



23/11/2015

Recull de Premsa Cap de Setmana



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

50



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
23/11/15	PRIMERA JORNADA D'INTERCANVI ENTRE MOSSOS D'ESQUADRA I PERIODISTES DE LA CATALUNYA CENTRAL / Regió7	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/11/15	PERIODISMO Y OTROS AMORES DIFÍCILES / El País -Babelia	9	1
21/11/15	EN BUSCA DE OTRA TELEVISIÓN / Abc	10	2
21/11/15	JOAQUÍN ESTEFANÍA ECONOMISTA Y PERIODISTA ¿DEBERÍAMOS HABLAR DE DOS DÉCADAS PERDIDAS" / El País	12	1
21/11/15	LES BALEARS RECUPERARAN AL DESEMBRE EL 3/24 I EL CANAL 33 SUPER3 / Ara	13	1
21/11/15	DONES QUE LLEPEN / El Punt avui	14	2
21/11/15	DE LA PREHISTORIA AL PRESENTE DE LA INFORMACIÓN ON-LINE / La Razón	16	1
21/11/15	'MATAR AL MENSAJERO': PERIODISMO Y POLÍTICA / Expansión	17	1
21/11/15	PREGO, NUEVA PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID / Abc	18	1
21/11/15	EL CONSELL D'INFORMATIUS DE TVE ES QUEIXA DE FALTA DE PLURALITAT / Ara	19	1
21/11/15	¿DEBE EXISTIR UNA TV PÚBLICA? / Abc	20	1
21/11/15	IGNACIO DEL CASTILLO, PREMIO VODAFONE DE TELECOMUNICACIONES / Expansión	21	1
21/11/15	VICTORIA PREGO ARREBÁTALA PRESIDENCIA DE LA APM A CARMEN DEL RIEGO POR 12 VOTOS / La Razón	22	1
21/11/15	EL GOVERN VALENCIÀ VOL QUE LA NOVA RTVV ESTIGUI EMETENT EN EL TERMINI MÀXIM D'UN ANY / Ara	23	1
20/11/15	COMUNICACIÓ PLANAS, PREMI A LA COMUNICACIÓ NO SEXISTA / Diari de Sant Cugat	24	1
20/11/15	PROTAGONISTES / Tot Sant Cugat	25	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
22/11/15	TITULARES PARA LA SUPERACIÓN: ABC, JUNTO A LA DISCAPACIDAD / Abc -Suplemento	26	2
22/11/15	UN LENGUAJE CAPAZ DE REFLEJAR LA REALIDAD / Abc -Suplemento	28	1
22/11/15	APUESTA DECIDIDA POR LA DISCRIMINACIÓN POSITIVA / Abc -Suplemento	29	1
22/11/15	LA FUERZA ESTÁ CON DISNEY / El País -Negocios	30	1
22/11/15	YOUTUBE ENTRA EN LA PUJA POR EL DOMINIO DE LA MÚSICA ONLINE / Abc -Empresa	31	1
22/11/15	EL PAÍS OFRECERÁ LA SEÑAL DEL DEBATE DEL 30-N A LAS TELEVISIONES Y WEBS / El País	32	1
22/11/15	SOBREVIVIR A NUEVE JEFES EN RNE / El Mundo	33	1
22/11/15	ABC, PREMIADO CON CINCO «EUROPEAN NEWSPAPER» POR LA CALIDAD DE SU DISEÑO / Abc	34	2
22/11/15	ELS ENCREUATS D'EN GIRALT per EL DEFENSOR DEL LECTOR Pep Collelldemont / El Punt avui	36	1
22/11/15	TVE Y RAMÓN GARCÍA ENCIENDEN LA NAVIDAD EL PRÓXIMO VIERNES / Abc	37	1
22/11/15	EL VATICANO JUZGARÁ A DOS PERIODISTAS POR UNA FILTRACIÓN / El País	38	1
22/11/15	L'ESPAI DE TV3 ANALITZARÀ LES AJUDES AL DESENVOLUPAMENT / Ara	39	1
22/11/15	UN CUPÓN DE LA ONCE EN EL DÍA MUNDIAL DE LA TV / Abc	40	1
22/11/15	VICTORIA PREGO, NOVA PRESIDENTA DE L'APM / Ara	41	1
22/11/15	VERDAD, MEDIA VERDAD, FALSO / El Mundo	42	1
22/11/15	REPORTEROS DE GUERRA / El País	43	1
22/11/15	RADIO CLÁSICA COMPLEIX 50 ANYS EN L'AIRE / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	44	1
23/11/15	LA CNMV INVESTIGA UN 'AGUJERO' DE CASI 450 MILLONES EN EL GRUPO PLANETA / El Economista el Superlunes	45	1
23/11/15	LA INDEMNIZACIÓN POR PROPIEDAD INTELECTUAL ADMITE LOS DAÑOS MORALES / El Economista el Superlunes	46	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Títular/Medio	Pág.	Docs.
23/11/15	PERIODISTAS Y DESEMPLEO, POR JOSÉ LUIS FRAILE / El Economista el Superlunes	47	1
23/11/15	IRÁN CONDENA A UN PERIODISTA DE EE UU SIN ACLARAR A CUÁNTOS AÑOS / El País	48	1
23/11/15	L'IRAN CONDEMNA PER ESPIONATGE UN CORRESPONSAL NORD-AMERICÀ / Segre	49	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





DEBAT

Primera jornada d'intercanvi entre Mossos d'Esquadra i periodistes de la Catalunya Central

► Mossos i periodistes de la Catalunya Central han compartit una jornada de treball per aprofundir en el coneixement mutu d'aquests dos col·lectius. El comissari de la regió central, Sergi Pla, va ser l'encarregat d'obrir i conduir l'acte, en el qual també van intervenir l'intendent portaveu dels Mossos, Xavier Porcuna, el sotsinspector de l'Àrea Regional de Trànsