"...). Después de cuatro años de pleito, en 2010, Google perdió y no pudo recuperar ese dominio ni otros como google.es o googil.es, también registrados por Seoane. Además de otros como gmai.es o gmal.es, que aprovechan en todos los casos los errores de teclado del

usuario para lograr visitas y posicionamiento, lo que bien gestionado proporciona otros beneficios».

ACUSADO. Lo intentaron parar, de nuevo, en 2007. Audiovisual Sport, una sociedad del grupo Prisa, se querreló contra Igor por «delito contra la propiedad intelectual». Un directivo de entonces comenta su encuentro con Igor: «Nos sorprendió su aplomo. Era muy joven, muy pijo también y estaba seguro de lo que decía... Era su padre quien quería negociar y calmarlo todo ya que, si mi memoria no falla, quería enviármelo a EEUU». El juicio se celebró en Galicia. «Pero no crean que llegó desvalido. Nos sorprendió porque se presentó con abogados de nivel, especializados en propiedad intelectual, venidos de Barcelona». Después de la larga sesión, abogados y directivos de Audiovisual Sport se fueron a la mejor marisquería de Coruña. Desde la ventana vieron sorprendidos como «su padre aparcaba un BMW serie 7, entonces un bicho de 15 millones de pesetas, en la puerta y comieron a escasos metros». Fue un rotundo fracaso para Prisa, que se rindió.

«Planteamos mal todo. Fuimos por una vía incorrecta, la penal y no la civil». En plena guerra de medios por el control de los derechos del fútbol, con riesgo de quiebra, dejaron crecer a Rojadirecta que, por entonces, no era rival. Hoy, según GFK, la quinta compañía de inves-

tigación de mercados más grande, en un estudio preparado para analizar las consecuencias en España de la piratería en el fútbol, el 44,5% de los consumidores de Rojadirecta se pasarían al lado legal, a la alternativa de la televisión de pago, de no existir esta web. ComScore la coloca como en el Top-5 de las web de deportes más vistas del país, por encima de la propia Liga.

Los mitos alrededor de Igor comenzaron a crecer. En los foros de internet se hizo popular por su extremo anonimato. Se comenzó a difundir el rumor de que vivía en Miami a todo lujo. Otros lo han situado en la Costa Oeste norteamericana, a los mandos de un Ferrari. En realidad, el coche que conduce es un BMW deportivo descajotable biplaza. «De segunda mano, que apenas saca. Es muy reservado y apenas gasta. Todo lo dedica a su negocio... Y nunca ha vivido en EEUU», dicen los suyos.

Si hubiera realmente residido en tierra de Obama hubiera pasado un gran susto el día de su cumpleaños número 27. El departamento de Justicia Norteamericano cerró Rojadirecta.org por «reproducir o distribuir material con copyright sin

autorización». Cabe señalar que entonces estaba entre los 100 más vistos del mundo del dominio .org. «Este dominio ha sido embargado», avisaban las autoridades estadounidenses cuando se intentaba acceder. «Esa noche estaba trabajando a las 4.00 horas de la madrugada y me di cuenta del bloqueo porque recibí un correo», declaró Igor a EL MUNDO. Contraatacó. Se defendió apelando a su victoria ante la justicia española. Su experiencia previa ante Google le sirvió.

En agosto de 2012 venció. «Además de conseguir que se nos devuelvan los dominios... Personalmente había algo que sabía que ganaba 100% seguro: el aprendizaje que he podido adquirir de trabajar en este asunto con algunos de los mejores abogados de Silicon Valley y de las largas, difíciles e infructíferas negociaciones con el Gobierno».

Su domicilio oficial es el caserón de unos 1.000 metros cuadrados de parcela, con piscina, que su madre tiene en el pueblo con más ricos de España: Oleiros (A Coruña). Se estima que su web gana no menos de 3.000 euros día. La valoración de la página oscila entre los 15 millones de

euros y los 100 millones. Cada año, en todo el mundo, más de 100 millones de personas acuden a su página para ver retransmisiones deportivas... Crónica contactó con Igor y aunque pensó en responder, desistió porque supo que habían hablado con su entorno más cercano antes. «He preparado las respuestas a todas las preguntas que me enviaste, pues algunas daban margen a responder cosas interesantes... [Pero] no es conveniente participar en un artículo sobre mí en el que un familiar habla sobre mí», se excusó cordialmente.

Jaume Roures, fundador de Mediapro y uno de los amos de los medios en España, se ha atrevido a hablar con este suplemento de este caso: «Rojadirecta ha estado empobreciendo intelectualmente a este país al mismo tiempo que engordaba su cuenta corriente, como lo hacen todos los que contribuyen o consumen contenidos piratas. Un país como España no se lo puede permitir. Y luchar contra esta lacra social debería ser una prioridad para todos. Páginas como ésta se presentan casi como un servicio público cuando en realidad son un negocio que enriquece a unos pocos y nos empobrece a todos...».

Igor ha dicho que apelará al cierre ordenado por la Justicia... en su ley, sigue adelante. Aunque resulta paradójico es que en la casa paterna se vean canales de fútbol de pago. @MartInMucha

“HA ESTADO EMPOBRECENDO INTELLECTUALMENTE A ESTE PAÍS”, DICE ROURES... “ENGORDANDO SU CUENTA”



Derechos televisivos del fútbol

La guerra por la joya de la corona

► Con la ausencia, por ahora, de grandes fichajes, este es el culebrón del verano: quién se hace con el pastel televisivo de la mejor Liga del mundo

MIGUEL ÁNGEL BARROSO
MADRID

Si el fútbol conserva un poso del romanticismo que animó a los pioneros se debe, casi exclusivamente, al público que ha convertido a este deporte en la cosa más importante de las menos importantes. Aunque la caldera de emociones también cede ante el peso del dinero. Para los dirigentes que mueven este gigantesco negocio, el principal «target» no es el aficionado que va a los estadios –sin duda el menos cuidado por culpa del precio de las entradas y los horarios de locos–, sino el que pasa por taquilla para consumir el producto por televisión. Este succulento pastel ha sido objeto de deseo en los últi-

mos años por parte de operadores, gestores y clubes, que vinculan su crecimiento (a veces su supervivencia) al caladero televisivo. La competencia por hacerse con los derechos provocó la llamada «guerra del fútbol», un conflicto cuajado de batallas judiciales, con episodios especialmente tensos como los protagonizados en 2007 entre Prisa TV (antes llamada Sogecable) y Mediapro.

Cuesta imaginar que en 1902, cuando nació el Real Madrid, el fútbol fuese una distracción minoritaria, con pasajes gratis y válidos para seis personas (tres años después los socios del club blanco pagaban dos pesetas y cincuenta céntimos por el abono mensual). En este mundo globalizado, la pelea por hacerse con la clientela planetaria a través de una pantalla de televisión (o

de ordenador, tableta o móvil) no es asunto baladí. Los espectadores de campo son ya meros figurantes.

Con la reciente aprobación del Real Decreto 5/2015 el Gobierno quiso poner fin a la contienda. Esta normativa regula la venta centralizada de los derechos televisivos, estableciendo un sistema de comercialización conjunta para acabar con el lío de los últimos años y las desigualdades económicas entre los clubes. Sin embargo, la explotación de los derechos internacionales de la Liga para las próximas temporadas ha abierto de nuevo la caja de los truenos, con cruce de reproches entre cuatro protagonistas: la Liga de Fútbol Profesional (LFP), Mediapro, Telefónica y el Real Madrid.

Diferentes ofertas

Según el citado decreto, ningún club profesional podrá comercializar sus derechos de explotación de contenidos audiovisuales. Para participar en una competición oficial deberá ceder esos derechos al organizador de la misma: la LFP en caso de la Liga de Primera y Segunda división y la Federación Española de Fútbol en la Copa del

Rey. Esto ocurrirá a partir de la temporada 2016-17. Para la que empieza dentro de mes y medio aún rigen los acuerdos previos, una suerte de moratoria, y ahí está el quid de la cuestión. Mediapro es propietaria de los derechos de 38 clubes (todos salvo Barcelona, Celta, Real Sociedad y España, que pertenecen a Telefónica).

El grupo de comunicación presidido por Jaime Roures cedió sus derechos a la LFP a cambio de ser agente para su comercialización a nivel internacional. Su oferta para las próxi-

El negocio es lo primero
El público asistente es ya mero figurante. El que importa es el que paga por el producto televisado

Cruce de acusaciones
El Madrid acusa a Tebas de ir de la mano de Mediapro, y la Liga dice lo mismo del club blanco y Telefónica

Los principales actores



LFP

Javier Tebas, presidente de la Liga de Fútbol Profesional, asegura

que le interesa un equilibrio entre el «fútbol presencial» y el «fútbol de abonados televisivos», aunque los esfuerzos se centran más en la segunda clientela. Una de las obsesiones de Tebas es acabar con el partido en abierto. También está empeñado en aumentar los ingresos de la Liga a través de su expansión internacional, especialmente en el mercado asiático.



Mediapro

El grupo de comunicación presidido por

Jaime Roures, un veterano en la «guerra del fútbol», ha cedido los derechos de 38 clubes a la LFP a cambio de gestionar la venta a nivel internacional de los partidos de la Liga española; es decir, serían los encargados de buscar compradores. Fuentes de la compañía señalaron a ABC que «el acuerdo ya está hecho y aprobado» a pesar de la irrupción de Telefónica con una contraoferta.





mas cinco temporadas: pagará a los clubes un mínimo garantizado de 400 millones anuales, se queda con los 50 siguientes y, a partir de ahí, se reserva un 25 por 100 de la ganancia. Telefónica, que se siente perjudicada por no haber sido llamada por la Liga para participar en un proceso en el que «no se ha abierto un concurso público», ha realizado su propia oferta: 450 millones de euros netos garantizados para los próximos tres años, superando en 50 millones la cantidad mínima de Mediapro. Además, cuenta para la próxima campaña con los derechos del Barcelona.

El pescado parece vendido

Javier Tebas, presidente de la LFP, da a entender que el pescado está vendido. «Llevamos una gestión importante de todos los países desde que se nombró como agencia de los derechos internacionales a Mediapro. Nunca vamos a vender los derechos a una mano, salvo que ocurra algo excepcional. La cuantía y la forma son insuficientes, pero hemos pedido más datos a Telefónica». Cree que la recaudación en el mercado internacional alcanzará los 600 millones de euros, y que no hay tiempo que perder. «Cuanto antes empiece la competición, será mejor para la venta». También argumenta que el inicio temprano de la Liga –el fin de semana del 15 y 16 de agosto– pretende evitar más partidos en días laborables. «Cuando

retrasas las fechas tienes que jugar entre semana y eso no gusta ni a los espectadores ni a las televisiones. El mundo audiovisual requiere un período de varios meses de los abonos y los canales de pago. Si juegas a mitad de agosto, a los abonados ya los tienes; si juegas a finales, igual no se apuntan». El calor o el hecho de que mucho público de graderío esté de vacaciones son factores que no cuentan. Nuevamente queda claro que el cliente televisivo es el que manda.

El Real Madrid no está conforme con el acuerdo y presentó una denuncia contra la LFP en la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). El club blanco acusa a Tebas de ir de la mano de Mediapro y la Liga imputa el mismo «pecado» al Real Madrid con Telefónica. La semana próxima, además, empezará la subasta de derechos nacionales, con sus complejos lotes de partidos (de Primera y Segunda), resúmenes, contenidos embargados y demás. En esta tesitura, es más que probable que todos los actores lleguen a una entente porque hay mucho en juego: cientos de millones de euros a repartir para que la máquina registradora en que se ha convertido el fútbol no se detenga.



Videoanálisis sobre la guerra por los derechos televisivos del fútbol



Un cámara de televisión antes de un partido de Liga en el Bernabéu

IGNACIO GIL



Telefónica La compañía española de

telecomunicaciones también se ha postulado para realizar la gestión de los derechos internacionales, mostrando su disgusto porque «no ha sido llamada para participar en el proceso. No se ha abierto un concurso público y, además, no todos los clubes están conformes con el acuerdo entre la Liga y Mediapro». Ha mejorado en 50 millones la cantidad mínima que ofrece su competidora.



Real Madrid

El club blanco ha denunciado a la Liga de Fútbol Profesional ante la Comisión Nacional de la Competencia por la decisión de que Mediapro actúe de agente en la venta del producto televisivo en el extranjero. De hecho, ya protestó en la última asamblea de la LFP. Desea mantener un mayor control de sus derechos audiovisuales y prefiere que sea Telefónica quien los gestione, como ya hace con el Barcelona.

Claves para entender el conflicto audiovisual

¿Cuál es el origen de la llamada guerra del fútbol?

Audiovisual Sport se funda en 1997 para administrar y explotar los derechos televisivos de la Liga y la Copa. Allí se juntan los tres grandes propietarios de los derechos del fútbol español: Prisa TV (la antigua Sogecable), Telefónica de contenidos (entonces Vía Digital) y Televisió de Catalunya (TVC). Con el tiempo, Sogecable se quedaría con el 80 por 100 de la compañía. En 2006 Mediapro se incorpora a la puja, lo que provoca la salida de TVC. Un año después, Audiovisual Sport demanda a Mediapro por incumplimiento de las normas del contrato firmado con Sogecable. Empieza un largo pulso en los tribunales que culmina en 2010, cuando un juzgado de Madrid obliga a la empresa de Jaume Roures a pagar 97 millones de euros.

¿Cómo se ha intentado pacificar el asunto?

El Real Decreto-Ley 5/2015, de 30 de abril, establece un sistema de comercialización conjunta de los derechos audiovisuales del fútbol profesional que evite guerras entre operadores y desigualdades económicas entre los clubes. Ningún equipo podrá comercializar directamente esos derechos, que deberá ceder al organizador de la competición: la LFP en caso de la Liga de Primera y Segunda división, y la Real Federación Española de Fútbol en la Copa del Rey. Se establece que el 90 por 100 de los ingresos será para los clubes de Primera y el 10 restante para los de Segunda, y se detallan los porcentajes que se asignarán a cada uno en función de su clasificación. Aunque hay cierto consenso los críticos cuestionan si una norma con rango de ley debe regular la comercialización de productos audiovisuales de empresas privadas. La Federación y el sindicato de jugadores (AFE) no ocultan su rechazo al decreto, con amago de huelga al final de la pasada temporada.

Javier Tebas



EFE

¿Por qué rebrota ahora el enfrentamiento?

La explotación de los derechos internacionales de la Liga española ha sido el detonante. Mediapro, propietaria de los derechos de 38 clubes (todos salvo Barcelona, Celta, Real Sociedad y Español, que pertenecen a Telefónica), los cedió a la LFP a cambio de ser agente en esta comercialización, pero la compañía de telecomunicaciones (con el apoyo del Real Madrid) ha realizado una contraoferta.

¿Qué ofrece cada uno de los competidores?

Mediapro garantiza 400 millones anuales a los clubes como cantidad mínima neta por la explotación de los derechos internacionales durante los próximos 5 años. La empresa ingresaría 50 millones si logra una venta de 450. Todo lo que se consiga por encima de esa cifra se repartiría así: 75 por 100 para los clubes y 25 por 100 para Mediapro. Por su parte, Telefónica ofrece 450 millones para los tres próximos años. Es decir, hay 50 millones de diferencia entre lo garantizado por una y otra compañía.

¿Qué pasará a partir de este momento?

Tebas ya ha dejado claro que confía en Mediapro para seguir gestionando este negocio y que espera una ganancia de unos 600 millones de euros anuales. La denuncia de este acuerdo por parte del Real Madrid, que prefiere que sea Telefónica quien pilote la comercialización, eleva el tono de la polémica. Sin embargo, el tiempo apremia: la subasta de los derechos nacionales tendrá lugar la semana próxima y la Liga comienza a mediados de agosto (hay que mover la «mercancía» en las plazas del extranjero). Los operadores de televisión tienen que realizar su campaña de abonados de cara al próximo curso. Así que los competidores tendrán que sentarse a negociar un «tratado» que finalmente satisfaga a todos.

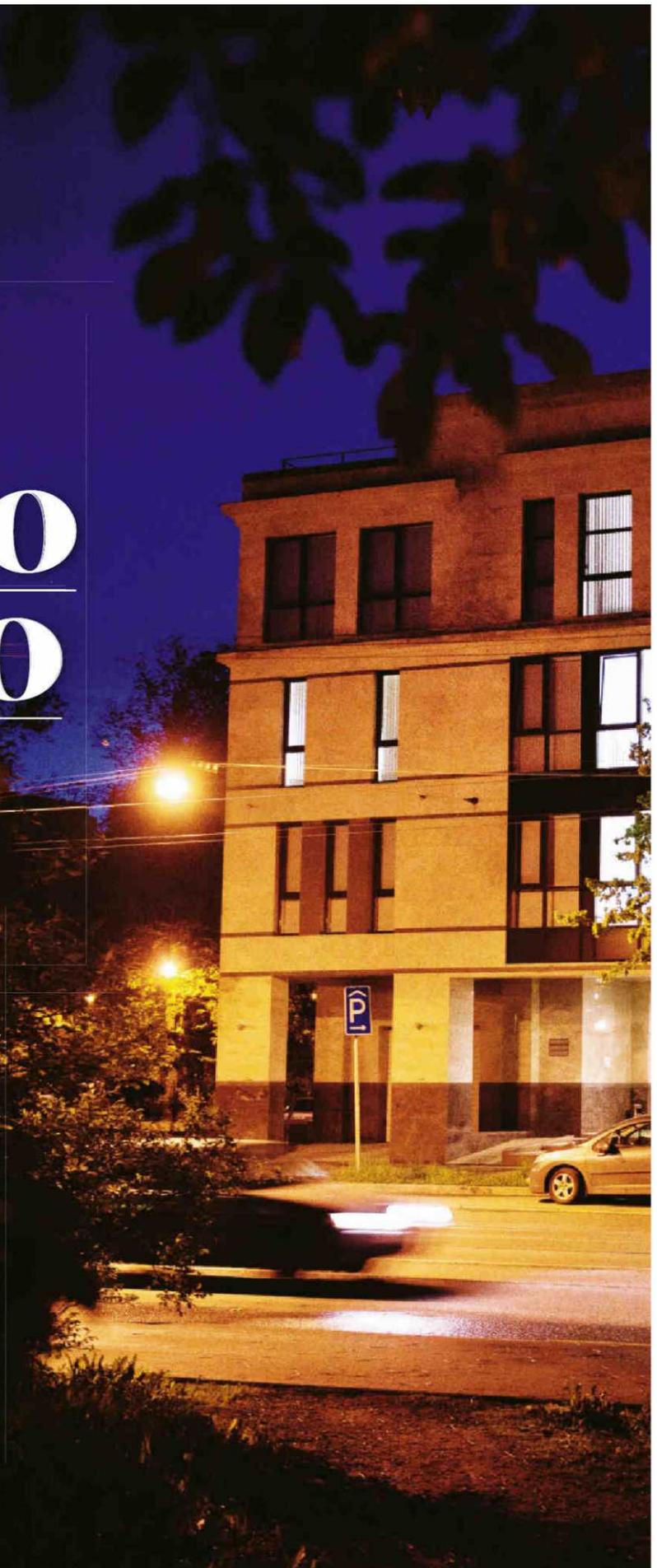


34 **MAGAZINE** En primer plano

El ejército secreto de Putin

Acuartelado en este gris edificio de oficinas en San Petersburgo, un ejército de 'trolls' –saboteadores informáticos– bien remunerados ha estado tratando de sembrar el caos en Internet. Sus ataques no conocen fronteras.

Así actúan. POR ADRIAN CHEN /
FOTOGRAFÍAS: JAMES HILL





← **LA AGENCIA**

Se llama Agencia de Investigación en Internet, y su última dirección conocida era el número 55 de la calle Savushkina, en San Petersburgo. Un periódico ruso asegura que tiene 400 empleados.



8.30

de la mañana del pasado 11 de septiembre, Duval Arthur –director de Emergencias de Luisiana, Estados Unidos– recibe la llamada alarmada de una vecina. Le acaba de llegar un inquietante mensaje de texto: "Escape de gases tóxicos hacia la 1.30 de la tarde. Manténganse a cubierto. Sigán los programas locales de noticias y consulten columbiachemical.com".



Su distrito alberga numerosas plantas químicas, y el trabajo de Arthur es el seguimiento de los accidentes. Pero Arthur no había oído que se hubiera producido una fuga tóxica. De hecho, ni siquiera había oído hablar de Columbia Chemical. Al poco rato, otros dos vecinos le comunican que han recibido un mensaje idéntico. Arthur está preocupado. En Twitter, centenares de mensajes documentan el desastre. «Enorme explosión en una fábrica química en Luisiana #ColumbianChemicals», tuitea un hombre llamado Jon Merritt. El hashtag #ColumbianChemicals está lleno de testigos oculares que describen el horror. @AnnRussela envía la foto de la planta envuelta en llamas. @Ksarah12, un vídeo con el estallido. Otros usuarios comparten un clip en el que se ve la espesa humareda negra.

Desde Luisiana a Nueva York, las cuentas en Twitter de decenas de periodistas y políticos sufren un bombardeo similar. Otro usuario sube un pantallazo de la CNN. Según un vídeo de YouTube, ISIS se ha responsabilizado del ataque. Una mujer llamada Anna McClaren (@zpokodon9) envía un tuit: «¡Decidle a @Obama que bombardee Irak!».

TODO ERA FALSO: EL PANTALLAZO, LOS VÍDEOS, LAS FOTOS... Se trató de una campaña de desinformación coordinada. Los responsables no solo trucaron pantallazos de la CNN, sino que crearon réplicas perfectas de las páginas web de distintos periódicos y canales televisivos. Incluso crearon una entrada en Wikipedia sobre el desastre.

Este montaje no fue un hecho aislado. El 13 de diciembre, en Twitter se empezó a hablar de un brote de ébola en Atlanta. El hashtag #EbolaInAtlanta fue *trending topic*. Un vídeo en YouTube mostraba a un grupo de enfermeros con trajes protectores transportando a un infectado. El mismo día en que se produjo el engaño del ébola, otro grupo de cuentas comenzaron a diseminar el rumor de que la Policía había matado a tiros a una mujer negra desarmada. Un vídeo con un policía disparando parecía confirmar el hecho.

¿Quién estaba detrás de todo esto? Un misterioso



grupo radicado en San Petersburgo se dedicaba a difundir información falsa en la Red: la Agencia de Investigación en Internet. Dicha agencia es conocida por dar empleo a centenares de rusos que cuelgan propaganda a favor del Kremlin utilizando identidades falsas con el propósito de crear la ilusión de un gigantesco ejército de partidarios del Gobierno; se los conoce como 'granja de trolls'.

LOS 'TROLLS' MONTAN VÍDEOS FALSOS, REPLICAN PÁGINAS DE PERIÓDICOS, INTOXICAN TWITTER... TODO ORQUESTADO, PERFECTO, Y EN SEGUNDOS



ESTA JOVEN TRABAJÓ COMO 'TROLL' AL SERVICIO DEL GOBIERNO DE PUTIN. SU OBJETIVO: INTOXICAR LA RED, ASEGURA

[LUDMILA SAVCHUK, 34 AÑOS]



ACABAR CON LAS PROTESTAS

El florecimiento de los trolls al servicio del Kremlin nace con las protestas contra el Gobierno de 2001, orquestadas en las redes sociales.



LA INFILTRADA

Ludmila, una conocida activista, afirma que su aspecto anónimo la ayudó a infiltrarse en la agencia. Los documentos que recopiló han sido publicados recientemente.

LA OBSESIÓN DE PUTIN

Algunos medios rusos manifiestan que la agencia está financiada por Evgeny Prigozhin, un oligarca de la restauración afín a Putin, al que llaman el Cocinero del Kremlin.

Un edificio de oficinas situado en el 55 de la calle Savushkina fue la última sede conocida de la Agencia de Investigación por Internet. Ludmila Savchuk trabajó allí dos meses y medio. Un periódico ruso estimó que la agencia contaba con 400 empleados y un presupuesto mensual de unos 20 millones de rublos (unos 400.000 dólares). Durante el tiempo que Ludmila estuvo allí, se encargaban de crear contenidos para cada una de las redes sociales: LiveJournal; VKontakte, la versión de Facebook creada en Rusia; Facebook; Twitter; Instagram; y las páginas de comentarios de los medios rusos de comunicación.

Según Ludmila, la jornada en la Agencia de Investigación por Internet empezaba siempre igual. Lo primero que hacían al llegar a sus escritorios era conectar un servidor proxy de Internet, que impedía ver sus direcciones IP desde los sitios en los que insertaban contenidos. Los jefes les entregaban un listado con los puntos de vista precisos que ese día estaban obligados a difundir. Ucrania siempre era una



LA GUERRA DE LOS 'TROLLS'

LA DESINFORMACIÓN ES UNO DE LOS FRENTE DE LA CIBERGUERRA EN LA QUE ESTÁN ENZARZADOS LOS ESTADOS UNIDOS, CHINA, RUSIA Y EL ESTADO ISLÁMICO. LOS NUEVOS SOLDADOS SON 'HACKERS' Y 'TROLLS'.



► **LOS ESTADOS UNIDOS.** La Agencia Nacional de Seguridad (NSA) dispone de unidades de élite en oficinas secretas en Fort Meade (Maryland) y otras bases. Son equipos híbridos, con personal militar y *hackers* civiles reclutados en universidades y foros. Pueden librar, con apoyo de la CIA, batallas propagandísticas en las redes sociales y, últimamente, en los videojuegos en Red, considerados viveros yihadistas.



► **CHINA.** Se llama Unidad 61398 y es una división secreta del Ejército Popular Chino formada por *hackers*. Se sospecha que ha realizado operaciones encubiertas en los Estados Unidos y otros países, infiltrándose en los sistemas informáticos de un millar de compañías armamentísticas, aeronáuticas, energéticas, navales... Así como en embajadas y ministerios. Entre sus objetivos, el Dalai Lama y los centros del exilio tibetano.



► **RUSIA.** Ha creado el mayor operativo de *trolls* de la historia. Su objetivo: acabar con la ilusión de que Internet es un espacio democrático. Putin dio su visto bueno a estas maniobras cuando declaró que la web era «un proyecto de la CIA». Según el reformista Leonid Volkov, «la intención de los *trolls* es embarrarlo todo, crear una atmósfera de odio, convertirlo en algo tan asqueroso que la gente normal no quiera ni verlo».



► **LA CIBERYIHAD** Tanto Al Qaeda como el Estado Islámico (EI) han sido pioneros en el uso de Internet y las redes sociales. Europol ha creado una brigada especial dedicada a rastrear las huellas dejadas por los yihadistas en la Red. El EI utiliza unas 50.000 cuentas fantasma en Twitter, que producen unos 100.000 tuits diarios destinados a propaganda, reclutamiento y búsqueda de esposas para los terroristas.

cuestión prioritaria; escribían comentarios que denigraban a su presidente, Petro Poroshenko, y sobre las atrocidades cometidas por el Ejército ucraniano. El año pasado, después de que el rublo se desplomara, estos *trolls* escribieron incontables comentarios optimistas sobre la recuperación económica que estaba a la vuelta de la esquina.

Ludmila compartía despacho con media docena de colegas. Ella trabajaba en un departamento de élite reservado a los 'proyectos especiales'. Mientras otros se limitaban a la producción masiva de insulsos comentarios a favor del Kremlin, en su departamento se creaban unos interesantes personajes virtuales. Ella se hacía pasar por tres de estas

creaciones, cada una de las cuales contaba con su propio blog en LiveJournal. Uno de sus áter ego era una pitonisa llamada Cantadora. El mundo de los espíritus ofrecía a Cantadora todo tipo de revelaciones: sobre amor y desamores... Y, de vez en cuando, sobre geopolítica. Cantadora predijo la gloria para Putin y la derrota para Obama y Petro Poroshenko.

.....
¿QUÉ ES UN 'TROLL'? Ludmila era un *troll*. La palabra 'troll' se hizo popular en los noventa para denunciar a las personas que sabotaban los chats con insultos o fotos repulsivas. Hoy es posible que un partidario de ISIS adopte un seudónimo para acosar a un periodista en Twitter o que un agitador ultraderechista estadounidense empañe las manifestaciones contra la brutalidad policial haciéndose pasar por un manifestante violento. Todo conflicto encuentra su reflejo en una batalla en Internet entre los *trolls* adscritos a uno u otro bando.

Según Ludmila, la agencia había industrializado el arte del *trolleo*. Los directivos estaban obsesionados con las

TODOS LOS DÍAS,
LOS JEFES DE LA AGENCIA
ENTREGABAN A LOS EMPLEADOS
UN LISTADO CON LOS TEMAS
QUE 'TRATAR', ES DECIR, QUE
INTOXICAR





estadísticas –visionados por página, número de post, el tráfico de los blogs–, mientras los jefes de equipo obligaban a los empleados a darlo todo en el trabajo, a cambio de un sistema de bonificaciones y multas. «El espíritu corporativo era muy fuerte», recuerda Ludmila. Su calendario laboral era de dos jornadas de 12 horas ininterrumpidas, seguidas por dos días libres. Durante esas dos jornadas tenía que completar una cuota de 5 post de tipo político, 10 inserciones no políticas y entre 150 y 200 comentarios en los post de otros empleados de la casa.

Los empleados tenían entre 20 y 30 años y la agencia, ante la avalancha de trabajo, estaba dispuesta a contratar casi a cualquiera. Sin importar su nivel educativo o sus opiniones políticas. El resultado: sus inserciones estaban llenas de errores gramaticales. «Eran tontos de remate», afirma Marat Burkhardt, quien trabajó durante dos meses en el departamento de foros, insertando 135 comentarios al día. «Esos tipos iban vestidos a la última, como si fueran de Nueva York. Pero eran tontos». Los directivos trataron de enmendar su ignorancia con lecciones de gramática rusa. Otros fueron obligados a asistir a clases «de politología», para que aprendieran el adecuado punto de vista ruso sobre los últimos acontecimientos. A cambio, el sueldo era muy bueno: Ludmila ganaba 41.000 rublos al mes (777 dólares), tanto como un profesor universitario.

EL COCINERO DE PUTIN: EL HOMBRE

EN LA SOMBRA. Durante el tiempo que estuvo en la agencia, Ludmila Savchuk copió decenas de documentos. También grabó un vídeo clandestino de las oficinas. En febrero pasado hizo entrega de todo este material al *Moi Raion*, un periódico local crítico e independiente. Ludmila abandonó la agencia el mismo día que el periódico publicó el reportaje. Su objetivo es que la agencia cierre sus puertas; defiende que esa guerra informativa revierte en una atmósfera cada vez más oscura en Rusia. «La paz informativa es el principio de la verdadera paz», asegura.

Algunos medios rusos han asegurado que la agencia está financiada por Evgeny Prigozhin, un oligarca de la restauración, conocido como el Chef del Kremlin en la prensa independiente por sus lucrativos contratos con el Gobierno y su estrecha relación con Putin. Después de que

una periodista de la publicación opositora *Novaya Gazeta* se infiltrara en la agencia fingiendo buscar trabajo, esta reportera descubrió que uno de los jefes de departamento era una empleada de Concord, el *holding* empresarial de Prigozhin. Las sospechas sobre Prigozhin se acentuaron cuando los correos electrónicos obtenidos por unos *hackers* dejaron claro que uno de los contables de Concord aprobaba pagos destinados a la agencia. Si todo esto resulta cierto, no sería la primera vez que Prigozhin utiliza su fortuna para costear proyectos dirigidos contra sus enemigos: según *Novaya Gazeta*, en un documental financiado por el magnate se afirmaba que los participantes en las manifestaciones contra Putin que tuvieron lugar en 2011 eran agentes pagados por los Estados Unidos. «Estamos ante un verdadero genio del mal», dice Andrei Soshnikov, el periodista de *Moi Raion* al que Ludmila filtró los documentos.

OBJETIVO: CONTROLAR LO QUE PASA

EN LA WEB. Las revelaciones sobre la agencia efectuadas por Ludmila han fascinado a los rusos. Confirman lo que sospechaban: que Internet en Rusia está plagada de *trolls*. «Este negocio de los *trolls* no hace más que crecer», afirma Platon Mamatov, quien asegura haber estado llevando su propia granja de *trolls* en los Urales entre 2008 y 2013. Durante ese periodo tuvo entre 20 y 40 empleados, por lo general estudiantes y madres jóvenes, cuya función era la de hacer favores en la Red a sus contactos del Kremlin. Mamatov manifiesta que hay incontables organismos de este tipo por todo el país, que trabajan para las autoridades gubernamentales. Dicha industria se financia mediante un laberinto de negocios-tapadera, de modo que resulta difícil estimar con exactitud cuánta gente está trabajando como *troll* en la actualidad. Mamatov dice que «son millares».

El florecimiento de los *trolls* al servicio del Kremlin tiene su origen en las protestas antigubernamentales de 2011, cuando decenas de miles de personas salieron a las calles después de que aparecieran indicios de fraude en las últimas elecciones. Las protestas fueron organizadas a través de Facebook y Twitter y encabezadas por figuras como el cruzado contra la corrupción Alexei Navalny, quien se valió de diversos blogs en LiveJournal para movilizar a los descontentos. Un año después, Vyascheslav Volodin –nueva mano derecha de Putin y arquitecto de su política interior– se fijó el objetivo de controlar Internet. Según la revista *Forbes Russia*, Volodin hizo instalar en su despacho un ordenador dotado de una aplicación llamada Prism que le permitía seguir la evolución de la opinión pública en la Red por medio de 60 millones de fuentes. El fabricante de Prism indica en su página web que el programa «monitoriza aquellas actividades en las redes sociales que originan tensiones sociales, sentimientos de protesta y extremismo». O en palabras de *Forbes*: «Prism considera que las redes sociales son un campo de batalla». ■

LAS REVELACIONES SOBRE LA AGENCIA HAN FASCINADO A LOS RUSOS. CONFIRMAN SUS SOSPECHAS: INTERNET EN RUSIA ESTÁ PLAGADO DE 'TROLLS'





Talent

t

PERFIL

De periodista pluriempleat a pilar del sector editorial

L'editor Jordi Ferré, que va fer el gran salt amb un llibre de receptes de cuina, fa 32 anys que contribueix a la normalització del català

MIG MILIÓ DE catalans van iniciar un llarg camí cap a l'exili durant la Guerra Civil, però per a **Jordi Ferré**, director general de 9 Grup Editorial, "una de les desgràcies més importants d'aquella època va ser la desaparició del mercat periodístic i literari en català". L'empresari, que lidera el segon conglomerat editorial més gran del país en llengua catalana, per darrere del Grup 62, assegura que no va ser fins a finals dels 70, amb la caiguda del franquisme, quan l'aparició de nous segells va començar a restablir una indústria "fins aleshores controlada pel règim feixista".

És en aquest context quan el directiu, nascut a Valls el 1964, va decidir fundar als 19 anys el setmanari *El Pati*. Segons diu, "volia contribuir a la normalització lingüística", un objectiu que, al seu parer, encara no s'ha assolit perquè "moltes persones nascudes a mitjans o finals dels cinquanta tenen dificultats per llegir en català". Per a ell, això és així perquè l'administració no ha creat una normativa que acosti més els ciutadans a l'edició en llengua catalana.

Durant 10 anys Ferré va estar compaginant la direcció editorial d'*El Pati* amb els estudis de periodisme i la feina de redactor a *El Periódico* i el *Diari de Tarragona*. El 1994, però, va optar per deixar-ho tot i fundar l'agència de comunicació Imatge 9. "La idea era ampliar el negoci amb butlletins, llibres i altres serveis per a empreses i institucions", diu, un projecte ambiciós que no va quallar i que es va haver de reorientar el 1996 amb el naixement de Cossetània Edicions: "Havíem de competir amb empreses de serveis que feien ofertes molt agressives, així que vam decidir crear una editorial i treballar amb productes propis".

Amb la crisi postolímpica, però, el sector no ho va tenir fàcil per tirar endavant, i tampoc Cossetània, que no va obtenir beneficis fins a principis del 2000. Segons el directiu, el punt d'inflexió del segell català va arribar el 2001, amb la publicació del llibre *La cuina de l'Àvia Remei*, un èxit de vendes que 14



"Només es paga un llibre de cada deu que s'adquireixen en format digital"

anys després ja ha arribat a la 17a edició i als 60.000 exemplars venuts: "La repercussió va ser tan gran que el 2003 vam treure *Plats i secrets de l'Àvia Remei*, el quart títol més venut a la diada de Sant Jordi d'aquell any".

Ferré afirma que aquesta irrupció va posar en alerta bona part del gremi: "Sobretot tenint en compte que nosaltres érem de comarques i veníem del món de la comunicació". Tot i així, l'editorial, que té la seu a Valls, va començar a anunciar-se a TV3, una decisió que, amb el pas del temps, considera agosarada: "Ho fèiem nosaltres, Enciclopèdia Catalana i pocs més".

Actualment, Cossetània publica un centenar de títols a l'any i és el principal segell de la societat 9 Grup Editorial, un projecte sorgit el 2012 després de la fusió entre l'empresa tarragonina i Angle: "A hores d'ara tenim un catàleg de 180 títols i un fons editorial que n'engloba més de 1.500". El màxim responsable del grup, que acaba d'adquirir la vigatana Eumo, fins ara en mans del Grup 62, explica, però, que també han publicat 25 llibres en castellà, tots a través del segell Leqtio. "El nostre mercat és petit i s'ha creat en un període de temps molt curt", reflexiona.

De fet, l'empresari, que va ser president de l'Associació d'Editors en Llengua Catalana i vicepresident del Gremi d'Editors, revela que "només un de cada quatre o cinc llibres que es venen a Catalunya és en català", una proporció que, segons diu, s'ha mantingut inalterable en els últims deu anys. Les dades de l'últim exercici indiquen que, a grans trets, el mercat estatal s'ha estancat amb una xifra d'uns 60.000 títols editats en castellà i 8.000 més en català: "El lector típic és dona, amb estudis i d'un ambient urbà".

LA CRISI NO ha fet baixar el nombre de llibres publicats, però sí els tiratges, que "no acostumen a superar els 1.500 exemplars en una primera edició". L'editor, però, té clar que s'ha d'anar en compte amb això, i adverteix que no és fàcil mantenir-se amb edicions massa curtes. Tant és així que ell, que també ha hagut de passar alguns costos directes a indirectes per agilitzar l'estructura de l'empresa, s'ha decantat per un altre model de gestió: "Nosaltres ens queixem poc i aprofitem el temps per trobar fórmules imaginatives".

Això no ha sigut així, però, en el cas del llibre digital, un canal de negoci que a l'Estat només representa el 2% o 3% de la facturació total. El motiu d'aquesta decisió, segons diu, és el robatori constant sobre la propietat intel·lectual, un pirateig que també passa habitualment a Edi.cat, la botiga d'e-books del grup. "Només es paga un llibre de cada deu que s'adquireixen en format digital", lamenta l'editor, que demana que s'apliqui la mateixa legislació que hi ha als països anglosaxons, "molt més dura amb aquests delinqüents".

Tot i la complicada situació econòmica que viu el sector, molt atomitzat, Ferré no rebutja l'entrada de nous emprenedors. "Sempre hi haurà un espai per a nous projectes i nínxols de mercat", diu. Sí que adverteix, però, que els preus de venda, ara més barats, han afectat, sobretot, els llibres de gran format, que pràcticament no es venen. És per això que ell té clara la seva recomanació: "Edita coses que el mercat ja esperi". —**Jordi Planas**



ENTREVISTA

NOMBRE: CARLOS HERRERA CRUSSET
ESTADO CIVIL: SEPARADO, DOS HIJOS
EDAD: 57 AÑOS **SU PROYECTO:** HACER UN PROGRAMA DE RADIO EN COMPAÑÍA DE OTROS
LIBRO: ESTÁ LEYENDO «EL CURA Y LOS MANDARINES...» DE GREGORIO MORÁN **CÓMO SE DEFINE:** «COMO UN SER ADORABLEMENTE NORMAL, AMIGO DE LO EPICÚREO, DEL PLACER MÁS SENCILLO AL MÁS SOFISTICADO.»

Perdonen, señoras, ¿dónde queda la casa de Carlos Herrera? «Por ahí, a la derecha». En la señorial urbanización La Jara de Sanlúcar de Barrameda cualquiera te indica dónde vive en verano y los fines de semana uno de los periodistas más famosos. Llamamos. Alto, imponente, moreno, abre la puerta de El Puy con un puro habano en la boca, cojeando por los dos dedos del pie izquierdo que se ha partido con un golpe tonto mientras hacía a solas por Asturias el Camino de Santiago. Nos lleva hasta su jardín con piscina, de vistas imperiales: a la derecha, la desem-

bocadura del Guadalquivir y Doñana; enfrente, el Atlántico, sobre el que se proyecta la inmejorable película diaria de la puesta de sol. Este mediodía se ha cocinado un bacalao al pil pil y se ha pasado la siesta leyendo en una de esas camas de hotel de lujo, con dosel y cortinajes de gasas, que tiene sobre el césped. Es un *bon vivant* de novela: pero toda esta vida exquisita que se gana con sus millonarias audiencias radiofónicas —hasta marzo en las mañanas de Onda Cero y desde el 1 de septiembre en la Cope— no existiría si los etarras que fueron a buscarlo a su casa de Sevilla para pegarle un tiro lo hubieran encontrado en el año 2000, y si no hubiera fallado la caja-bomba de purros que le enviaron luego de regalo. Tenía 2,5 millones de oyentes a través de las 160 estaciones de Onda Cero y aspira a crecer con las 400 estaciones de la Cope, la cadena de la Iglesia; además le siguen 190.000 personas en Twitter, sin contar con los que leen sus artículos de prensa. Considerando su legión de seguidores y esta idílica casa donde recibe a sus amigos en verano, «25.000 veces mejor» que las de los Hamptons de Long Island

que bien conoce, se podría decir que Carlos Herrera es el Gran Gatsby de las ondas: su vida está rodeada de gente y de fiesta, pero él en el fondo es un esteta solitario... que se alimenta del prójimo.

PREGUNTA. Lo suyo, como comunicador, son las palabras. Pero qué silencio tan agradable que hace aquí, ¿no?

RESPUESTA. Éste es un silencio muy muy agradable. Cuando además sopla viento de Poniente en Sanlúcar, como es el caso, el paisaje se hace mucho más amable. La muerte del Guadalquivir, la vocación atlántica de esta parte de España, de Cádiz, con Doñana al frente... Es un territorio mágico. «Territorio mágico» es una cursilada, pero parecido.

P. ¿Valora mucho el silencio?

R. Lo valoro mucho. Curiosamente, no soy excesivamente hablador, soy un conversador regular, pero sé callarme en casi todos los idiomas, que es una virtud muy apreciada en tiempos en los que hablar demasiado suele acarrear disgustos.

P. ¿Hay una caza de brujas? Se busca ahora en Twitter lo que uno dijo en el año catapún...

R. Es posible, ¿quién no ha hecho

un comentario desafortunado a lo largo de su vida? Los que yo haya podido hacer seguramente no han quedado registrados, aunque escribo semanalmente dos o tres artículos. Pero es evidente que algunas ligerezas ahora mismo son fácilmente buscables por los arqueólogos del error, y se encuentran. Twitter tiene memoria. Es el palacio del tonto. Aunque es una herramienta poderosa para la comunicación. A mí me interesa mucho. También es un lugar donde rezuman odios con una facilidad asombrosa, y cierta impunidad. Yo lo utilizo fundamentalmente para hablar de gastronomía. Hay que ser prudente.

P. Primero de julio, tiene dos meses de vacaciones por delante, en septiembre vuelve a la radio, es uno de los periodistas mejor pagados, un lugar maravilloso... ¿Se puede pedir más a la vida?

R. La vida no te da nada más allá de determinados tropezones de la fortuna que tú debes saber aprovechar. Pero también hay tropezones del infortunio que hay que sortear con elemental grandeza. Yo he tenido de ambos, pero no hay nada insuperable a excepción de la muerte. El afán de superación es lo que

ha hecho al hombre grande.

P. El dinero no es lo que le mueve...

R. No, no, porque además se han publicado tales barbaridades a cuenta de los sueldos [del nuevo contrato en la Cope]... Yo soy comisionista. Yo gano si mi empresa gana. Tengo un sueldo base razonable y voy a objetivos. García, Del Olmo, sí que ganaban en los años 90 las cifras que se me atribuyen a mí ahora. Se lo merecían, porque daban a ganar mucho más.

P. ¿Qué se le atribuye?

R. He leído seis, siete millones de euros. Ni siquiera la producción anual completa del programa llega a esa cantidad.

P. Le va a coger un otoño...

R. Maravilloso, viene una época, periódicamente hablando, muy entretenida, llena de disparates, de algún *mamerto* que otro, y sobre todo mucha tensión política, y la inevitable tensión social que conlleva. Uno lo que hace es colocarse en una esquina del tiempo y observar cómo pasan la cosas y contarlas... Yo siempre he sostenido que lo que no voy a hacer es entrevistar a asesinos, a un miembro de ETA que asesine y que reivindique sus asesinatos, porque la entrevista es una forma de legitimar.

P. ¿Y a un etarra arrepentido?

R. Bueno, un etarra arrepentido tiene otro interés. Porque es un hombre que reconoce el error, abjura del mismo y que si colabora con el esclarecimiento de los hechos puede hacer un servicio a la sociedad que emponzoñó.

EL PAPA Y PABLO IGLESIAS

P. ¿A qué personajes aspira a entrevistar que se le hayan resistido hasta ahora?

R. No estaría nada mal entrevistar a Francisco [se refiere al Papa].

P. Con la Cope tiene enchufe, ¿no?

R. ¡Espero tener mano! [risas] Ya la pedí en Onda Cero, y me contestó muy amablemente declinando, no era de su puño y letra, claro. Espero tener mano ahora.

P. Y de políticos, ¿quién no ha pasado todavía por su estudio?

R. No ha venido Pablo Iglesias. Yo le he invitado en varias ocasiones, y también ha declinado aduciendo problemas de agenda.

P. ¿Le tienen miedo?

R. No, no. El entrevistador no es un inquisidor, pregunta lo que cree que le puede interesar a los que están escuchando o leyendo. Nunca a un entrevistador hay que decirle lo que no puede preguntar. El entrevistado tiene el derecho de no contestar si no quiere: «Muy amable, no le respondo a esa pregunta». Muy bien, yo se la he hecho, que es mi obligación. No responder es una forma de contestar.

P. ¿Que Pablo Iglesias no haya querido ir a su programa, es porque se le pone el sambenito de ser un periodista enemigo...?

R. Supongo que no le interesará el público que le va a escuchar. O es

POR EDUARDO
DEL CAMPO

CARLOS HERRERA

“ME GUSTA HABLAR CATALÁN Y SÉ CALLAR EN TODOS LOS IDIOMAS”

“TWITTER ES EL PALACIO DEL TONTO, DONDE REZUMAN ODIOS. AUNQUE ES UNA HERRAMIENTA PODEROSA PARA LA COMUNICACIÓN”

“YO NECESITO EL PAPEL [PERIÓDICOS]. PERO MIS HIJOS NO COMPRAN PAPEL. CUANDO YA NO ESTEMOS, ¿SEGUIRÁ HABIENDO PAPEL?”



que ciertamente ha tenido una agenda muy apretada. Ese encuentro se producirá, no tengo la mínima duda, y será muy agradable.

P.- Va a hacer el programa en los estudios de la Cope de Sevilla. Le están haciendo una reforma.

R.- Es un estudio que da a la calle. Allí se instala siempre el de la cabra con el teclado y la mujer, que entra el sonido ése y da unos recursos muy agradables... Yo no necesito grandes cosas, con la luz de un flexo y un sillón con brazos para aguantar las seis horas sentado [desde las seis de la mañana], tengo suficiente.

P.- ¿Cuántos chutes de café se tiene que meter para empezar?

R.- Me levanto a las cuatro de la mañana. Me tomo el primer café. Siempre tiro de descafeinado.

P.- ¿Cuántos años lleva en la radio?

R.- Yo llevo más años que el hilo negro. Empecé en Radio Sevilla en el 77, tenía 20 añitos. Yo era el *traidor*. El que traía las cosas. Y el llevador. Luego pasé por Mataró, por Miramar, Cope, y fui saltando, estuve en la SER, en Radio Nacional. No me falta ninguna. Y 15 años en Onda Cero, que han sido muy felices. Acabó el contrato, me ofrecieron amablemente continuar, y yo decliné la oferta porque creía que había cumplido un ciclo. Y que podía empezar uno más, que posiblemente sea el último. Tengo 57 años y he firmado tres. Después de los 60 años puedo seguir haciendo cosas, pero quizás no en primera fila. Yo pienso que ya es suficiente.

P.- La radio es tan natural que es de los medios que menos han necesitado transformarse, ¿no? Fijese cómo estamos los periódicos.

R.- La radio está metida en el cromosoma de los españoles. Es compatible con la ducha, con la conducción, con la comida... Hay 28 millones de personas en España que escuchan la radio, y me pregunto ¿por qué el resto no la oye?

P.- La radio es como la rueda o el libro. No sufre la crisis de la prensa.

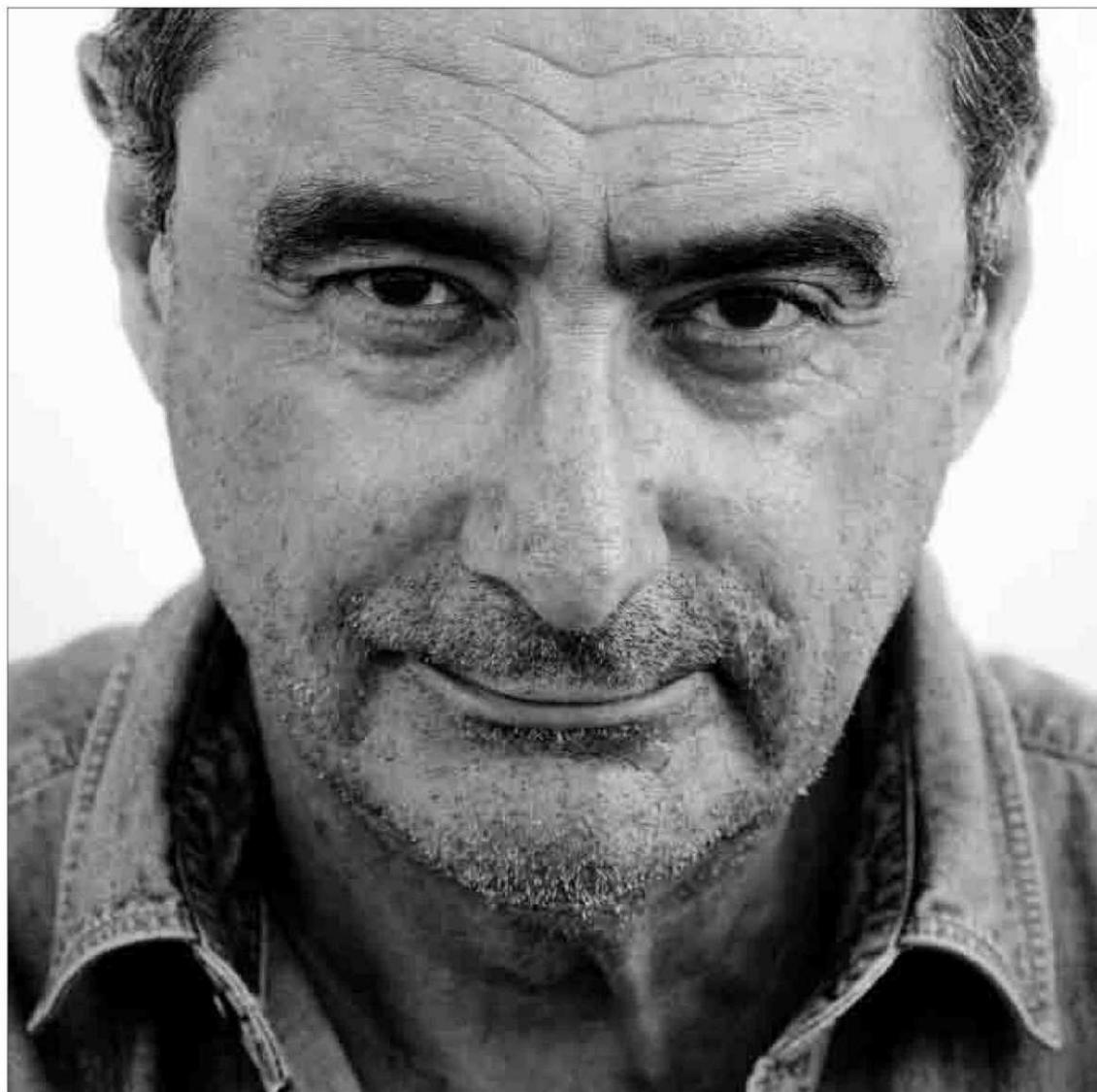
R.- Exactamente, sí, sí. Ayer comía en casa de Ramón Tamames. Estaban Pedro J., Pablo Sebastián, Alfonso Rojo, Gurdín, Marhuenda, Raúl del Pozo, Pilar Gómez, y el análisis sobre el futuro del papel enfrentaba dos posturas: los que dan por muerto el papel, y los que no todavía. Yo necesito el papel. Aunque luego acudo mucho a la pantalla. El problema es: mis hijos no compran papel. Cuando nosotros no estamos, ¿seguirá habiendo papel?

P.- ¿Y qué pasó en el debate?

R.- Proliferaban los digitales.

P.- ¿Se ha equivocado gravemente en la radio?

R.- Sí, sí, sí, sí. Me he maldecido a mí mismo algunas veces por algunas cosas en las que he sido demasiado severo en la crítica. Me arrepentí mucho, por ejemplo, de haber sido duro con un buen amigo mío, José Antonio Labordeta. En una comparecencia parlamentaria él se



JOSÉ F. FERRER

abstuvo en una votación relacionada con Herri Batasuna, y la verdad, fui feroz. Luego lo lamenté.

P.- Del atentado que sufrió con la caja de puros, ¿tiene información nueva?

R.- Fue ETA, lo reivindicó en un boletín de los suyos en que me calificaba de «policía periodista español». Hombre, de tres has acertado dos, no está mal [risas].

P.- ¿Están en la cárcel?

R.- Sí, sí. Vinieron a buscarme con pistolas, como le pasó a Antonio Burgos, y no me encontraron. Entonces vino uno desde la caverna más profunda del Norte, y fue el que dejó el paquete. Y éste ha sido identificado por la Policía. No recuerdo el nombre.

P.- Si él, o el que le dio la orden, le llama hoy a la radio, «quiero hablar con Carlos Herrera», ¿le escucha?

R.- No sería la primera víctima que habla con el que ha querido matar-

le o que ha matado a uno de los suyos. Si se ha arrepentido, es probable que yo tenga curiosidad por saber qué le movió a querer matarme.

P.- ¿Qué descubrimientos accesibles ha hecho últimamente?

R.- En el Camino de Santiago encontré varias perlas. El Tataguyo de Avilés, por ejemplo. El placer de comer un virrey con unas fabes, bien regado, valió la pena los 30 kms. que hice andando desde Gijón.

P.- ¿Ha perdido la ilusión?

R.- El gran peligro que puede tener la radio es dejarse vencer por la rutina. Luchar contra eso es imprescindible. La gran ventaja es que los contenidos cambian todos los días, pero el método es el mismo. Tengo una ilusión casi infantil.

P.- ¿Cuántas casas tiene?

R.- Tengo ésta y mi casa de Sevilla. Son del banco las dos.

P.- ¿Está hipotecado? ¡No me diga! Eso es noticia...

R.- Gracias a las hipotecas la gente ha podido comprar cosas. Si no hubieran existido los tan denostados bancos, el tan denostado capitalismo, éste no podría ser un país de propietarios, que lo es.

P.- Cuando está trabajando, ¿piensa en su responsabilidad? «Tengo dos millones y medio de personas escuchando, lo que diga puede servir para que se comprenda mejor o para echar leña al fuego»...

R.- Sí, sí. El miedo al micrófono. Al micrófono hay que tenerle un respeto casi reverencial. Te pongo un ejemplo que fue una inflexión en mi vida. Cuando hacía un programa de coplas en la Ser usaba a veces una expresión, «inyéctese en vena esta canción». Y un día una señora, ajada, mayor, desventurada, en el Hornos de San Buenaventura [de Sevilla] me dice: «Usted no sabe el daño que me hace cada vez que dice eso». «¿Por qué, señora? Es una fra-

se de broma». «Tengo dos hijos víctima de la drogadicción, uno va a morir, y el otro está preso. Y cada vez que habla de dosis en vena, a mí se me abren las mias». Jamás lo he vuelto a decir.

P.- ¿Se siente catalán?

R.- Soy andaluz. Estoy muy satisfecho de los años vividos en Cataluña [nació en Cuevas de Almanzora, Almería, y creció hasta los 19 años en Mataró, Barcelona]. Me gusta hablar catalán y amo profundamente a Cataluña, pero soy hijo de andaluces.

P.- Hágase una pregunta que no se haya hecho.

R.- ¿Qué te parece el Betis en Primera? Es el equipo que más veces ha subido a Primera. Eso implica que es el que más veces ha bajado a Segunda.

P.- De todo se sale, ¿no?

R.- De todo se sale.
@EdelCampoCortes



“ME HE EQUIVOCADO GRAVEMENTE EN LA RADIO. ME HE MALDECIDO A MÍ MISMO ALGUNAS VECES POR HABER SIDO DEMASIADO FERROZ”

“MIS DOS CASAS SON DEL BANCO... SI NO FUERA POR EL DENOSTADO CAPITALISMO, ÉSTE NO PODRÍA SER UN PAÍS DE PROPIETARIOS”



La Cope vol convertir en radiofórmula tres llicències generalistes i de 50% en català

El CAC la va multar amb 102.000 euros per emetre RockFM sense el permís corresponent

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

La Cope aspira a canviar el règim de tres llicències de FM generalistes i parcialment en català perquè esdevinguin freqüències de radiofórmula musical per poder emetre RockFM d'una manera legalitzada. Actualment, l'emissora de la Conferència Episcopal Espanyola radia la seva oferta de música rock a través de tres espais al dial que va subrogar a Vocento per 4 milions d'euros anuals, quan aquest grup va clausurar Punto Radio. Però aquesta irregularitat ja li ha costat 102.861 euros. És l'import de la multa que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va imposar el maig de l'any passat a Onda Rambla –que és qui reté la titularitat de les llicències– per aquesta utilització que contravé els compromisos associats a les llicències en qüestió: fer programació generalista que, com a mínim en un 50%, sigui en llengua catalana. RockFM emet alguns continguts en català al matí.

De moment, la Cope ja ha entrat al CAC la sol·licitud per canviar l'estatus d'aquestes freqüències. L'organisme que presideix Roger Loppacher ha de resoldre el dilema de si valida o no aquest canvi. La llei audiovisual espanyola –que, com que té rang d'orgànica, anul·la automàticament qualsevol precepte de la catalana que la contradigui– va determinar que, pel que fa a la ràdio, es passava d'un règim de concessions a un de llicències. Aquesta subtitulació administrativa facilita que, a l'hora de comprar o llogar freqüències, els nous explotadors puguin fer un projecte diferent del que, en el seu moment, va guanyar aquell espai en el dial, seguint les bases d'un concurs.

Tot i aquest precepte legal, la qüestió divideix el CAC, segons ha pogut saber aquest diari. Alguns dels consellers consideren que no s'ha de facilitar el canvi de règim de les freqüències en qüestió, ja que hi ha un dret més important a fer prevaler, que és el de la ciutadania a informar-se, i que ho pugui fer des de la pluralitat d'oferta. Segons aquesta visió, l'eliminació de freqüències en FM pensades originàriament per a ràdio generalista va en contra d'això. Els defensors d'aprovar el canvi, per la



Raúl Carnicero (a la foto, amb el grup La Frontera) presenta a RockFM el programa *Oldie Motel*. ROCKFM

seva banda, argumenten que hi ha un augment de la demanda de la ràdio musical i que això justifica l'operació. Els serveis jurídics de l'organisme han treballat aquests dies per fonamentar la decisió, que es podria sotmetre al ple del consell aquest dimecres, després que demà se celebri, previsiblement, una reunió prèvia de la comissió d'operadors.

La votació al ple es preveu ajustada i, en cas d'empat, serà el vot de qualitat del president el que acabi decidint. Els actuals consellers de l'organisme regulador són Roger Loppacher (a proposta de CiU), Yvonne Griley (CiU), Eva Parera (CiU, però en aquest cas dins de la quota concedida a Unió), Salvador Àlsius (ERC), Daniel Sirera (PP) i Carme Figueras (PSC). Es dona per fet que Sirera hi votarà a favor (va ser l'únic que no va donar suport a la multa de l'any passat i la Cope és un mitjà afí al partit que l'ha col·locat al CAC). De Figueras, en canvi, es pot esperar un vot negatiu, tenint en compte que, en l'afer de la sanció, va emetre un vot particular en el qual reclamava que s'instés a la clausura de les emissions.



Declivi
En els últims anys, s'ha passat de 10 a 7 ràdios generalistes a Barcelona

Una de les incògnites és què farà la consellera Parera, en la seva votació més rellevant des del divorci de la federació de CiU. No seria el primer cop que es desmarca de la línia oficial dels membres del Consell proposats per CiU: fins a un mínim de sis cops ha votat en un sentit diferent que els membres convergents. En l'anàlisi de l'espot publicitari *Preparats*, de la Generalitat de Catalunya, per exemple, va abstenir-se, mentre que els seus coreligionaris votaven a favor de considerar que l'anunci s'adequava a la llei de publicitat institucional.

El panorama de ràdios generalistes a la ciutat de Barcelona ha patit una crisi en els últims anys. A principis dels 2000, es podien escoltar fins a deu emissores de programació convencional. Però actualment ja només n'hi ha set, després que Ona Catalana passés a ser una ràdio esportiva, que COMRàdio deixés pas a Barcelona FM (en què fonamentalment hi ha notícies) i que Onda Rambla desaparegués en l'operació d'absorció de Punto Radio per la Cope.

La vida atzarosa de les freqüències

Originàriament, aquestes eren unes llicències concedides a Luis del Olmo, que les va explotar sota la marca d'Onda Rambla entre el 1991 i el 2004. Aquell any el veterà locutor va pactar integrar-se dins de Punto Radio, del grup Vocento, a canvi d'una participació accionarial, però les freqüències van continuar complint les seves obligacions concessionalistes i tenien part de la programació en català. Però Vocento no va saber situar la cadena entre les ràdios generalistes espanyoles, de manera que va tirar la tovallola: va cedir les llicències a la Cope a canvi que l'emissora dels bisbes convertís l'Abc –el diari del grup– en el seu rotatiu de referència i omplís les tertúlies dels seus periodistes. Algunes de les freqüències, com les tres en conflicte, la Cope les va dedicar a alguna de les seves marques musicals.



L'OFICI MÉS BONIC DEL MÓN

Relat inèdit sobre els inicis de José Martí Gómez en el periodisme, publicat a la revista 'La Maleta de Portbou'

TEXT_ JOSÉ MARTÍ GÓMEZ TRADUCCIÓ_ ALBA SOLÉ

"EXPLICANT COM VA COMENÇAR TOT"

-Vés a seguir el Solís amb el cotxe en què van el Chaquetón i el Sosias -em va dir el director. Chaquetón i el Sosias eren falangistes. El primer era el censor oficial d'espectacles. El segon, publicista. Chaquetón era envejat perquè es posava les botes controlant la vestimenta i els moviments de les noies de Colsada abans de l'estrena al Teatre Principal, que era l'únic. "Les noies em posen calent", li va confiar Chaquetón a un amic que es va aplicar a expandir la confiança. Seguint Solís vaig assegurar-me al costat del xòfer per sentir el que Chaquetón i el Sosias deien al darrere.

La cosa anava de camises.

-Al camarada governador no li va agradar que a l'acte de l'altre dia no portessis la camisa blava -va dir Chaquetón.

-Saps que sóc fidel falangista, porti la camisa del color que sigui -li va respondre el Sosias.

-El camarada governador semblava dubtar-ho quan em va dir això de la camisa -va insistir Chaquetón.

-Tu li pots dir que interiorment continuo sent falangista porti la camisa que porti -va insistir el Sosias.

-Ara que anem a veure el ministre del Movimient, per què no portes la camisa blava?

-Surto de la feina, no he tingut temps de canviar-me... ¿Creus que s'ho prendrà malament...? -va preguntar el Sosias en un to de veu angoixat.

-No ho sé, no ho sé... -va respondre Chaquetón, dubitatiu.

El discurs de Pepe Solís, *el somriure del règim*, crec recordar que va ser a Nules, una població a prop de Castelló. La nit abans jo havia estat a l'hotel del Grau en què Solís matava la sobretaula nocturna jugant a dòmino amb gent del seu seguici. Però la tarda següent, en pujar a l'escenari del teatre en què pronunciava el seu discurs per a una platea plena de camises blaves, excepte la camisa blanca de l'acollonit Sosias, Solís es va embalar amb una arrencada que va fer cridar d'entusiasme els camarades: "Ahir a la nit vaig reunir-me a El Pardo amb el Caudillo per informar-lo que avui us venia a veure i Franco em va dir que us fes una abraçada molt forta perquè porta aquest poble al cor".

L'hi vaig explicar a Don Jaime. Ja ho sabia. A Don Jaime no se li escapava res del que passava en tota la província.

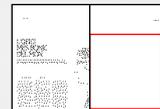
-Va venir un dia abans perquè l'Herrero Tejedor l'havia plantat i el Solís volia fer les paus amb ell. Es va presentar d'improvís a casa seva, quan estava en roba interior arreglant la rentadora. El Fernando m'ha explicat (Don Jaime, a Herrero Tejedor, sempre li deia Fernando) que la negociació el va agafar amb un tornavis a la mà i literalment en calçotets.

Quan vaig començar a treballar al *Mediterráneo*, un diari de Castelló, ja feia anys que li havia dit a la meua mare que volia ser periodista. Quan l'hi vaig dir em va respondre que m'encomanaria a la Verge del Perpetu Socors. La meua mare, molt religiosa, no anava desencaminada.

El *Mediterráneo*, un diari del Movimient, tenia com a director un periodista procedent de l'escola catòlica d'El Debate, inspirada pel cardenal Herrera Oria. Don Jaime era una persona decent i un bon periodista que deixava llibertat tret que des de Madrid toquessin la corneta cridant a tancar files en defensa del règim, cosa que solia passar sovint. Fins i tot, sense saber-ne el motiu, en temps de bonança.

Al matí, Don Jaime (sempre li deia Don Jaime) treballava a Duanes. A la tarda pujava





LAMARTARILE

xiulant les escales de la redacció. Les pujava de dues en dues després de beure's dues orxates granissades, tant si feia fred com calor. A la redacció s'hi estava fins a la matinada, excepte un breu període de temps en què passava per casa per sopar i per l'orxateria per beure's un parell d'orxates granissades més.

Algun dia el vaig acompanyar, però jo només me'n bevia una, i amb esforç. Ell explicava històries mentre consumia les seves. Recordo que em va explicar la del viatjant de Sabadell que, dormint a l'Hotel Suizo, que era l'únic de la ciutat que podia considerar hotel, va ser despertat a la matinada per una trucada telefònica. La veu li va dir:

-Ramón, estàs cessat.

-Què? -va preguntar el somnolent viatjant.

-Que estàs cessat, cony! No puc parlar més -li va dir la veu abans de penjar.

El viatjant devia ser lector de novel·les policiaques i el va intrigar això de "Ramón, estàs cessat". Es va vestir, va baixar a la recepció i va preguntar qui li havia trucat. El del torn de nit es va posar lívid i li va explicar que s'havia equivocat d'habitació en passar la trucada. Era per al ministre Ramón Serrano Suñer, de visita a la ciutat.

El viatjant, potser una vocació frustrada com a periodista, es va encaminar cap a la redacció del diari, en el qual Don Jaime només era redactor, per donar-los l'exclusiva del cessament de Ramón Serrano Suñer.

-El director el va fer fora a puntades de peu -recordava Don Jaime-, *dubi dubidubi dubi*. Don Jaime era una força desfermada de la naturalesa en forma humana. El dia que el vaig acompanyar a la Vall d'Uixó perquè un ministre estava de visita a Calzados Sagarra, la família ens va obsequiar amb un dinar a la finca que dominava el poble, en el qual fàbrica, economats, habitatge, treballadors i alcalde eren patrimoni dels Sagarra. L'alcalde es deia Eleuterio, i quan van arribar els primers vents de llibertat la gent va començar a dir-li el Lute. Abans de començar a menjar, el polític de la família, diputat vitalici *por el tercio familiar*, es va disculpar davant dels comensals pel fet d'oferir un esmorzar modest, atès que era divendres de Quaresma. Dit això, les cambres van començar a circular al voltant de la llarga taula oferint safates amb gambes i llagostins bullits i a la planxa.

-No puc més, ja m'he menjat més de cinquanta gambes i llagostins -em va xiuxiuejar Don Jaime a cau d'orella. Li vaig veure dues llàgrimes d'impotència a les galtes.

Li faltava la mà dreta. On en el seu dia hi havia la mà hi tenia un monyó, però aquesta minusvalidesa no semblava que l'afectés. Es col·locava al mig de la redacció amb un munt de teletips sostinguts entre el pit i el monyó i amb la mà esquerra els anava deixant a la taula després d'haver dictat el títol al redactor assegut davant la màquina d'escriure. Ho feia cada tarda, passejant amunt i avall, cap

aquí i cap allà, sense deixar de cantussejar *dubi dubidubi dubi* entre títol i títol per a cada breu.

-Sacerdotes en las calles de Barcelona -va dictar com a títol d'un breu que recollia la manifestació de sacerdots a la via Laietana per denunciar les tortures a l'universitari Jaume Boix.

-Home, director... No crec que sigui un títol correcte -va argumentar el redactor que havia d'escriure-ho.

-Quin títol hi posaries? -va preguntar Don Jaime.

-*Manifestación de sacerdotes disuelta violentamente por la policía* -va suggerir el redactor.

-Uuuuuui, Manolo! No seràs mai director -va respondre Don Jaime abans de passar a un altre breu, *dubi dubidubi dubi*. Comparat amb el títol "*Bonzos incordiantes*" d'Ignacio Agustí en un article al diari *Tele/eXprés*, el títol "*Sacerdotes en Barcelona*" si més no suggeria moltes coses. Don Jaime era un cacic il·lustrat que controlava des del que passava en un bar fins al que es discutia al vestidor de l'equip de futbol de Castelló. Estava al corrent de les corrupteles de l'oligarquia local, però no apareixien a les pàgines del diari llevat que "des de dalt" s'hi donés llum verda. Potser el que encenia en ocasions el semàfor de la llum verda era -és només una intuïció- el seu íntim amic Fernando Herrero Tejedor, subcap provincial del Movimiento i fiscal que va portar al garrot vil un falangista que va matar per no pagar un deute. Herrero Tejedor va ser, ja com a ministre, munyidor d'esperança d'una obertura del règim tenint com a mà dreta un jove Adolfo Suárez, que abans de dimitir del seu càrrec va portar un fill d'Herrero Tejedor a l'adreça del *Mediterráneo*. Jo ja no hi era.

Don Jaime mai va ser falangista, i diria que va deixar de ser franquista, si ho va ser, quan va saber que el seu fill gran, estudiant de dret a València, s'havia fet comunista i amic de Raimon.

-Ens estan apedregant l'edifici al crit de feixistes -li va dir una nit, per telèfon, el director del *Levante*, bon amic seu

-Qui? -li va preguntar Don Jaime.

-El que tira més pedres i crida més, el teu fill.

-Valga'm Déu! *Dubi dubidubi dubi*.

Això em va cantussejar un dia explicant-me que el delegat d'Informació i Turisme li havia telefonat per demanar-li el meu cap.

-I això per què? -vaig preguntar perplex.

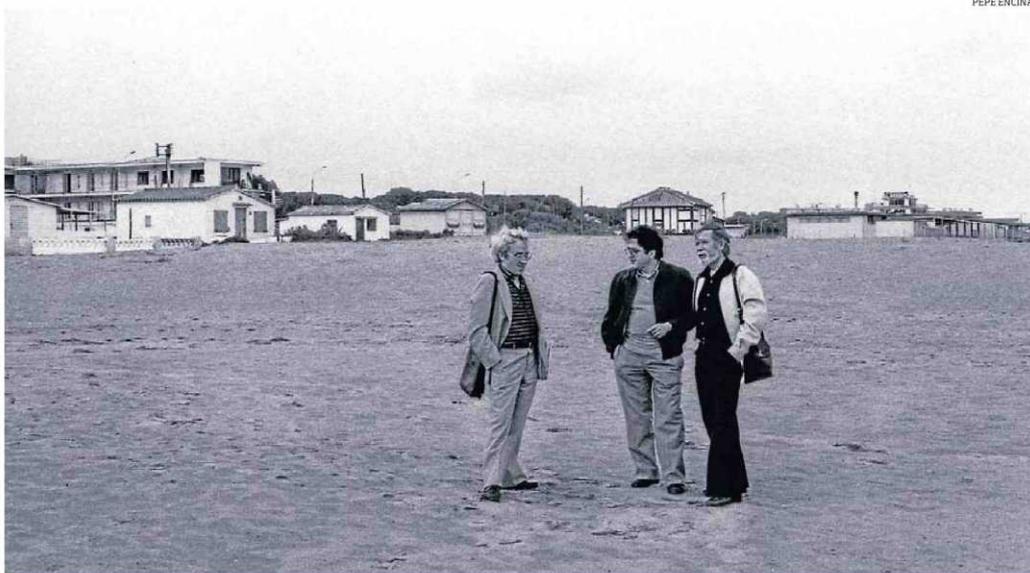
-Perquè a la sessió de la conferència no hi vas posar que les paraules del conferenciant van ser premiades amb una efusiva ovació per part dels assistents. Això és exactament el que m'ha dit que hi hauries d'haver posat i no hi vas posar i per això he d'acomiar-te.

-I vostè què li ha dit?

-Que no et puc acomiarar perquè véns recomanat des de molt amunt. Si dius "Ve recomanat des de molt amunt" ningú pregunta res



UN QUARTET HISTÒRIC Als anys setanta i vuitanta, els tres periodistes de la imatge van ser referents del reporterisme a Barcelona. D'esquerra a dreta: Josep Maria Huertas Claveria, José Martí Gómez i Paco Candel a la platja de Castelldefells el 1985 en una imatge captada per un altre referent, el fotoperiodista Pepe Encinas.



PEPE ENCINAS

més. Segur que quan et vegi et saludarà efusivament. *Dubi dubidubi dubi.*

A mitjans dels seixanta Castelló ja havia deixat de ser una ciutat de bicicletes i es configurava urbanísticament com un caos. Hauria pogut ser una meravellosa ciutat jardí, però l'especulació del sòl la va portar a ser una ciutat de gratacels en carrers estretíssims. Culturalment i políticament hi havia poca vida pública. A la rebotiga d'una llibreria, en els actes del centre excursionista, a través del boca-orella t'arribaven inquietuds. Ja llavors es reivindicava el valencià com a idioma del país. Era una reivindicació incipient, però existia, fins i tot a les pàgines del *Mediterráneo*, amb la firma d'algun col·laborador i del mateix director, excepte quan des de Madrid, pel que fos, tocaven el xiulet per cridar a formar, *unidos en lo fundamental y discrepando en lo accesorio*, segons el missatge que es repetia.

Formar el 20 de novembre era el més dur. Cap a les quatre de la matinada havia d'assistir, amb la resta de companys de la redacció, a la missa solemne que en sufragi de l'ànima de José Antonio Primo de Rivera se celebrava a l'església arxiprestal. Acabada la missa, el grup presidit pel camarada governador i autoritats civils i militars es dirigia en comitiva fins al passeig de Ribalta, on davant el monument als "Caidos por Dios y por España" es cantava el *Cara al sol*. Suposo que més d'un veí a qui vam torbar el son es va quedar amb les ganes de cagar-se en la puta mare que ens va parir. Es va aguantar. Els temps no estaven encara per a heroicitats d'aquest tipus. Mussitant el *Cara al sol* (mai no vaig aconse-

guir aprendre-me'l), jo pensava que també un 20-N havia mort l'anarquista Durruti. Però m'ho vaig callar.

Treballar al *Mediterráneo* va ser la millor escola de periodisme que vaig poder tenir, vista la pèrdua de temps que era estudiar a l'Escuela Oficial. Vaig fer l'examen d'ingrés el 1963. A Barcelona ens hi vam presentar una trentena i en vam aprovar 12. Ho vaig deixar. No servia per a res. El *Mediterráneo* era un diari petit en el qual podies fer de tot.

La redacció la formava un redactor en cap que quan es barallava amb el director s'hi comunicava a través de notes escrites en un espai de vint metres quadrats. Les notes de l'un i de l'altre anaven i tornaven de la mà d'un jove auxiliar de redacció. Era un bon home, el redactor en cap. Quan es planejava una línia de troleibusos va escriure una crònica en què criticava la idea. El camarada governador el va citar al seu despatx. Li va tirar la cavalleria per sobre, va obrir un armari, va treure'n un munt d'exemplars segrestats del *Mundo Obrero* i hi va tirar a la cara al crit d'"Un comunista de merda, ets tu!" Al cap d'uns dies, el redactor en cap va escriure un article per explicar que, després de reflexionar, havia arribat a la conclusió que els troleibusos no eren mala idea.

A la redacció també hi tenien taula a mitja jornada un auxiliar que al matí treballava a Telefónica, un redactor que al matí es dedicava a la seva empresa d'il·luminació i un redactor que al matí treballava als sindicats i a la tarda exercia la crònica cultural i la crítica d'art malgrat que algun pintor feia córrer que patia daltonisme.

Em vaig poder esbravar fent crítica de cine-

ma. "Esperem que *El Zorro* deixi de cavalcar i així els espectadors podem descansar" (d'*El Zorro cabalga otra vez*); "Si la pel·lícula hagués sigut més llarga haurien mort més espectadors que nord-vietnamites" (de *Los parias de la gloria*); "Aquesta pel·lícula necessita poc espai per a la crítica, no perquè sigui més dolenta que les altres, sinó perquè és igual" (de *Por favor, no molestes*). Els sis cinemes de Castelló eren mono-

"Les dues històries són molt bones, però no toca explicar bones històries. Toca dir amén"

poli de la mateixa empresa. El seu director em va convidar a dialogar al seu despatx. Va venir a dir-me educadament que estava fins als ous de les meves crítiques.

-També n'hi ha de positives. Vaig elogiar *La noche*, i *Cleo de 5 a 7*, i *Zorba el Griego*, i *l'espia que surti del frotó*, i... -li vaig suggerir.

Va mirar uns papers que tenia sobre la taula i em va dir:

-Les pel·lícules que vostè ve a dir que són una merda omplen tota la setmana els cinemes on es projecten. Les que elogia no donen ni per pagar la llum. Intueixo que vostè és lector de *Film Ideal*...

-Sí.

-Jo també llegeixo *Film Ideal* per programar majoritàriament el contrari del que aconsella. Si seguís els consells de la revista ja estaria acomiadat. *La noche*, aquesta pel·lícula

que a vostè li va agradar tant, la vaig retirar de la cartellera a mitja setmana perquè no anava a veure-la ningú.

Ens vam fer amics. Era un home assenyat: -Miri, mentre no acabi d'arribar la televisió a totes les cases, al cinema la gent hi seguirà venint li posis el que li posis perquè no té cap altra distracció. Les seves crítiques no ens perjudiquen econòmicament, però personalment em foten perquè em fan quedar com un analfabet cinematogràfic.

El dia que es votava el desig de Franco que el príncep Joan Carles fos rei d'Espanya, Don Jaime em va ficar en un taxi i em va enviar a recórrer pobles de la província. Vaig tornar a última hora de la tarda amb dos bons temes. O això creia jo ingènuament, malgrat que ja tenia vint-i-cinc anys. Li vaig explicar el primer:

-En un poble, l'alcalde va recórrer la fila de votants demanant que li ensenyessin la papereta amb el sí, no fos cas que algun s'equivocés i votés no.

Em va fer una pregunta, i en sentir-la vaig sospitar que el tema no li agradava:

-I la segona història?

-Va ser en un altre poble. Es va presentar a votar una dona ja gran que li va explicar a l'alcalde que el seu marit havia mort -"Ho sé, ho sé, Joaquina", li va dir l'alcalde- i que, com que el seu marit era tan, tan, tan de Franco -"També ho sé, també ho sé, Joaquina", li va dir l'alcalde-, "segur que al meu Luis li hauria agradat votar sí". I l'alcalde li va dir: "Ho sé, ho sé, Joaquina". I agafant la dona del braç la va portar al costat de la mesa electoral i va ordenar als de l'urna que deixessin votar la Joaquina per ella i pel difunt Luis. Vaig veure com dipositava dos vots.

"He...", va xiuxiuejar Don Jaime, i "*Dubi dubidubi dubi*", passejant per la redacció. Després va dir:

-No es poden publicar cap de les dues històries.

Va marxar a casa a les dues de la matina. Abans d'anar-se'n es va acostar a la meua taula, em va donar un afectuós cop a l'espatlla i em va dir:

-Ho sento, Pepín -sempre em deia Pepín-. Les dues històries són molt bones, però des de dalt ara no estan per escoltar bones històries, sinó perquè diguem només amén.

Aquella nit vaig telefonar al meu amic Josep Maria Huertas, que treballava a *El Correo Catalán*, a Barcelona. Li vaig demanar feina. L'endemà em va telefonar per dir-me que m'esperaven i que ja tenia la taula a punt. ■

Aquest relat s'ha publicat originalment al número 12 de la revista *La Maleta de Portbou* de juliol i agost. José Martí Gómez és periodista des del 1966. Ha rebut (juntament amb Josep Ramoneda) el premi Manuel del Arco en dues ocasions ha sigut guardonat amb el Ciutat de Barcelona de periodisme. El 2008 va rebre ex aequo el Premi Nacional de periodisme de la Generalitat.



DÍGITS I ANDRÒMINES

ALBERT CUESTA

TWITTER: @ALBERTCUESTA

L'entrada d'Apple en el mercat de la música en 'streaming' amb un servei sense opció gratuïta pot resultar demolidora per als rivals

És Apple Music millor que Spotify?

Des d'aquesta setmana, els usuaris de dispositius Apple tenen una nova opció per escoltar música a la carta en *streaming*: és a dir, sense haver de comprar i descarregar les cançons. És un territori que fins ara dominava l'empresa sueca Spotify i que s'està establint com el sistema de distribució de música digital preferit pels consumidors: l'any passat la facturació mundial d'aquesta modalitat d'audició va augmentar gairebé un 40%, mentre que la de descàrregues va disminuir un 8%, tant com les vendes de CD.

Però mentre que l'usuari ha d'instal·lar una aplicació i donar-se d'alta per fer servir Spotify i altres serveis del mateix estil com Deezer, Tidal, Pandora o Rhapsody, Apple juga amb avantatge: només actualitzant el sistema operatiu iOS de l'iPhone, l'iPad o l'iPod Touch a la versió 8.4 –o l'iTunes del Mac a la versió 12.2–, l'aplicació de música que l'usuari ja tenia per escoltar les cançons descarregades queda substituïda per la nova, que afegeix la nova funció d'audició en temps real. I tampoc s'ha d'inscriure enlloc més: l'identificador Apple ID que ja té –i que generalment ja ha vinculat abans a un número de targeta de crèdit– li serveix de credencial per accedir a Apple Music, només prement un botó per abonar-se al servei. Aquesta distribució integrada no representa un avantatge significatiu en mercats com l'espanyol, on l'iPhone és minoritari, però gràcies a altres països on és molt popular, com els EUA o la Xina, és d'esperar que Apple Music assoleixi aviat un volum d'usuaris del mateix ordre que Spotify.

La facilitat d'adopció no és un factor trivial, ja que Apple Music no aporta grans novetats funcionals respecte als serveis rivals. El repertori de música és molt semblant en tots els casos: és d'uns 30 milions de cançons. Segurament hi haurà casos puntuals de primícies i exclusives, com el que Taylor Swift ha protagonitzat recentment, però en general els artistes distribueixen el seu catàleg en totes les plataformes digitals: la discografia

d'AC/DC va aparèixer el mateix dia a Spotify i al servei d'Apple. Només el servei francès Deezer es desmarca de la resta, prometent "gairebé 37 milions" de cançons.

Vinculacions d'artistes

El funcionament també és molt semblant. Tant Apple Music com Spotify i Deezer permeten triar quina cançó volem escoltar o deixar-nos portar per les recomanacions del servei, a partir dels artistes preferits que hem indicat explícitament o del nostre historial d'escolta. En aquest aspecte, el servei d'Apple també fa servir el contingut de la nostra fonoteca personal d'iTunes. Les recomanacions van millorant amb el temps, tot i que –en tots els casos– s'estableixen algunes vinculacions més aviat pintoresques entre artistes. També és comú el tractament tirant a pobre de la música clàssica com a contenidor genèric que no distingeix entre peces de cambra i obres simfòniques.

En canvi, l'accés als serveis de música en *streaming* va per barris. Actualment Apple Music només es pot fer servir amb dispositius d'Apple; l'empresa ha promès una aplicació Android de cara a la tardor. En canvi, Spotify i Deezer disposen d'aplicacions per a tots els sistemes opera-

Mireu el vídeo a Ara TV



Apple Music prescindeix dels anuncis però, després del període de prova, només es pot utilitzar pagant. APPLE

tius mòbils i de sobretaula –el segon es pot fer servir fins i tot amb el navegador web– i estan disponibles en altaveus connectats, televisors i cotxes. Ara bé, Apple Music és l'únic de tots aquests serveis que es pot controlar amb la veu, gràcies a l'assistent digital Siri incorporat en els mòbils de la marca de la poma. Aquesta funció pot ser molt útil per fer-lo servir, per exemple, mentre es condueix.

Pagar, però sense anuncis

Les condicions d'ús també són diferents. Mentre que Spotify i Deezer ofereixen una modalitat gratuïta d'audició que castiga l'usuari intercalant anuncis i limitant la quantitat de salts de cançó permesos, Apple prescindeix d'aquestes noses i només té una modalitat de pagament, al preu de 9,99 euros mensuals, que és l'estàndard del mercat.

Així sí: ofereix tres mesos de prova sense pagar res –a Spotify el primer mes costa un euro, i Deezer dóna dos mesos de franc als clients de l'operadora Orange– i té una atractiva modalitat familiar que admet fins a sis usuaris per 14,99 euros al mes. A partir del tercer usuari, surt més barata que l'opció familiar de Spotify, que fa un 50% de descompte a partir del segon usuari. Deezer

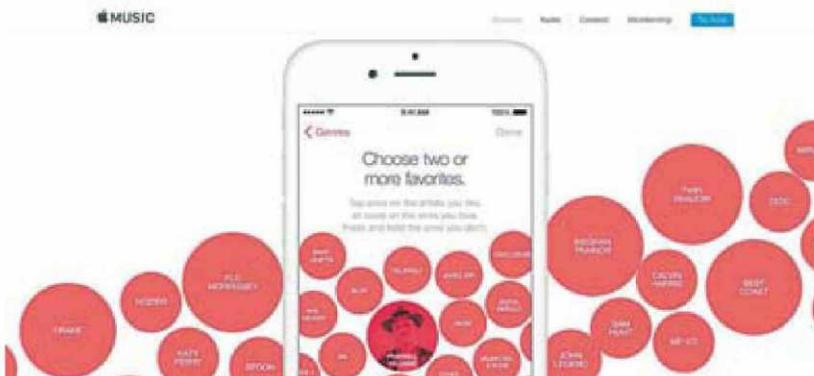
també té una opció Elite de 14,99 euros mensuals amb més qualitat d'audició gràcies a l'ús de fitxers de format FLAC, més fidels al so original que els MP3 habituals.

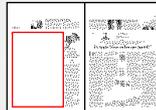
En tots els casos es poden crear llistes de reproducció personals o triar les que han creat artistes populars o especialistes en música, i es disposa d'una funció de ràdio amb canals temàtics. La d'Apple Music es diu Beats1 i curiosament l'empresa la promociona com la primera emissora d'abast global amb una programació única feta per discjòqueis des de Califòrnia i Londres, com si això fos un atractiu.

Un canal propi per a artistes

L'element més diferencial del nou Apple Music és la funció Connect, amb la qual els artistes poden crear canals propis amb el seu contingut, siguin cançons, vídeos, fotografies o articles en què anunciïn concerts. De moment Connect està força buit, però té el potencial per fer d'Apple Music una plataforma completament a part de serveis com Spotify: com que els desenvolupadors d'aplicacions hi poden accedir, és possible que un artista acabi regalant les cançons, posant per cas, a canvi de vendre marxaandatge; com és sabut, la música serveix per vendre de tot, menys música. Cada artista decideix si posa les seves creacions a la venda en descàrrega (iTunes), en *streaming* (Music) o en accés lliure (Connect). Haurem de veure com evoluciona el model.

En el seu estat actual, Apple Music serà probablement l'opció escollida pels clients fidels a Apple per escoltar música a partir d'ara, sobretot els que no hagin invertit gaire temps a crear llistes en cap altre servei. Serà interessant veure quants usuaris d'iPhone que ara paguen Spotify es passen a Apple Music: si la proporció és alta, l'efecte pot ser pervers, perquè les modalitats gratuïtes podrien acabar sent inviabilitats si perden la majoria dels usuaris de pagament que ara les subvencionem. I aleshores, què faran els consumidors de música que no volen pagar res? —





Cóppulo presentarà entre setmana un nou espai de 12 a 2 del migdia

'Els optimistes' cau de la graella i 'El matí de Catalunya Ràdio' perd una hora

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Sílvia Cópulo ja té destí a Catalunya Ràdio: s'encarregarà d'un nou magazín, que s'emetrà de dotze a dues del migdia, segons ha pogut saber l'ARA. La comunicadora, que ha presentat *El suplement* des del setembre del 2011, va anunciar diumenge que deixava el programa dels caps de setmana adduint que volia "assumir una altra franja horària" i dotar-la de "més identitat". La decisió implica retallar en una hora *El matí de Catalunya Ràdio*, de Mònica Terribas, i eliminar el programa *Els optimistes*, que presentaven Sergi Vives i Manu Guix, i que haurà tingut una singladura de tres anys, els dos primers amb Àngel Llàcer com a mestre de cerimònies.

Cópulo ja havia sol·licitat ser rellevada dels caps de setmana la temporada anterior, però la direcció de Catalunya Ràdio li va demanar que es mantingués un curs més dirigint i presentant *El suplement*. Aquest ha sigut un any dur en audiències per al programa: l'EGM del juliol del 2014 donava al programa 385.000 i 299.000 seguidors els dissabtes i els diumenges, respectivament. Un any més tard, l'audiència se situa en 254.000 i 177.000 oients: continua sent líder els dissabtes, però ha cedit la primera plaça els diumenges, en favor del *Via lliure*, de RAC1, que ha estrenat nova etapa amb Xavi Bundo com a conductor. Amb tot, sota la seva batuta el programa ha sigut un dels pocs bastions –i encara ho és els dissabtes– en què Catalunya Ràdio supera la seva eterna rival RAC1. Cópulo lluitarà ara contra *La competència*, líder indiscutible de la franja, amb 191.000 oients.

El moviment a Catalunya Ràdio farà que Terribas i Basté tornin a coincidir en horaris: de sis a dotze del matí. En l'últim EGM l'emissora pública havia aconseguit dues fites: rècord històric per al programa, amb 513.000 seguidors, i el marge més estret de diferència amb *El món a RAC1*, de només 41.000 oients (quan, fa un any, la distància era de 69.000 fidels).

L'encaix de Cópulo a la graella dels dies laborables no ha sigut fàcil. Es van explorar diferents franges a la graella, fins i tot ubicar-la entre



Sílvia Cópulo presentarà un programa de format encara per determinar. Fins a aquesta temporada conduïa el magazín de caps de setmana *El suplement*. CCMA



Canvi
L'informatiu del vespre de Kilian Sebrà s'emetrà aquest any de 8 a 10

les 11 del matí i la 1 del migdia, la qual cosa hauria implicat retallar una hora més *El matí* o bé convertir-lo en un programa amb dues presentadores, una fórmula bicéfala que ja està funcionant a la SER (Gemma Nierga i Pepa Bueno) o a RNE (Carlos Alsina i Juan Ramon Lucas).

Els caps de setmana, tal com va avançar aquest diari, serà Ricard Ustrell qui agafarà el timó d'*El suplement*. El jove comunicador, de 24 anys, coneix el format, ja que va presentar el programa durant la temporada d'estiu passada. Aquests últims mesos ha sigut subdirector de *La tribu*, el magazín de la tarda de l'emissora pública, que el curs que ve continuarà presentat i dirigit per Xavi Rosiñol.

Moviment als vespres

El del nou magazín de Cópulo als migdies –en un format encara per definir– no serà l'únic canvi a la graella de Catalunya Ràdio. Fins ara la franja de 7 a 10 del vespre era compartida per Kilian Sebrà i Oscar Fernández, amb una primera hora d'informació general, una segona hora esportiva i una tercera d'híbrida i en

què el factor actualitat tenia menys pes. A partir de la nova temporada, en canvi, els esports passen al davant i s'emetraran de 7 a 8 del vespre, amb Fernández. Sebrà, per part seva, dirigit i presentarà l'informatiu nocturn, des de les 8 fins a les 10.

L'altre canvi que caldrà fer és als migdies. Xavier Graset deixa *L'oracle* per presentar el programa de debat del 3/24, de manera que la franja entre les 3 i les 4 de la tarda –entre l'informatiu del migdia de Neus Bonet i *La tribu*– encara no té inquilí. Pel que fa a la graella dels dies laborables, Maria de la Pau Janer es mantindrà amb l'espai de sexualitat *Les mil i una nits* i Xavier Solà continuarà al capdavant de *La nit dels ignorants*.

Catalunya Ràdio ha tancat una temporada amb un últim EGM que li atorgava 614.000 seguidors i és la segona emissora més escoltada al país, per darrere de RAC1, que en té 768.000. L'emissora pública acaba la seva temporada regular dividides que ve, tot i que *El matí de Catalunya Ràdio* encara continuarà una setmana més. I, de moment, l'emissora no ha anunciat quan començarà el pròxim curs. ■



La junta general d'accionistes d'Hermes Comunicacions, editora d'El Punt Avui, aprova els comptes del 2014, amb un balanç positiu de 309.150 euros

Afrontant els reptes

Joan Ventura
GIRONA

El president del consell d'administració d'Hermes Comunicacions, Joaquim Vidal, va remarcar durant la presentació de l'informe de gestió del 2014 que, després de set anys de crisi, les vendes s'han estabilitzat i el resultat econòmic presenta un balanç positiu, tot i que l'objectiu és portar l'explotació a uns guanys d'uns dos milions d'euros anuals.

En la seva intervenció, el conseller delegat, Joan Vall, va presentar l'informe de gestió del 2014, destacant que El Punt Avui s'ha consolidat com el tercer diari en difusió de Catalunya, només superat per *La Vanguardia* i *El Periódico*. Vall va remarcar que l'objectiu és evolucionar cap al diari nacional per edicions, i centrant l'organització en les sortides de paper, web i televisió.

L'exercici del 2014 ha estat molt intens: s'han ingressat 18,7 milions d'euros amb un lleuger augment de la publicitat, i s'han gastat 18,3 milions, inclosos els interessos financers, perquè s'ha elaborat més producte i s'ha ampliat la xarxa comercial. El resultat abans d'impostos és de 309.150 euros, i ha estat el tercer any consecutiu sense pèrdues. Tant l'informe de gestió del



Joan Vall Clara presenta l'informe de gestió en la junta d'accionistes celebrada a la nova seu d'El Punt Avui ■ MANEL LLADÓ

consell d'administració com els comptes anuals van ésser aprovats per unanimitat.

Repasant les realitzacions del 2014, destaca la posada en funcionament d'El Punt Avui Televisió, el relançament de L'Esportiu i l'aposta per la tercera llengua amb el Catalonia

Del 2014, destaca la posada en funcionament d'El Punt Avui Televisió

Today. En els objectius traçats en el pla estratègic s'ha culminat la primera fase de territorialitzar de l'edició nacional amb la posada en marxa de les edicions Camp i Ebre, Lleida i Maresme, que se sumen a les de Barcelona i Girona. Es continua estudiant quin

den afegir al projecte en un futur pròxim, com ara Baix Llobregat, Catalunya Central, Penedès i Vallès. També s'ha renovat el web, per potenciar el vessant periodístic i trobar camí en el negoci digital, tot reforçant en paper l'àmbit local, el nacional i l'esportiu. ■

Les noves instal·lacions d'El Punt Avui

Abans de començar la junta, el president del Grup Hermes, Joaquim Vidal, va oferir una visita guiada als accionistes que van assistir a la reunió per ensenyar les noves instal·lacions de la seu central d'El Punt Avui, al carrer Riu Güell, 68, al barri de la Devesa de Girona. L'equipament, que ocupa uns dos mil metres quadrats en una sola planta, incorpora un plató televisiu d'uns dos-cents deu metres quadrats per complementar les emissions d'El Punt Avui TV de Sant Just Desvern i una sala d'actes amb capacitat per a 80 persones.

La nova seu central d'El Punt Avui integra tots els serveis informatius, publicitaris i administratius en un sol espai ampli i diàfan, i disposa d'un equipament modern i d'alta eficiència tecnològica per continuar oferint el millor servei. En conjunt hi ha 130 llocs de treball plenament equipats, distribuïts en diferents seccions. Quant a la seu de Barcelona, al carrer Diputació, 284, és un espai d'uns quatre-cents cinquanta metres quadrats, amb 67 places, la majoria periodístiques. Tanmateix hi ha unes setanta-cinc persones més, entre periodistes i comercials, que treballen des de casa a través del teletreball.



CANVIS A LES ONES

Sílvia Còppulo torna al dia a dia de Catalunya Ràdio

► La periodista deixa 'El suplement' i dirigirà un espai diari al migdia

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

Tal com va anunciar diumenge passat al seu programa *El suplement*, Sílvيا Còppulo deixarà els caps de setmana de Catalunya Ràdio, però no l'emissora de la Generalitat. Segons ha pogut confirmar EL PERIÓDICO, la popular periodista dirigirà i presentarà un programa diari (de dilluns a divendres), de 12.00 a 14.00 hores.

Aquest nou espai serà una de les principals novetats de la pròxima temporada de Catalunya Ràdio –que començarà al setembre–, i per tant encara és un projecte en revisió. És a dir, Còppulo i la direcció de l'emissora estan dissenyant com ha de ser aquest nou espai i sobre quin gènere radiofònic ha de pivotar la nova aposta. Diumenge que ve, 12 de juliol, Còppulo tancarà la temporada d'*El suplement* i possiblement llavors ja doni alguna pista més als seus oients sobre com serà el seu nou projecte.

CANVIS DE GRAELLA // La incorporació d'aquest nou programa a la graella diària de Catalunya Ràdio comportarà tot un seguit de canvis importants. Així, el magazín *El matí de Catalunya Ràdio*, que dirigeix i presenta Mònica Terribas, perdrà una hora (actualment acaba a les 13.00 hores), i també significa la desaparició del concurs *Els optimistes*. El pas de Còppulo a la graella diària reforça la programació en el seu conjunt, encara que potser pugui acabar perjudicant *El matí*..., ja que el fet de perdre una hora d'emissió podria penalitzar aquest magazín en les dades de l'EGM.

El canvi també deixa pendent un important forat els caps de setmana: fins ara, *El suplement*, amb Còppulo, era líder.



GUSTAVO VALIENTE

► Sílvيا Còppulo deixa 'El suplement' dels caps de setmana per dirigir un programa diari a Catalunya Ràdio.

EL RETOC ESPORTIU

Pere Escobar deixa 'El club de la mitjanit'

► Encara no ha acabat l'actual temporada radiofònica, i a Catalunya Ràdio ja s'estan portant a terme els canvis per a la nova. Així, després de la confirmació que Sílvيا Còppulo se'n va d'*El suplement*, fonts pròximes a l'emissora de la Generalitat han



► Pere Escobar.

confirmat que Pere Escobar deixarà de dirigir i presentar *El club de la mitjanit*, tertúlia esportiva que a partir del setembre tindrà com a

màxim responsable Francesc Garriga, fins ara corresponsal esportiu de Catalunya Ràdio a Madrid. Escobar (Barcelona, 1960), cap d'Esports de TV-3 del 2004 al 2008, es va incorporar el 2009 com a responsable d'*El club de la mitjanit*, programa

que, segons l'últim informe de l'Estudi General de Mitjans (EGM), té una audiència mitjana de 63.000 oients.

En aquests quatre anys dirigint el matinal, Còppulo ha consolidat *El suplement* com el referent del cap de setmana. Així, segons assenyala l'últim informe de l'Estudi General de Mitjans (EGM) publicat dijous passat, aquest programa és el més sentit el dissabte al matí (de 8.00 a 13.00 hores), amb una mitjana de 254.000 oients, mentre que el diumenge el sintonitzen 177.000 persones.

Tal com va explicar la mateixa Còppulo diumenge passat, va ser ella la que va demanar a la direcció de la Corporació –la Setmana Santa de l'any passat– deixar *El suplement* per començar un nou projecte d'emissió diària. «Però els de dalt em van demanar un any més», va assenyalar. ≡



Repercusión mundial de la entrevista a Varoufakis

MADRID

La contundencia de Yanis Varoufakis en EL MUNDO respecto a la actitud de los países europeos con Grecia no pasó desapercibida para los medios internacionales. El ministro de Finanzas les acusó de practicar el «terrorismo» en una entrevista con la enviada especial de este diario en Atenas, Irene Hdez. Velasco.

Sus palabras protagonizaron ayer las noticias de apertura en medios británicos como *The Guardian*, *The Times*, así como en la BBC, la cadena pública de televisión. El popular tabloide *Daily Mail* también llevaba esta información a su portada. Otro medio sensacionalista que se ha hecho eco de la entrevista es el alemán *Bild*, si bien la prensa germana más seria, como el *Frankfurter Allgemeine*, también lo recoge en su portada. Los principales diarios italianos, *Corriere della Sera* y *La Repubblica*, arrancaban sus ediciones digitales en su portada. Además, los grandes diarios de EEUU, entre ellos *The Washington Post* o *New York Times*, así como las cadenas de televisión NBC o la catari *Al Yazira*, reseñaban la entrevista, que tampoco pasó por alto, por motivos evidentes, para el grueso de medios griegos.



THE WASHINGTON POST (EEUU)



FRANKFURTER ALLGEMEINE (ALEMANIA)



THE GUARDIAN (GRAN BRETAÑA)



LE MONDE (FRANCIA)



BBC NEWS (GRAN BRETAÑA)



CORRIERE DELLA SERA (ITALIA)



Ecuador espera 'en armas' al Papa Francisco

La Conferencia Episcopal llama a la calma mientras crecen las sanciones a la prensa

SAUDIA LEVOYER QUITO
ESPECIAL PARA EL MUNDO

Ecuador aparenta tranquilidad. El ruido de las bocinas, los gritos en las calles, la congestión del tráfico, los cientos de personas desfilando por las calles en las protestas de las últimas semanas se han acallado. Pero las discusiones políticas, en medio de las informaciones sobre la llegada del Papa, se mantienen en los medios y en las redes sociales.

En el debate se discute el uso de las palabras de Francisco en carteles ubicados en Quito y Guayaquil, y en las cadenas de radio y televisión del Gobierno. El presidente Correa ha dicho que no se han usado políticamente las palabras Francisco: «Nosotros jamás vamos a politizar la llegada del Papa, otra cosa es que los mensajes del Pontífice sean profundamente políticos».

No obstante, las frases que se han escogido desde el Gobierno son aquellas que promocionan un país más justo y equitativo. Precisamente, cuando las autoridades han llamado a un diálogo nacional en torno a la redistribución de la riqueza y de los medios de producción, que ha sido una de las causas de las protestas que llevan cuatro semanas colapsando varias ciudades del país.

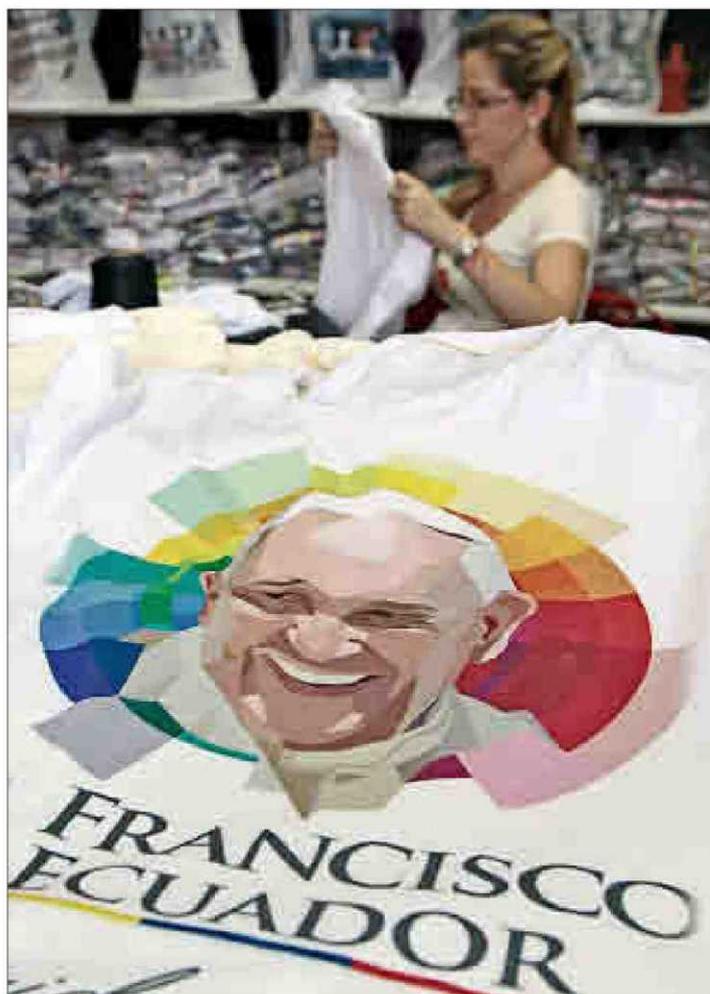
¿Qué dicen estas frases? «Que la humanidad se sirva de la riqueza

pero que no sea gobernada por ella», o «debe exigirse la redistribución de la riqueza». Estas aparecen con el rostro del Papa en el logo de la marca país (Ecuador ama la vida), creado por el Gobierno.

Las redes sociales se han hecho eco y han producido sus propios memes en una campaña para criticar el uso de la imagen de Francisco y enviar mensajes en contra del Gobierno. Facebook, Twitter, Whatsapp... son algunas plataformas usadas para hacerlos circular.

La Conferencia Episcopal Ecuatoriana, en sus tres llamamientos a la calma al país, sobre todo antes de la última gran protesta en Quito, el pasado jueves, ha pedido que se respeten las opiniones ajenas. «Toda persona tiene derecho a expresar su opinión y obligación de respetar la de los demás», señaló David de la Torre, el portavoz de este organismo. También manifestó que la visita del Papa no tiene intención política y es eminentemente pastoral.

La libertad de expresión es uno de los problemas que más foco de los organismos internacionales está recibiendo. La Superintendencia de la Información y de Comunicación (Supercom) ha sancionado, sólo este año, a varios medios y periodistas, entre ellos al caricaturista Bonil (Javier Bonilla). Y dos pe-



Una camiseta con el rostro del Papa, en una tienda de Quito. AFP

Las redes denuncian la politización de la imagen del Papa por el Gobierno de Correa

riódicos de alcance nacional, *La Hora* y *El Universo*, se han declarado en resistencia (no acatar la orden de la autoridad) por las multas que han recibido. En los últimos días, también se ha llamado al tribunal al bloguero Roberto Aguilar,

por acusaciones del secretario de Comunicación del Gobierno, Fernando Alvarado. Y se amagó con imponer sanciones contra Fundamedios, organización que monitoriza las amenazas a los periodistas en Ecuador.

El presidente Rafael Correa ha dicho insistentemente que en Ecuador hay libertad de opinión y que la prensa es corrupta. Lo repitió en las marchas de esta semana, donde se han registrado agresiones en contra de tres equipos periodísticos de la prensa privada (*El Comercio*, *Ecuavisa* y el portal *La República*).



EL DEFENSOR DEL LECTOR



Josep Rovirosa

Adéu

L' hora de l'adéu sempre arriba. Després de cinc anys exercint de Defensor del Lector toca el relleu. Aquesta és una funció que l'Editor de *La Vanguardia* encarrega de manera rotatòria a un membre de la redacció, per "protegir i garantir els drets dels lectors", atendre "els dubtes, les queixes i els suggeriments" i "vigilar que el tractament dels textos, titulars i material gràfic estigui d'acord amb les regles ètiques i professionals del periodisme". Així ho recull l'estatut que regeix l'activitat del Defensor. El professor Hugo Aznar, el teòric que millor ha estudiat a Espanya aquesta figura, diu que el Defensor "garanteix, si més no, que el públic o la persona afectada (per un error o una pràctica poc ètica) rebin una explicació i, en cas de tenir raó, vegin, a més, reconegut públicament l'error pel propi mitjà" (*Comunicación responsable*. Ariel, 2005).

No he pretès mai, en aquests cinc anys, fiscalitzar la feina dels companys de redacció. Sé que tothom treballa amb professionalitat i vocació periodística. Però potser perquè el periodisme és el primer esborrany de la història (tal com deia Philip Graham, editor de *The Washington Post* als anys cinquanta) el diari té defectes, publica imprecisions o traspasa, de vegades, les fronteres de l'ètica. Als esborranys sempre els calen esmenes. I és en aquest punt on rau la importància del Defensor. He treballat amb el convenciment que l'encàrrec que vaig rebre era fer de pont entre la redacció i els lectors per corregir els errors i servir de mediador entre els periodistes i els ciutadans a qui una notícia poc contrastada els hagi ofès o lesionat els seus legítims interessos. En un moment en que la crisi qüestiona la credibilitat de molts mitjans, la figura del Defensor és una garantia per a que els lectors tinguin una via per qüestionar la veracitat, l'enfocament i la precisió de les notícies. En posaré l'últim exemple.

El lector Pedro Puigvert Salip, pastor evangèlic i director de la revista *Síntesis*, ens adverteix que les celebracions religioses protestants no són una missa: "Dilluns (15 de juny, pàg. 7) *La Vanguardia* va informar sobre el servei dominical celebrat a l'Església Metodista Episcopal de Charleston (EUA), després que fossin assassinats nou membres de la congregació. La reunió dominical va ser defini-

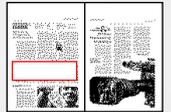
Un lector i pastor evangèlic ens recorda que les celebracions religioses d'aquesta confessió no reben el nom de missa

da a la notícia com a missa. Fa anys que intento que els mitjans de comunicació i especialment *La Vanguardia*, per ser el diari que més llegeixo, abandonin el mal costum de traslladar la terminologia catòlica a les persones, actes i altres qüestions pròpies del protestantisme". I en aquest intent, el lector Puigvert ens informa de que "els actes religiosos evangèlics es poden denominar serveis, cultes, trobades, o celebracions religioses, però mai misses. La missa pertany a l'Església catòlica o ortodoxa, però no a l'Església protestant o evangèlica".

Pedro Puigvert té raó. El corresponsal a Nova York explica que "la gent que ve de Barcelona sovint em pregunta per anar a una missa a Harlem. I perquè la informació fos més comprensible vaig referir-me a la celebració de Charleston com a missa. Em vaig equivocar. Prenc nota de l'error i en demano disculpes".

Cal utilitzar la terminologia pròpia de cada religió i no contaminar-la amb termes d'altres confessions. Reconèixer els errors no és ni còmode ni fàcil. Però cal admetre'ls i saber rectificar. Segur que en el company que em succeeixi els lectors hi trobareu el millor aliat i un excel·lent mediador. ●

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



Contra los piratas, actuaciones rápidas y duras

RESULTA INCONCEBIBLE que a día de hoy todavía sigan operando con impunidad en España páginas webs que destruyen la industria cultural, al alcance de cualquier usuario y que, además, gozan de sobrada popularidad. Se trata de una preocupante muestra de la insuficiencia de la reciente reforma de la Ley de Propiedad Intelectual, que pierde su ineludible utilidad en una maraña de trámites que impiden su eficacia.

CRÓNICA recoge hoy el historial delictivo del es-

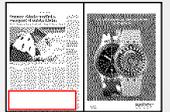
pañol Igor Seoane, creador de *Rojadirecta* –una web a través de la que se pueden seguir gratis eventos deportivos que emiten canales de pago de todo el mundo–. El portal es un contenedor de enlaces piratas: un agujero negro para las empresas audiovisuales a las que roba 509 millones anuales, que se traducirían en 106,68 millones en impuestos.

Rojadirecta lleva esquivando la ley desde su fundación, en 2005. Incluso ganó una batalla a la Justicia norteamericana, que en 2011 bloqueó la página por «reproducir material con *copyright* sin autorización». El mal llamado *servicio* volvió a estar disponible en poco tiempo a través de nuevos dominios. Ahora, tras 10 parasitarios años de funcionamiento, el sistema judicial español ha actuado.

El 16 de junio, un juzgado de Madrid, a petición de Mediapro y Gol TV, ordenó a la web suspender la emisión de partidos de fútbol de España por no tener derechos televisivos. En esta ocasión, a

Seoane no le servirá cambiar de dominio para evitar el cierre, pues las medidas cautelares van dirigidas contra el prestador, es decir, contra la empresa que está detrás de la página. El desenlace del litigio mostrará hasta dónde puede llegar la impunidad de la piratería en internet, un mundo en el siguen existiendo demasiados espacios desregulados.

Pese a lo positivo de esta decisión judicial, es incomprensible que *Rojadirecta* pueda seguir con el pirateo de otras disciplinas distintas del fútbol español. En países como Reino Unido pueden cerrarse en tan sólo 24 horas webs que atentan contra la industria cultural. Es esta rapidez en la intervención, por cierto, el único camino para protegerla. Empresas que emplean a cientos de trabajadores ven vulnerados sus derechos desde el mismo momento en el que se piratea la emisión de un partido. Esperar, como en este caso, a final de temporada para perseguir a los piratas resulta frustrante.



L'assassinat de periodistes a Mèxic no s'atura: tres en una setmana

ELISABET SABARTÉS
Mèxic. Corresponsal

Mèxic tanca aquesta setmana amb un saldo sagnant per a l'ofici d'informar. En poc més de set dies han estat assassinats tres periodistes: un a Oaxaca, un altre a Veracruz i un tercer a Guanajuato. Tots ells, reporters de mitjans locals, petites publicacions o llocs web independents, sense connexions amb les

grans empreses del sector. Tots ells, indefensos davant la impunitat que regna al país.

Gerardo Nieto, director del setmanari *El tábano*, va caure primer, el 26 de juny. Va morir després que un desconegut li clavés una punyalada al coll quan estava bevent amb un grup d'amics en una cantina de la localitat de Comonfort, a l'estat de Guanajuato. Dijous passat, van caure Filadelfo Sánchez i Juan

Mendoza. El primer treballava a la ciutat de Mihuatlán, al sud de l'estat d'Oaxaca, on dirigia l'emissora de ràdio local La Favorita. Quan sortia de la seva oficina, dos sicaris l'esperaven i li van llevar la vida a trets. Havia rebut amenaces de la màfia del narco que controla la regió i de les autoritats municipals involucrades en el crim organitzat. El segon era al capdavant del portal de notícies *Escribiendo la ver-*

dad i va ser vist per darrer cop al municipi de Medellín de Bravo, a prop de la costa de l'estat de Veracruz, quan anava a complir el seu habitual torn de taxista, ocupació amb què completava el seus ingressos mensuals. El seu cadàver va ser trobat dijous amb signes de violència. Pel que sembla, el van matar fent passar un vehicle per sobre del seu cos. La fiscalia local va dir que Mendoza havia estat "atropellat", però l'organització de defensa de la llibertat d'expressió Article 19 afirma que l'informador va ser assassinat.

"Demanem a les autoritats d'Oaxaca, Veracruz i Guanajuato que vigilin que aquestes in-

vestigacions es realitzin de forma imparcial i independent, i a fons, perquè es detinguin els responsables d'aquests crims abjectes (...) i no es descarti sistemàticament la hipòtesi que el crim pot estar relacionat amb la professió periodística de les víctimes", va dir Lucie Morillon, directora de programes de Reporters Sin Fronteras.

Segons Article 19, de l'any 2000 ençà han mort assassinats a Mèxic 85 informadors i, d'acord amb el Comitè per a la Protecció de Periodistes, amb seu als Estats Units, més de 50 d'ells van ser executats o fets desaparèixer en els últims vuit anys.●



El locutor presentava el programa des del 2009. CCMA

Pere Escobar deixarà de presentar 'El club de la mitjanit'

À.G.
BARCELONA

Un dels canvis més rellevants en la nova temporada de Catalunya Ràdio serà l'adéu de Pere Escobar com a conductor d'*El club de la mitjanit*. El periodista, que presentava l'espai nocturn des del 2009, serà substituït previsiblement per Francesc Garriga, que actualment és el corresponent esportiu a Madrid de l'emissora, tot i que l'acord encara no s'ha firmat. Anteriorment havia presentat el programa *Tenim un punt*, als migdies. Escobar continuarà vinculat a l'emissora, en tasques encara per determinar.

D'aquesta manera, l'emissora accentua la seva voluntat de renovar i rejuvenir el planter de veus. Ricard Ustrell a *El suplement*, Xavi Rosiñol a *La tribu*, Oscar Fernández als esports del vespre –i a *El matí* aquest estiu– i David Clupés, que continuarà al capdavant del *Tot gira*, són alguns exemples de veus que Catalunya Ràdio ha promocionat en els últims mesos. D'altra banda, l'equip directiu ha posat èmfasi en els esports, per recuperar el lideratge en aquest camp, un cop obtingut el lideratge dels informatius i descartada, per qüestions pressupostàries, la primera plaça en el camp de l'entreteniment.

30 anys de Puyal

La temporada que ve, en el camp dels esports, estarà marcada també per la celebració dels 30 anys de partits de Joaquim Maria Puyal a Catalunya Ràdio. El comunicador serà objecte de diversos homenatges i programes especials al llarg de la temporada. —



SENTÈNCIA JUDICIAL

Teletaxi TV
perd el seu
canal de
televisió a
SabadellM. DEL
BARCELONA

Teletaxi TV, empresa audiovisual de Justo Molinero, ha perdut el canal que tenia a Sabadell, una freqüència que, segons una sentència judicial, va tenir deficiències en la fórmula d'adjudicació, per la qual cosa li ha sigut revocada la concessió. De fet, Teletaxi ja hauria d'haver deixat d'emetre el mes de juny passat, però fonts d'aquesta empresa asseguren que encara no han rebut cap notificació oficial. «Jo m'he reunit personalment amb la direcció de Teletaxi TV i tenim constància que han rebut el nostre burofax», afirma Antoni Molons, director general de Mitjans de Comunicació de la Generalitat, que precisa que, si no aturen les emissions, poden arribar a ser multats. «Les setmanes vinents realitzarem les inspeccions tècniques per comprovar si segueixen emetent i a partir d'aquí podran arribar les sancions», precisa.

La freqüència, que no ha abandonat, malgrat l'ordre del Govern, la gestionarà el 'Diari de Girona'

Aquest contenciós es remunta a l'any 2006, quan la Generalitat va convocar el concurs de concessió de les freqüències de Televisió Digital Terrestre locals. Amb l'informe preceptiu i vinculant del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, es van atorgar les concessions. Una freqüència de Sabadell va correspondre a Teletaxi TV, però un recurs (presentat per l'empresa M&M) va fer que aquesta concessió fos anul·lada als jutjats, que va considerar que la puntuació que s'havia donat a l'oferta presentada per Justo Molinero no era correcta. La nova puntuació va deixar la candidatura de Teletaxi TV per darretre d'Uniprex i *Diari de Girona*, de Prens Ibérica. La primera ja no existeix, i per tant la segona s'ha quedat amb aquesta concessió, que va atorgar oficialment la Generalitat el 31 de març.

«Estem interessats a explotar comercialment aquesta freqüència de TDT, tot i que encara estem amb els tràmits legals per posar en marxa i encara hem d'estudiar com serà el nostre projecte», explica Fèlix Noguera, gerent de *Diari de Girona*. Això sí, primer Teletaxi TV ha de deixar d'emetre. ≡



Asesinados otros dos periodistas en México

JAN M. AHRENS, México

El periodismo avanza entre tumbas en México. Las últimas son las de Filadelfo Sánchez Sarmiento y Juan Mendoza Delgado. Al primero le esperaron a la salida de la redacción, al otro lo secuestraron en su coche. Un tiro y un atropello. Sus muertes, ocurridas en menos de una semana y en dos Estados cargados de crímenes contra la libertad de expresión, vuelven a poner a México frente al espejo de la terrible inseguridad que sufren los periodistas. Sólo en Veracruz y Oaxaca, donde se registraron los dos últimos casos, han matado a siete informadores desde 2014, la mitad que en todo el país. No hay parangón en América para esta sangría.

Filadelfo Sánchez Sarmiento dirigía la estación de radio La Favorita, en el municipio de Miahuatlán, en Oaxaca. El jueves, al salir de la emisora, fue sorprendido por dos sicarios. Siete balazos acabaron con su vida. Tanto la autoría como la causa permanecían ayer en la oscuridad. Pero Sánchez Sarmiento, el locutor estrella de La Voz de la Sierra Sur, había recibido, como sus compañeros, amenazas de muerte de poderes locales y el narco.

Por su parte, Juan Mendoza Delgado dirigía un modesto portal de noticias locales llamado *Escribiendo la verdad*. El jueves por la tarde su cadáver fue hallado con signos de violencia. Supuestamente lo habían matado pasándole un coche por encima.

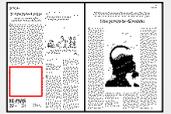
Informadores modestos

El crimen de Mendoza Delgado trajo a la memoria el reciente caso de Moisés Sánchez Crespo, el editor del pequeño semanario comunitario *La Unión*, en el mismo municipio. El 2 de enero, estando en casa con su familia, fue secuestrado y posteriormente degollado.

La orden supuestamente había partido del jefe de la Policía Local y escolta del alcalde, principal sospechoso. A diferencia de otros casos, destinados al olvido, este desató una fuerte ola de solidaridad y protestas.

Las dos nuevas muertes vuelven a confirmar lo que es un diagnóstico bien conocido. México, con 86 asesinatos desde 2000, es uno de los países más peligrosos del mundo para ser periodista. Y Oaxaca y Veracruz, sus puntos negros.

Las víctimas escogidas por el narco o las autoridades suelen ser informadores modestos y rebeldes, de medios pequeños. Las investigaciones no prosperan y la impunidad es casi total. Se impone la ley del silencio, y quien la rompe, la paga.



Intimidación injustificable

La amenaza de encarcelamiento y procesamiento de quien ha sido durante cuatro años corresponsal de El PAÍS en Egipto, Ricard González, es incompatible con el ejercicio de los derechos de libertad de expresión e información que están en la base de los sistemas en los que hay garantías democráticas. Son los hechos —y no los discursos, por muy altisonantes que sean— los que demuestran que en un país se puede vivir en libertad. Y en Egipto se viven situaciones en las que con demasiada frecuencia no existe esa demostración.

El caso de González, que ha tenido que abandonar El Cairo, no es aislado; es otro incidente más en una forma de actuar que el presidente, Abdelfatá al Sisi, aplica al ejercicio del periodismo. Otros corresponsales extranjeros han sido encarcelados, procesados y, en el caso de un reportero australiano, deportado por el mero hecho de realizar su trabajo. En otras ocasiones, los periodistas han resul-

tado agredidos por grupos de personas favorables a Al Sisi. Entre estos últimos hay tres corresponsales españoles.

El actual presidente llegó al poder mediante un golpe de Estado que derrocó a un Gobierno legítimamente elegido y constituido (por muchos desafueros y sectarismos en los que incurriera). Y lo hizo siguiendo el manual: encarceló a los gobernantes, prohibió sus partidos, disolvió el Parlamento y convocó elecciones que ganó —vestido de civil— para terminar condenando a muerte a los que había derrocado.

Egipto se enfrenta a dos grandes desafíos: las fuertes tensiones internas que sufre y la amenaza del Estado Islámico y otras organizaciones yihadistas, como se puso de manifiesto en la cruenta ofensiva del pasado jueves. Es fundamental que supere ambos, y necesita para ello todo el respaldo que la comunidad internacional pueda darle. Pero no lo conseguirá hostigando a los periodistas.



Internet ja és la primera opció dels joves britànics a l'hora de mirar la televisió

Més d'un 50% del consum televisiu entre els joves britànics es fa a través de la xarxa. Així ho revela l'Ofcom, l'organisme regulador del Regne Unit, en un informe en el qual es fa evident que el consum tradicional de televisió ja és minoritari entre els joves de 16 a 24 anys. A tall comparatiu, en el cas de la població adulta, la mitjana és del 69% de visionats a través de la televisió con-

vencional. L'Ofcom hi detecta un efecte col·lateral: entre el 2008 i el 2009 el consum d'informatius entre els 16 i els 34 anys ha caigut un 29% i se situa al voltant dels 39 minuts per setmana. L'estudi determina que una part creixent del consum informatiu es fa a través de les xarxes socials com Facebook i Twitter o de noves marques com Vice Media.



ÍNDIA

Un anunci televisiu d'una marca de roba ajuda les lesbianes a sortir de l'armari

Un anunci televisiu d'una marca de roba índia, en el qual una noia presenta la seva xicota oficialment als seus pares, ha suposat un gran suport a les lesbianes a l'Índia, on les relacions homosexuals estan penalitzades. L'anunci d'Anouk de la campanya *Atrevit i bonic* s'ha convertit en viral a les xarxes socials del gegant asiàtic, i a Youtube ja arriba als dos milions de reproduccions un mes després del seu llançament. Per a la societat índia, eminentment conservadora i molt religiosa, aquest anunci suposa un avenç significatiu, tot i que alguns comentaristes locals consideren que el seu abast es limita a la classe urbana, que acostuma a ser la més progressista. ■ AGÈNCIES



'MASS MEDIA' AL ASALTO DE 'STARTUPS'

Los 'media for equity' son un modelo de inversión en el que los grandes medios de comunicación participan en el capital de una empresa emergente a cambio de emitir o publicar anuncios. El objetivo es que la compañía logre un crecimiento acelerado y aparezca un inversor que compre la participación del medio

JORDI SABATER DOMÈNECH/JOSÉ Mª PINA SÁNCHEZ MARISCAL

El ámbito de la inversión en *startups*, preferentemente de base tecnológica y centrada en servicios, está cada vez más presente en los medios de comunicación. Las propias *startups* ya son noticia bien porque realizan operaciones de cierta envergadura, bien porque son originales o bien porque son noticia en sí mismas. A lo largo de los últimos meses, ha sido muy frecuente la aparición de anuncios en televisión de *startups* locales y es, cuando menos, curioso que estas *startups*, que se encuentran en fase de crecimiento o se han lanzado recientemente, aparezcan en televisiones generalistas y en horarios de máxima audiencia.

¿Quién no conoce a *La Nevera Roja.com* (web dedicada a la venta de comida a domicilio) o *Wallapop* (la aplicación de teléfonos móviles para que los particulares vendan productos de segunda mano)?

Estos dos casos son ejemplos de *Media For Equity*, un modelo de inversión de reciente implantación en España y que básicamente consiste en que grupos mediáticos ofrecen espacio publicitario a *startups* a cambio de una participación accionarial. Este modelo tiene otras variantes que a veces se combinan entre ellas, como el *Media for Revenue Share* donde la inversión va contra determinados resultados de ventas o conversiones o el *Minimo Garantizado* donde se requiere el pago en dinero de un determinado porcentaje de la publicidad. En todo caso la presencia de grupos de comunicación en las empresas emergentes debe estar compartida con otro tipo de inversores capitalistas que son los que, en paralelo, aportan el *cash* necesario para financiar el crecimiento de este tipo de



compañías.

Si bien el *Media for Equity* es un modelo que surgió en los años noventa y que se utilizó en Inglaterra y Alemania, ha sido ahora cuando ha llegado a nuestro país con fuerza. Así, como ha ocurrido en los casos antes mencionados, es relativamente

factible para una *startup* poco conocida dar el salto a la *popularidad* gracias a la enorme difusión que ofrecen los canales generalistas de televisión.

El modelo de *Media For Equity* fue tratado en uno de los *Esmorzars de Finançament* que organiza Acció, la agencia de



competitividad empresarial de la Generalitat. El invitado fue Gerard Olivé, de *BeRepublic* y co-fundador de *Wallapop*, que expuso su conocimiento, experiencia y casos bien conocidos. En su ponencia destacó que los proyectos susceptibles de ser invertidos bajo esta modalidad deben estar bien fundamentados y disponer ya de las primeras métricas para así respaldar el análisis que deberá hacer el grupo de comunicación para tomar su decisión. No hay que olvidar que el objetivo final de este tipo de operaciones suele ser que la *startup* crezca y pueda atraer una posterior ronda de inversión que facilite la salida, con éxito, del grupo de comunicación que ha invertido.

Las dificultades del modelo

Sin embargo no todo es tan fácil. Ni la popularidad es sinónimo de éxito económico ni tampoco es tan sencillo como poner un anuncio en el denominado *prime time* televisivo o en una edición dominical de un periódico de ámbito nacional. La publicidad debe estar bien ejecutada. Debe funcionar. Debe ser efectiva y eficiente.

Gerard Olivé expuso que el éxito de dicha publicidad está medido en *GRP's* (impactos publicitarios en el grupo objetivo de la *startup*), y estos *GRP's* deben llegar a un nivel mínimo a partir del que se considera que los anuncios son efectivos. Según explicó, este nivel se alcanzará con un adecuado mix de medios, con una buena creatividad y con la adecuada combinación de cobertura y frecuencia. Y esto no es fácil y no siempre se consigue.

El co-fundador de *Wallapop* puso dos ejemplos muy ilustrativos. Si en un periódico ponemos un anuncio donde el objetivo final es la descarga desde un móvil, suele funcionar bien ya que solemos estar tomando un café y leyendo el periódico con el *smartphone* al lado. Y también ocurre con los anuncios televisivos que provocan exponenciales subidas en las descargas y en las visitas a las páginas web que se anuncian.

Como conclusión, podría afirmarse que este tipo de inversiones son adecuadas cuando el *producto/proyecto* tiene



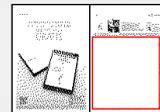
Desde la izq. Olivé, Gómez y Vicente, fundadores de Wallapop. EE

como destino el consumidor final y es altamente *escalable*, es decir, que puede crecer de forma rápida y sostenida. Una buena campaña de medios permite un crecimiento acelerado y alcanzar una posición de liderazgo, y si lo anterior se ve acompañado de un éxito del proyecto se pueden abrir las puertas a la internacionalización del mismo. La inversión publicitaria ayuda en la consolidación de la marca, imprescindible para crecer.

Por ejemplo, en el caso de *La Nevera Roja.com* se realizaron inversiones por un total de seis millones de euros, la mitad de los cuales los aportó el Grupo Mediaset (Telecinco y Cuatro) mediante el modelo de *Media for Equity*. Esta web ha sido recientemente adquirida por el gigante alemán Rocket Internet por 80 millones.

En el caso de *Wallapop* se encuentra actualmente en un *período explosivo* de crecimiento. A pesar de que su éxito esté basado en un conjunto de factores muy bien combinados, el anuncio televisivo ha creado la notoriedad de marca suficiente para convertir a esta aplicación para móvil en una de las *startups* más prometedoras, sino la que más, del panorama emprendedor de nuestro país. Y el *Media for Equity* le puso los medios.

Probablemente estemos a las puertas de más proyectos. No en vano, hace pocos días conocimos que el propio Gerard Olivé, junto a su socio Miguel Vicente, fundador de *Let's Bonus* y co-fundador de *Wallapop*, estaban impulsando la creación de *Media Digital Ventures*, que es el primer fondo basado en el modelo de *Media for Equity*.



Encuentro en Telefónica sobre propuestas orientadas al talento joven

José María Álvarez-Pallete, consejero delegado de Telefónica, inauguró, en el Espacio Fundación Telefónica, Jinnovation, un encuentro en el que se reunieron los jóvenes y mentores que han vivido la experiencia de Talentum Schools, Talentum Startups y los Labs, junto con las figuras más representativas de Telefónica y los *partners* que han apoyado estos programas.

Los programas Talentum Schools, Talentum Startups y Labs son iniciativas de Telefónica en las que colaboran Ericsson, Qualcomm, Elbullifoundation, Eleven Paths y Mediatek, y más de ochenta *partners*. Chema Alonso, CEO de Eleven Paths; Ferran Adrià, presidente de ElBulliFoundation, y José Antonio López, consejero delegado de Ericsson Iberia, han compartido con los asistentes las claves principales de este proyecto.

Los talleres tecnológicos de Talentum Schools están contribuyendo a la formación de una nueva generación de creadores digitales que son capaces de convertir sus ideas en realidades valiéndose de la tecnología. Estos talleres son para niños y jóvenes, de cuatro a dieciocho años, donde se les ayuda para ser profesionales del futuro. Talentum Startups ha proporcionado una experiencia laboral única a más de setecientos universitarios de carreras tecnológicas, que han formado parte de proyectos de Startups de todo el territorio nacional.

Entrega de los premios Tiflos de Periodismo ONCE

La ONCE y su Fundación han hecho entrega en Madrid de los galardones de la XVII edición de sus premios Tiflos de Periodismo, en un acto en el que han participado el presidente de la Organización, Miguel Carballeda; el director general de Políticas de Apoyo a la Discapacidad del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, Ignacio Tremiño, y el secretario general de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE), Jesús Picatoste. Los galardonados en esta edición han sido: en la categoría de Prensa



Integrantes del encuentro organizado por Telefónica en el Espacio Fundación de la compañía sobre propuestas orientadas al talento joven ABC



Ganadores y organizadores de los premios Tiflos de Periodismo de la Fundación ONCE tras la entrega de los galardones ABC



De izquierda a derecha, José Luis Bermejo, Fernando García-Mercadal, Antonio Pau y Manuel Tuero, en la Real Academia de Jurisprudencia ABC

Escrita, la periodista Martín Mucha, de «El Mundo»; Francisco Carrión, de la web del mismo diario, en la categoría de Periodismo Digital; el reportaje «La vida en Down», emitido por Televisión Española, en la categoría de Televisión, y Olga Jiménez Sevilla, por el reportaje «Te doy mis ojos», de Cadena Ser Vitoria, en la categoría de Radio.

La Congregación de San Fermín de los Navarros celebra la fiesta de su patrón

La Real Congregación de San Fermín de los Navarros celebra, hoy y mañana, la fiesta de su patrón con distintos actos en la iglesia de San Fermín de los Navarros de Madrid (calle Eduardo Dato, 10).

Los actos darán comienzo, hoy lunes, a las 12 horas, con los toques del himno de Navarra por el carillón de la Iglesia. Tras el chupinazo, con cohetes y música sanferminera, se ofrecerá un vino y chistorra en la acera del paseo de Eduardo Dato, 10. El martes, a las 20 horas, se celebrará una misa cantada por Voces Navarras, de Estella, y oficiada por el padre J. Martínez Arrechea, SJ, tras la cual se ofrecerá un ágape popular con música y canciones en el patio de la Real Congregación.

PRESENTACIÓN «Código de Ceremonial y Protocolo»

En la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación ha tenido lugar la presentación del «Código de Ceremonial y Protocolo», editado por el Boletín Oficial del Estado. El acto estuvo presidido por Antonio Pau, presidente de la Sección de Derecho Premial de la corporación y consejero de Estado. Tomaron la palabra Manuel Tuero Secades, director del Boletín Oficial del Estado, y el general auditor Fernando García-Mercadal, responsable de la selección y ordenación de las normas que figuran en el Código.

A continuación, el doctor José Luis Bermejo Latre, profesor titular de Derecho Administrativo de la Universidad de Zaragoza, pronunció una conferencia sobre «La revocación de honores en el ordenamiento jurídico español».



laSexta: la tercera cadena privada más vista de España

El canal de Atresmedia cierra su mejor temporada histórica con un 7,7% de cuota por delante de Cuatro

C. García

MADRID- «Nosotros no sólo somos una cadena que hace televisión, sobre todo ejercemos el periodismo crítico, más aún en estos tiempos de vértigo que estamos viviendo», afirma Antonio García Ferreras, director de laSexta, que subraya que la cadena de Atresmedia lleva «33 meses de crecimiento consecutivo respecto al mes anterior». La fusión con Antena 3, lejos de minimizarla, la engrandeció porque «se ha respe-

tado la identidad de la cadena y se han fortalecido los programas de actualidad e información con distintos formatos como «Al rojo vivo», «laSexta Noche», «Más vale tarde», «El objetivo», «Salvados»... Todos son complementarios. Tenemos vocación de servicio público y dar respuestas a lo que está pasando. Creo que la audiencia así lo valora, ya que nos han convertido en una cadena de referencia en información porque ni somos conformistas ni indiferentes», explica.

Y los espectadores los arrojan en esta propuesta televisiva que tiene su columna vertebral en la actualidad política, económica y social. Ha finalizado esta temporada con un

«PRIME TIME»
9,9%
DE CUOTA DE PANTALLA; CRECE 1,1 PUNTOS

7,7 de «share», lo que la convierte en la tercera cadena privada más vista de nuestro país y supera con holgura a su directa competidora: Cuatro. En «prime time» la cifra se incrementa hasta el 9 por ciento de «share», su mejor dato histórico, y toma ventaja en 2,3 puntos a Cuatro, al lograr un 34 por ciento más de audiencia.

«laSexta es una cadena híbrida en la que tienen cabida varios géneros; además del atributo valiosísimo de la información, la cadena ha acertado en su evolución en los programas de entretenimiento. Ofrecemos tres programas diarios en directo: «Zapeando», «El intermedio» y «En el aire», además de otros programas que se han convertido en marca de la casa como «Pesadilla en la cocina», «El jefe» y «El club de la comedia», explica Mario López, el director de antena de la cadena. También les están haciendo sucesivos guiños a los seriefilos con la emisión de «Refugiados» —la primera ficción española en la que Atresmedia se alió con la BBC—, la emisión de la primera temporada de «True Detective» en abierto, y «Extant», la nueva producción de Steven Spielberg.

Llegar a la mayoría

Su vocación es llegar a la mayoría de los espectadores. Mensualmente conectan en algún momento con la cadena 39 millones de espectadores, una cifra prácticamente idéntica a Antena 3, Telecinco y La 1. Su perfil de audiencia es uno de los más deseados por los anunciantes: edades intermedias, clases altas, población universitaria, grandes consumidores de internet.

¿Y para el futuro? «Seguir siendo una referencia en la actualidad, tener una rejilla de programación diversa, en la que nos estamos abriendo a nuevos contenidos y potenciar en el espectador la percepción de que ya hemos alcanzado la categoría de una cadena grande», afirma López.



Arriba, Antonio García Ferreras; abajo de izda. a dcha., Alberto Chicote, Ana Pastor y Jordi Évole



Imatges amb radiació

ÍGOR KOSTIN (1936-2015)

Un dels primers fotògrafs que va arribar a Txernòbil després de la catàstrofe nuclear

La imatge que va capturar la seva càmera el 26 d'abril del 1986 ja forma part de la història. Igor Kostin va ser un dels primers reporters que va fotografiar el desastre nuclear de Txernòbil el dia que va tenir lloc. La forta radiació va velar les pel·lícules. De les fotos que va fer Kostin només se'n va salvar una, convertida després en símbol de la catàstrofe nuclear.

Testimoni d'excepció d'aquell primer moment, i en els anys posteriors dels treballs de neteja, aquest fotògraf ucraïnès va morir el 10 de juny passat en un accident de trànsit a prop de Kíev.

(prop de 600.000) que van anar enviant per tancar el reactor i descontaminar la zona.

Les seves imatges van impactar el món sencer, però també els funcionaris de la Unió Soviètica, que van veure en aquestes fotos les famílies obligades a buscar una altra casa o als nens nascuts després de l'accident amb malalties i deformacions.

Per les fotografies històriques de Txernòbil Igor Kostin va rebre molts premis, entre els quals el més prestigiós: el World Press Photo. Però també una alta dosi de radiació, de la qual es va haver de recuperar en hospitals especialit-

central nuclear ja era un veterà fotògraf de premsa a Kíev. Va ser un dels primers a assabentar-se del que havia passat gràcies que un pilot d'helicòpter amb qui solia treballar el va alertar que hi havia un incendi a la central nuclear.

Poc després d'haver arribat al lloc del sinistre, la radiació va començar a afectar les càmeres. Només una foto es va salvar i es va enviar a Moscou. Però no es va publicar fins al 5 de maig. La visita a Txernòbil no havia estat autoritzada pel poder soviètic.

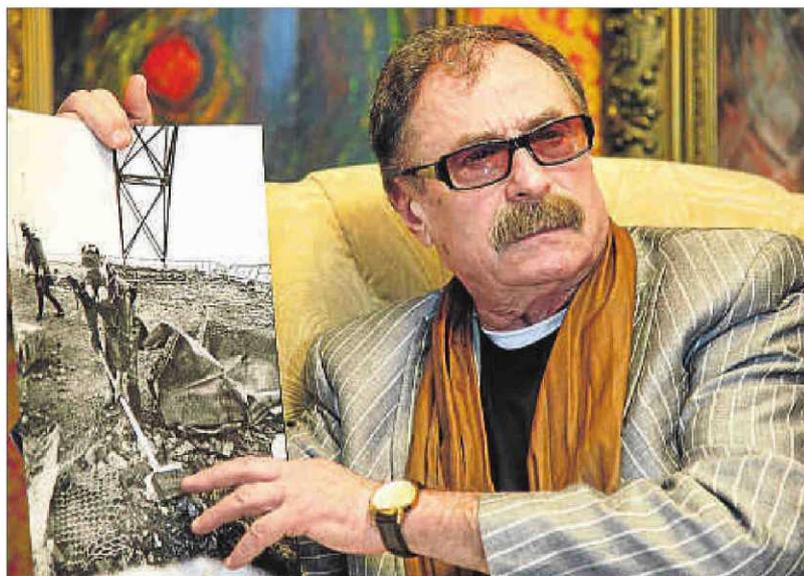
"No hi va haver cap informació oficial. Només un petit breu al *Pravda*", recordava el mateix fotògraf en una entrevista a l'agència russa Ria Novosti el 2011.

L'elit ucraïnesa començava a enviar els seus fills fora de Kíev. No hi havia manera d'aconseguir un bitllet de tren. Kostin recordava en l'entrevista que el 2 de maig va sortir amb el seu fill al carrer per fer unes fotos al teatre i que va començar a ploure sobre Kíev. "Fins ara no puc perdonar-me aquest pas-

seig: la pluja portava pols de castanyes radioactiva". Després va enviar al seu fill a Odesa, a casa d'uns amics.

El 5 de maig, quan les autoritats van decidir deixar d'amagar la catàstrofe, Kostin va rebre permís per viatjar a la zona. El primer que el va impressionar va ser una filera de refugiats fugint d'un territori destruït. "Vaques als camions, els estris de la gent, autobusos plens de persones. Gairebé com a la guerra que havia vist jo quan tenia cinc anys", recordava.

GONZALO ARAGONÉS



El 1986 Kostin treballava per a l'Agència de Premsa Nóvosti (APN). Però fer fotos de la central nuclear de Txernòbil i de la ciutat fantasma de Prípiat es va convertir des d'aleshores en un tema de tota la seva vida.

Val a dir que després d'aquell dia fatal, Igor Kostin va baixar dues vegades al reactor destruït número quatre, va pujar cinc vegades al sostre del tercer reactor, contaminat amb restes radioactives, i va sobrevolar cinquan-ta vegades la central en helicòpter per fotografiar els liquidadors, els ciutadans de la Unió Soviètica

zats del Japó, Rússia i França.

Kostin va néixer a l'actual territori de Moldàvia poc abans de la Segona Guerra Mundial i va conèixer la fam durant l'ocupació alemanya. Després del servei militar es va dedicar a l'esport i va estudiar i va treballar com a enginyer. Però ho va abandonar tot per la fotografia. Abans de Txernòbil, amb l'APN va cobrir els conflictes bèl·lics en els quals estava implicada l'URSS, com per exemple la guerra del Vietnam o la intervenció soviètica a l'Afganistan.

Així que quan va esclatar la



Los DirCom españoles: periodistas de 34 años y 50.000 euros anuales

El 20% de las empresas invierte un millón de euros en comunicación

Eva Díaz MADRID

Los DirCom son de esas profesiones que necesitan ser escuchadas varias veces para saber qué significan. El acrónimo procede de Director de Comunicación, aunque la misma profesión tiene más de cien acepciones distintas: jefe de prensa, responsable de comunicación...

Modernidades aparte, crece el número de empresas que cuentan con un Plan de Comunicación Integral y necesitan profesionales para reflejarlo y enfrentarse a los medios de comunicación y a las redes sociales. Ahí entran los DirCom. El perfil medio de los responsables de la comunicación en España se dibuja en tres pinceladas: titulado en periodismo, de entre 34 y 49 años y con un salario bruto superior a los 50.000 euros anuales, según la encuesta 'El Estado de la Comunicación 2015', presentada por la Asociación de Directivos de Comunicación.

La dependencia del nivel ejecutivo de una compañía con su responsable de comunicación, aumenta. Actualmente, en el 52 por ciento de las empresas, el presidente, el

Menos salario y más horas en Latinoamérica

La investigación Latin American Communication Monitor (LCM) revela que los Directores de Comunicación de los países de América del Sur reciben un salario medio inferior a los 10.000 dólares (9.016 euros) brutos anuales. El informe concluye que el 12,5 por ciento de los comunicadores opera al margen de los objetivos corporativos, excede sus horarios laborales en hasta un 50 por ciento y desconoce el comportamiento de las audiencias en las redes sociales.

director general, el consejero delegado o el comité de dirección interviene y se implica en la estrategia comunicativa.

Pese a la toma de conciencia de la importancia de la comunicación,



Presentación del Anuario de la Comunicación 2015. DIRCOM

la crisis también azota este ámbito. El presupuesto del departamento se ha reducido en el 65 por ciento de los casos y sólo ha aumentado en el 14 por ciento de las compañías. La cantidad varía en función

del tamaño de la sociedad: el 27 por ciento de las empresas tienen hasta 50.000 euros de presupuesto, el 43 por ciento; entre 50.000 y un millón de euros y el 20 por ciento sobrepasa esa cifra. Sin embargo, la

mayoría de empresas españolas, concretamente el 62 por ciento, sólo tiene a un único responsable de comunicación.

Un ejemplo de éxito

La ciudad de Burgos amaneció el 16 de noviembre de 2014 con una cortina de humo que empañó algo más que el cielo: el futuro de los mil empleados de La Bureba. Tan sólo un mes más tarde, en plena navidad, la compañía lanzó un anuncio televisivo protagonizado por Santiago Segura, Chus Lampreave, Chiquito de la Calzada, los bomberos de la ciudad e incluso trabajadores reales de la compañía. También aparecía el fallecido Gila ironizando el desastre: "¿Mucho humo y huele a chamusquina? Sí, eso va a ser un incendio". El responsable de la comunicación corporativa de Campofrío, Jaime Lobera, confesó a la Asociación de Directivos de Comunicación que en un principio se planteamos no salir con el anuncio: "Sin embargo decidimos dejar de mirarnos al obligo y hacer un homenaje a todos los que estaban quemados por situaciones mucho peores que la nuestra". Ahora siente que la estrategia de comunicación fue un éxito, tal y como recoge el Anuario de la Comunicación 2015.

Los guardianes de la reputación de las empresas prevén que en cinco años su esfuerzo se centre en internet y en las redes sociales. Mientras llega, se aplican la frase del visionario de su profesión, Arthur W. Page, nacido en el siglo XIX: "Calma, paciencia y buen humor".



RTVE recibirá 50 millones extra de subvención

ROSARIO G. GÓMEZ, Madrid

Después del duro recorte que el Gobierno del PP le aplicó a la televisión pública en 2012, Hacienda está ahora dispuesta a incrementar en 50 millones de euros la subvención directa que el Estado otorga a RTVE. Este aumento, sin embargo, no servirá para enjugar las pérdidas que la corporación ha ido acumulando en los últimos años ya que en 2016 afronta un gasto extra: los Juegos Olímpicos de Río.

Las líneas básicas del presupuesto elaborado por el presidente de RTVE, José Antonio Sánchez, y la SEPI (accionista único de la sociedad) incluyen, por primera vez en cuatro años, una subida en la aportación del Estado como compensación por el servicio público que presta. Según fuentes de la corporación, de los 290 millones de este año se pasará el próximo a 340, lo que supone poco más de una tercera parte del presupuesto de RTVE, que se situaría en 974 millones (un 2,7% más que el actual). La propuesta será debatida esta semana por el Consejo de Administración, donde el PP goza de una cómoda mayoría.

El incremento en la aportación del Estado será absorbido por la retransmisión de los Juegos

de Verano, cuya cobertura podría oscilar entre los 70 y 90 millones, incluyendo el pago de las imágenes, desplazamiento de periodistas, equipos técnicos y conexiones. En 2012, la emisión de la cita olímpica de Londres supuso un desembolso extraordinario de 70 millones, una factura que contribuyó a cerrar aquel ejercicio con 113 millones de pérdidas. Dos años después, los Juegos de invierno de Sochi engulleron otros 30 millones.

Aunque TVE adquirió los derechos del Río-2016 hace años, es norma de la cadena que el gasto que supone la compra de cualquier contenido (una serie, un paquete de películas o un campeonato de fútbol) se compute en el ejercicio que se consume, es decir, cuando se emite.



Sede de RTVE en Torrespaña, junto a la torre de comunicaciones. / CARLOS ROSILLO

En el capítulo de ingresos, RTVE quiere también ampliar en otros 50 millones el dinero que recibe a cuenta de la tasa que pagan todos los operadores por usar el espacio radioléctrico. La corporación aspira que el Gobierno le transfiera unos 380 millones, pero esta pretensión choca con un problema: la ley de financiación limita a 330 millones el techo de fondos que la televisión pública puede recibir por la tasa radioléctrica. "Para

incretar la aportación habría que cambiar la ley", apuntan fuentes de la corporación. Con esta subida de la tasa radioléctrica se pretende compensar la bajada contemplada en la recaudación por la tasa de las *telecos* y las televisiones privadas.

Además, RTVE prevé recaudar unos 45 millones por la comercialización de sus productos, incluyendo en esta partida los ingresos procedentes del patrocinio de programas, los únicos

vinculados a la publicidad que entran en sus arcas desde que en 2010 desaparecieron los anuncios convencionales.

En cuanto a los gastos, TVE tendrá que hacer frente también al alquiler de platós para producir sus programas tras la venta de los Estudios Buñuel.

Para intentar cuadrar las cuentas, RTVE confía en recibir 80 millones por la devolución del IVA, una batalla que desde hace años libra con Hacienda.



Hoy comienza en El Escorial, impulsado por el diario *Cinco Días* (grupo PRISA), un curso en la Universidad Complutense que durante tres días será un centro de reflexión internacional de los principales actores de los derechos intelectuales de la creación, el conocimiento y la comunicación.

Vamos a navegar entre el miedo y la audacia, y defender con convicción que el derecho intelectual es el motor de arranque y el pilar esencial de la convergencia del humanismo y la tecnología. Así ha sido desde la herencia de la tradición oral, desde los primeros manuscritos, de las investigaciones de la agrupación de estudiantes de Bolonia de 1088. Y luego convergencia heredera de la Ilustración, de la libertad de prensa y de imprenta.

Es esta convergencia la que nos convoca para conocernos y compartir comunidad, redes y conocimiento, al mundo de la creación, las artes, la academia, la tecnología y los medios de comunicación. Como señalaba el preámbulo del proyecto de reforma de la ley de la propiedad intelectual de 1934, impulsado por el Ministerio de Instrucción Pública y Bellas Artes, "... las ideas relacionadas con la propiedad intelectual y los medios de expresión del pensamiento...".

Estos medios de expresión del pensamiento desempeñan un papel hoy día esencial en la creación y distribución digital de la industria cultural, y donde conviven la digitalización del primer número del primer periódico impreso de 1631 de *La Gazette* con la noticia instantánea de un tuit, el nuevo lanzamiento del servicio Apple Music con los agregadores en *streaming* de las radios tradicionales como Radioplayer o la nueva producción de Netflix.

Es el momento de ser pioneros en la clarificación de conflictos existentes en el mercado de los derechos y la configuración de los nuevos servicios, de analizar la carencia actual de remuneración a los creadores en el mundo digital, de las discusiones con-

Entre el miedo y la audacia

JOSÉ MANUEL GÓMEZ BRAVO

ceptuales de la comunicación pública, de los nuevos modelos de gestión de los derechos, los servicios en la *nube*, del papel de las nuevas plataformas, incluidas las educativas. Tanto titulares como usuarios vindican una eficaz lucha contra la piratería digital.

Para los organismos de radio y televisión y sus servicios digitales es esencial la adopción del Tratado OMPI de Radiodifusión (que

Es el momento de crear una agenda digital de los derechos intelectuales

lleva 18 años elaborándose y son los únicos titulares que carecen de tratado internacional actualizado). Para su sostenibilidad en el nuevo escenario digital, es necesario no abonar licencias más elevadas que en los servicios tradicionales; así como la aplicación de los principios de neutralidad tecnológica y defender una plena armonización legislativa europea de propiedad intelectual.

Es el momento en nuestro país de crear una verdadera agenda digital de los derechos intelectuales a los que se preste una atención prioritaria por parte de la sociedad civil y de los agentes políticos, y de emprender la doble aventura de participar activamente en la creación del mercado único digital europeo y de impulsar un mercado iberoamericano digital de derechos y promover la implantación de licencias iberoamericanas.

La agenda digital de los derechos intelectuales de la creación, del conocimiento y de los medios de comunicación debe ser concebida por consenso como un pacto de Estado, entendiendo que es un verdadero valor estratégico, yacimiento de empleo y vanguardia de un país, patrimonio y seña de identidad de progreso de un país.

Esta apuesta por la defensa del talento será una oportunidad real de crecimiento y desarrollo educativo, social y económico. Nada valdrá poder enlazar con millones de obras, noticias, de *streams* si no creamos una cultura del respeto, desde la escuela, al creador y sus derechos, a la justa remuneración y a la competencia leal.

Debemos entender que la magia del deleite de escuchar *Mediterráneo*, de leer un diario, del disfrute de *El invierno en Lisboa* y del jazz de sus páginas, del *Concierto de Aranjuez*, de la retransmisión de la Copa América, de compartir el sueño y desvelo de un guionista o disfrutar a través de la radio de una ventana al mundo, de una red de talentos o del *podcast* de *Serial* nace del apoyo a la idea original y de los cimientos construidos por los derechos intelectuales.

Como siempre, el periodista, el escritor, el pintor, el fotógrafo, el poeta, el inventor, el músico, el editor navegan entre el miedo y la audacia. Pero puestos a escoger entre el miedo y la audacia, siempre la audacia.

José Manuel Gómez Bravo es abogado, especialista en derechos de propiedad intelectual e industrias culturales.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/15	"Los griegos no saben qué votan mañana" / La Vanguardia	55	3
05/07/15	Manifestation de soutien au Collège des journalistes de Catalogne / Demain	58	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
04/07/15	Economia Digital incorpora nous periodistes i signatures d'anàlisi / Economia Digital	60	1
04/07/15	Consternada, la FIP denuncia el asesinato de dos periodistas mexicanos en menos de una semana / IFJ Global	61	1
04/07/15	TVE lidera la manipulación informativa sobre Grecia / Periodistas en Español	62	1
06/07/15	Elena Odriozola Premio de Ilustración 2015 en España / Periodistas en Español	63	1

Col·legi de Periodistes de Catalunya



"Los griegos no saben qué votan mañana"

Sábado, 4 de julio de 2015

El influyente periodista heleno Nick Malkoutzis considera que ambas partes han cometido errores en el problema de Grecia. Es una cara conocida del periodismo griego. Nick Malkoutzis colabora en varios medios internacionales y es director adjunto de la edición inglesa del diario Kathimerini y fundador de Macropolis. Estuvo ayer en Barcelona invitado por Apec y el Col-legi de Periodistes para recoger el Premi Ernest Udina a la Trayectoria Europeista de 2015. ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? Si miras a los últimos años ambas partes hicieron grandes errores. El sistema político griego ha fracasado en llevar a cabo un proyecto convincente para salir con sus propios pies de la crisis económica. Los europeos han insistido en implementar un programa diseñado para conseguir objetivos fiscales pero que no da la posibilidad a la economía griega de crecer y crear empleos. ¿Qué votan exactamente los griegos mañana? Uno de los problemas es cada uno tiene una interpretación diferente de lo que se va a votar. Este es el punto conflictivo de este referéndum, más que la idea de convocarlo. Tal como se ha planteado, hay griegos que piensan que votan para quedarse en el euro; otros creen que se está decidiendo si aceptar las condiciones impuestas por los acreedores y hay quien lo interpreta como un voto para dar a Tsipras un nuevo mandato para negociar. Esto crea confusión. Cuando el referéndum debería ser el proceso electoral más sencillo: una pregunta, sí o no. En Portugal, Irlanda y España la austeridad ha funcionado. Ahora crecen. ¿Por qué con Grecia no vale? Las comparaciones no valen. Los números en Grecia son mucho peores. Portugal dice que hizo los deberes y que ahora les va muy bien. E invita a hacer lo mismo. Pero el ajuste fiscal llevado a cabo por Atenas ha sido tres veces superior que el de Portugal. Es cierto, el punto de partida de Grecia era más bajo y esto es culpa nuestra. Pero hemos hecho un esfuerzo superior. Además las crisis eran diferentes: en Irlanda hubo una crisis bancaria, en España una burbuja inmobiliaria. Grecia, a diferencia de Portugal nunca tuvo una economía exportadora. La deuda y el dinero involucrado en el rescate griego son superiores y esto hace que el impacto en la sociedad sea superior. Esto al final pone en jaque la aplicación del mismo programa. Y en esto estamos ahora. La sostenibilidad política y social del programa de reformas exigidas ha llegado a su límite. La gran mayoría de los griegos quieren quedarse en el euro, pero muchísimos están en contra de la austeridad. ¿No es contradictorio? Siete de cada diez griegos quiere quedarse en el euro. Pero se calcula que entre un 25% y un 30% de estos están también en contra de la austeridad. O esta gente vive fuera de la realidad política. O simplemente son personas que creen que la austeridad es incompatible con la idea de Europa. Lo que es seguro es que este colectivo ha sido hasta ahora ninguneado, tanto por las instituciones europeas como por el gobierno griego. Son los que sienten que han pagado durante años y a los que no se les ha ofrecido a cambio ninguna esperanza. Llevan desde el 2010 escuchando un montón de promesas de que las cosas irán a mejor y luego no es así. A pesar de ello, creen que la pertenencia a Europa merece la pena. Digamos que

creen que otra Europa es posible. ¿Si gana el no, todavía puede haber acuerdo? Tsipras cree que el no le da legitimidad para buscar un acuerdo. Los acreedores en cambio opinan que en este caso la historia se ha acabado. Pero si después de un referéndum en un país de la UE tenemos a un gobierno que se sienta en la mesa para negociar y en la otra parte no hay nadie, perjudicaría la imagen de la Eurozona. Sería una señal muy negativa desde un punto de vista democrático. El verdadero problema es que no hay tiempo. Porque los plazos están muy apretados. El día 20 de julio debe devolver 3.500 millones al BCE y los bancos están prácticamente sin liquidez. Sólo hay tres cuatro días para negociar, no tres cuatro semanas. El FMI reconoce ahora que la deuda griega no se puede pagar. Esto es lo que decía Syriza. ¿Por qué se rompieron las negociaciones? El FMI reconoce ahora que la deuda griega no se puede pagar. Esto es lo que decía Syriza. ¿Por qué se rompieron las negociaciones? La pregunta es porqué el FMI no dijo esto hace tres meses. Todas las partes han estado bailando alrededor del problema sin solucionarlo de verdad. Nadie puede negar hoy en día de que hay que reestructurar la deuda griega. Los europeos, para que sus ciudadanos lo acepten, deben explicar que los griegos a cambio se comprometen a hacer reformas. La cuestión es identificar este algo: una reforma de pensiones o del sistema fiscal pero siempre que sea sostenible para el país. Mire, la verdad es que las partes estuvieron muy cerca de lograr un acuerdo. Lo que ocurrió es que el gobierno de Atenas, cuando en su última propuesta aceptaba un aumento de los impuestos, pensaba que se le reconocería cierta flexibilidad. Pero les devolvieron su papel lleno de tachaduras en rojo. Y esto, aunque fuese algo simbólico, hizo mucho daño. También había un problema práctico: Tsipras sabía que hubiera sido un acuerdo que el Parlamento griego, donde Syriza tiene mayoría, nunca hubiera votado. Decidió entonces pedir al pueblo su opinión. ¿Cuándo abrirán los bancos? Es lo que la gente se pregunta ahora. Creo que los bancos tienen muy poca liquidez. Es posible que el lunes las entidades no estén en condiciones de pagar los 50-60 euros que se pueden retirar en estos momentos. Sólo podrán abrir si el BCE les facilita liquidez. O si el gobierno imprime su propia moneda. ¿A los griegos no les asusta volver al dracma? Hay mucha división. Hay los que dicen que no tienen nada que perder. Y otros, los que votan sí, que temen que lo van a perder todo. Yo creo que hay dos aspectos a considerar. A corto plazo el proceso de transición de una divisa a otro requiere organización y planificación, una coordinación de distintas ramas de la administración y lamentablemente no es el caso en Grecia ahora. A largo plazo, la devaluación del dracma podría incrementar la competitividad de la economía. El país sería barato y podría exportar más. Pero Grecia es un país que exporta muy poco. Y el turismo, su gran activo, no tiene mucho más recorrido del que tiene ahora, ya está en máximos de su capacidad. Así que El ministro Varufakis ¿todavía tiene poder que tenía? Cuando estalló la crisis se hizo un nombre. Es un hablador muy persuasivo. Su interpretación se consideró correcta y sus comentarios inteligentes. Pero a menudo sus intervenciones eran alejadas de la realidad política. Creo no fue una elección muy sabia ponerle en este lugar. Progresivamente ha quedado cada vez más claro que no encajaba en el puesto. Hoy por hoy Varufakis entra en las discusiones técnicas, pero no en las políticas. Creo que tanto él como el gobierno se han dado cuenta de todo esto demasiado tarde. ¿Es verdad que en Grecia nadie paga impuestos? Los que pagan, pagan mucho. Le doy un ejemplo. En 2011 se introdujo un impuesto de emergencia sobre la propiedad,

que estaba vinculado al consumo eléctrico. Se amenazó con cortar el suministro a quién no pagaba. Es un tributo muy caro e impopular. Se ha convertido en algo permanente. El año pasado, el gobierno previo captar 2.600 millones de euros. Al final recaudó 2.650 millones. El problema es la evasión en el IVA, la ausencia de recibos, los ricos que esconden su dinero en paraísos fiscales. De todas formas la evasión no se soluciona de un día para otro. Se necesitan recursos humanos y equipos. En una palabra, dinero. Que es lo que falta en el país en estos momentos. Todos tienen que hacer autocrítica. La zona euro no puede aceptar que un país de su zona tenga un paro del 26% durante años o que se tire años sin crecer. Se corre el riesgo de que esto pase a considerarse como algo normal. Hay que luchar contra esta idea, siempre de una manera responsable para impulsar cambios de actitud en la zona euro. No tienes que estar de acuerdo con Syriza. De hecho Syriza está haciendo daño a este planteamiento, porque ha cometido errores. Las razones

Manifestation de soutien au Collège des journalistes de Catalogne

Domingo, 5 de julio de 2015

El cas d'Ali Lmrabet. Els límits de la llibertat d'expressió al Marroc El Col·legi de Periodistes de Catalunya farà el pròxim dijous 9 de juliol, a les 19:00 hores, un acte en suport al col·legiat Ali Lamrabet, que es troba en vaga de fama a Ginebra on reclama davant de les Nacions Unides exercir com a periodista al Marroc. El periodista marroquí i col·legiat Ali Lmrabet ha començat una vaga de fam i protagonitza una protesta diària davant la seu de les Nacions Unides a Ginebra per exigir que el govern marroquí li permeti exercir de nou el periodisme al seu país, com explica en el portal del qual nés el director: www.demainonline.com. Amb aquesta protesta, que va començar el passat 24 de juny, Lmrabet demana a les autoritats del Marroc els seus documents d'identitat, que li han estat negats, per relençar la seva activitat periodística. El Col·legi de Periodistes de Catalunya vol donar visibilitat al cas de l'Ali i posar de manifest les dificultats que continuen existint per exercir al Marroc el periodisme en llibertat. Dijous 9 de juliol parlarem d'aquesta situació amb Medir Plandolit, redactor en cap a Espanya de VICE News, excorresponsal de TV3 al Marroc; Luis de Vega, periodista d'internacional de IABC i excorresponsal al Marroc; Laura Feliu, dona d'Ali Lmrabet i Marc Vidal, Vicedegà del Col·legi de Periodistes. LLOC: Col·legi de Periodistes de Catalunya (Rambla Catalunya 10) Medir Plandolit, redactor en cap a Espanya de VICE News, excorresponsal de TV3 al Marroc Luis de Vega, periodista de la secció internacional de IABC i excorresponsal al Marroc Laura Feliu, dona d'Ali Lmrabet Marc Vidal, Vicedegà del Col·legi de Periodistes de Catalunya Comptarem també amb una fila de zero de periodistes que donen suport a Ali Lmrabet DIA : Dijous 9 de juliol de 2015 HORA: 19:00h

Periodisme i Mitjans de comunicació



Economia Digital incorpora nous periodistes i signatures d'anàlisi

Sábado, 4 de julio de 2015

Economia Digital ha culminat l'1 de juliol la selecció i posterior contractació de dos nous periodistes, que desenvoluparan les responsabilitats informatives des de la redacció central de Barcelona. Les incorporacions donen continuïtat a la combinació present en l'actual plantilla, formada per periodistes d'àmplia experiència però també per joves valors, especialistes en mitjans digitals. A continuació es resumeix la trajectòria dels dos nous integrants. Leonor Mayor (Barcelona, 1967): llicenciada en dret i periodisme i màster de gestió tributària per Esade. Ha treballat a Expansión i El Mundo, mitjans des dels quals ha aportat informacions polítiques i econòmiques de primer ordre. Ha col·laborat a més a TV3, TVE, RNE, BTV i Catalunya Ràdio, entre d'altres. Xavier Alegret (Barcelona, 1981): llicenciat en periodisme per la Universitat Ramon Llull. Ha exercit pràcticament tota la seva carrera professional en el periodisme econòmic, en diaris com Avui i Ara. Està especialitzat en informació laboral, energia i motor. Amb anterioritat, els últims mesos, s'havien incorporat així mateix a la redacció d'Economia Digital: Pablo Jiménez (Orense, 1988): llicenciat en periodisme per la Universitat de Santiago de Compostel·la. Especialitzat en periodisme digital, ha treballat a La Voz de Galicia i en diversos mitjans nadius d'Internet. Ha estat responsable dels plans de comunicació d'organitzacions sense ànim de lucre. Carles Huguet (Barcelona, 1992): llicenciat en periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona. Procedent de La Vanguardia, va culminar a GOL (editat per Economia Digital) les seves pràctiques. Aquesta incorporació està alineada amb el compromís per detectar els recentment llicenciats més solvents i oferir-los una sortida professional. Una vegada anunciada a l'equip la incorporació dels nous companys, el director d'Economia Digital, Manel Manchón, també ha comunicat l'inici de les col·laboracions de tres prestigiosos analistes en els àmbits de la macroeconomia i la tecnologia. Jordi Maluquer de Malnoms (Barcelona, 1946): prestigiós historiador econòmic, catedràtic d'història i institucions econòmiques de la Universitat Autònoma de Barcelona, autor del recent L'economia espanyola en perspectiva històrica (passat i present). Jordi Sabater (Barcelona, 1966): enginyer tècnic agrícola i llicenciat en biologia, periodista, amb una llarga trajectòria en mitjans com Cinco Días. És especialista en les tecnologies de la informació. Els últims deu anys ha dirigit la secció de noves tecnologies a la revista Consumer. Fede Duran (Cadis, 1977): periodista i escriptor. Ha col·laborat amb les redaccions d'El País, Expansión, El Correo de Andalucía i Diario de Sevilla. El 2009 va publicar Guantes Negros, un llibre de relats, a què va seguir la seva primera novel·la, La mirada de Monica Vitti (2012). Està especialitzat en política i noves tecnologies.

Consternada, la FIP denuncia el asesinato de dos periodistas mexicanos en menos de una semana

Sábado, 4 de julio de 2015

La Federación Internacional de Periodistas (FIP) se suma a su afiliado nacional el Sindicato Nacional de Redactores de la Prensa (SNRP) en condenar el asesinato de dos periodistas en Oaxaca y Veracruz, los dos estados que suman la mayor cantidad de homicidios a periodistas. Nuevamente, México ha sido escenario del asesinato de quienes tienen por trabajo informar a la sociedad: el día 2 de julio comenzó con la noticia del asesinato de Filadelfo Sánchez Sarmiento, locutor del noticiero principal de una estación radial de Oaxaca, para luego darse a conocer el descubrimiento del cuerpo sin vida del periodista Juan Mendoza Delgado, quien había sido reportado como desaparecido el martes 30 de junio. La muerte del oaxaqueño Filadelfo Sánchez Sarmiento se dio luego de recibir al menos siete balazos frente a la radiodifusora donde trabajaba. Paralelamente, el cuerpo de Juan Mendoza Delgado (residente del municipio Medellín de Bravo, donde también vivía el primero secuestrado y después asesinado periodista Moisés Sánchez Cerezo) fue encontrado muerto bajo circunstancias que autoridades judiciales señalan como atropellamiento, aunque no hay huellas de golpes que sostengan esa teoría. Los miembros del Comité Ejecutivo Nacional del SNRP exigieron a la Procuraduría de Oaxaca que no se descarte el ejercicio periodístico de Filadelfo Sánchez Sarmiento como el móvil del crimen, tomando en cuenta la posible implicación de autoridades estatales o municipales en el homicidio. Según Leonardo Olivas Ortiz, Secretario General del SNRP, el sindicato denuncia que Desde 2011, cuatro periodistas permanecen desaparecidos en Veracruz, otra de las entidades más peligrosas para ejercer periodismo en México. Desde el inicio de la administración de Javier Duarte, trece comunicadores han sido asesinados, y otros han tenido que abandonar el peligroso estado para ejercer el periodismo. La Federación Internacional de Periodistas se suma a la SNRP en señalar el clima de violencia que, si bien es generalizado, se da con especial fuerza en los estados de Oaxaca y Veracruz; a la vez que exige, junto a la comunidad periodística internacional, la inmediata actuación de las autoridades para que se de un cambio en el contexto de impunidad preponderante en todo el país. Resulta indispensable para corregir al menos en parte la injusticia del asesinato de estos comunicadores que no se descarte la pista profesional de la investigación de estos crímenes, procedimiento habitual en las investigaciones judiciales.

TVE lidera la manipulación informativa sobre Grecia

Sábado, 4 de julio de 2015

Cuando hace unos días publiqué un artículo comentando lo avergonzado que me sentía de ser periodista español vista la manipulación que se estaba produciendo sobre el enfrentamiento entre Grecia y el resto de países de la Unión Europea no imaginaba el paroxismo que se avecinaba ante el referéndum convocado por Alexis Tsipras para saber si sus conciudadanos quieren seguir sometidos a las políticas de austeridad o están dispuestos a buscar otras alternativas. Se publicó seguidamente un artículo de Félix Población en el que citaba varios titulares que abundaban en esa manipulación: Nada mejor, para comprobar una vez más el grado de dependencia de la dictadura financiera de nuestros medios de comunicación convencionales, que asistir a la pluralidad informativo/opinativa que se estampa en las portadas de los diarios nacionales de nuestro país: Los populistas de Syriza imponen el corralito en Grecia, titula ABC. Pánico al corralito de Tsipras, dice La Razón. Calma irreal antes del pánico. Grecia se somete al corralito, leemos en El Mundo. Grecia se sumerge en el caos financiero y ordena un corralito, titula El País. Y después se ha conocido un comunicado del Consejo de Informativos de TVE en defensa de la obligada neutralidad e imagen de independencia de los servicios informativos de la televisión pública en el que considera rechazables e inapropiados los tuits emitidos por la enviada especial de TVE a Atenas [Susana Burgos], en los que no sólo toma partido en una cuestión sobre la que va a informar, sino que además lo hace con expresiones inapropiadas que rozan el insulto al jefe de gobierno de Grecia. Visto el tuit de referencia, es evidente que la dirección de Televisión Española no está por informar de lo que sucede en Grecia y, como bien dice el Consejo de Informativos, Susana Burgos ha quedado inhabilitada desde un punto de vista deontológico para informar sobre la situación en Grecia y debería ser sustituida de inmediato. Y no es consuelo saber que la audiencia de los informativos de TVE ha caído sustancialmente y que no podrán manipular a tantos españoles como cuando eran cabeza de todas las televisiones pocos años atrás, porque hace dos días quedé pasmado delante de la pantalla viendo como en Telecinco entrevistaban a varias personas de una fila para sacar dinero de un cajero en Atenas, los presentaban como jubilados sufridores del corralito impuesto por Tsipras y, según la traducción en directo, se quejaban de que con 60 euros al día no tenían suficiente para hacer la compra en metálico. Es evidente que algo fallaba en esa información. Con estos antecedentes, hay que suponer que hoy, 4 de julio de 2015, víspera del referéndum en Grecia, será mejor pasar de los grandes medios y buscar en la prensa digital fuentes independientes que nos cuenten qué mensajes ha enviado realmente Tsipras al pueblo griego sobre las consecuencias de votar sí o votar no, porque los españoles también nos jugamos mucho en este envite. ¿Te interesan nuestros contenidos? Apoya el periodismo independiente con Dropcoin

Elena Odriozola Premio de Ilustración 2015 en España

Lunes, 6 de julio de 2015

Elena Odriozola Belástegui ha sido galardonada en España con el Premio Nacional de Ilustración correspondiente a 2015 por su capacidad de renovación siguiendo una línea propia y coherente y por el potencial narrativo de su obra. Elena Odriozola Belástegui El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte concede este galardón con el objetivo de reconocer y distinguir el conjunto de la labor realizada por un ilustrador español en el ámbito del libro y de las letras españolas. La dotación económica de este premio es de 20.000 euros. Según los datos facilitados por el Ministerio, Odriozola (San Sebastián, 1967) estudió arte y decoración. En 1997 empezó a trabajar como ilustradora y desde entonces ha ilustrado más de 100 libros publicados en España, Francia, Reino Unido, México y Taiwán en euskera, español, gallego, catalán, inglés, francés, portugués, chino, japonés, coreano, alemán, italiano, brasileño, holandés, polaco y turco. Por sus trabajos ha obtenido numerosos premios y reconocimientos. Fue seleccionada en 2005 para la exposición Ilustrísimos. Panorama de la ilustración infantil y juvenil en España en la feria del libro de Bolonia, donde España fue el país invitado; incluida en la lista de honor del Ibbby en 2006 con el libro *Atxiki sekretua*; recibió el segundo Premio a las Mejores Ilustraciones Infantiles y Juveniles del Ministerio de Cultura en 2006 por su trabajo en el libro *La princesa que bostezaba a todas horas*; ha sido seleccionada en la Bienal de Bratislava en los años 2003, 2013 y 2015; ha obtenido el Premio Euskadi de ilustración en 2009 por su trabajo en el libro *Aplastamiento de las gotas de Julio Cortázar* y en 2013 por el libro *Tropecista* de Jorge Gonzalvo; fue seleccionada para la exposición de la Feria de Bolonia en 2010; reconocida con el CJ Picture Book Award 2010 en la categoría new publications con el libro *Oda a una estrella de Pablo Neruda*; invitada en las 28ª y 30ª Mostra Internazionale d'illustrazione per l'infanzia *Le immagini della fantasia*; y Premio Junceda Internacional 2014 por *Frankenstein* de Mary Shelley entre otros. El Jurado, presidido por Teresa Lizaranzu, directora general de Política e Industrias Culturales y del Libro, ha estado compuesto por Mónica Fernández, subdirectora general de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas; Óscar Julve, designado por la Asociación Profesional de Ilustradores de Cataluña; Paula Pérez i de Lanuza, por la Asociación Profesional de Ilustradores de Valencia; Tomás Hijo, por la Asociación Profesional de Ilustradores de Madrid; Víctor Rivas, por la Asociación Gallega de Profesionales de la Ilustración; Iker Ayestaran, por la Asociación Profesional de Ilustradores de Euskadi; Iban Barrenetxea, por la Federación de Asociaciones de Ilustradores Profesionales (FADIP); Sara Moreno, por la Organización Española para el Libro Infantil y Juvenil (OEPLI); Isabel Mateo, por la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando; Amparo Serrano, por el Centro de Estudios de Género de la UNED; Pep Carrió, por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte; y los dos últimos autores galardonados: José Ramón Sánchez Sanz y Carme Solé Vendrell. ¿Te interesan nuestros contenidos? Apoya el periodismo independiente con Dropcoin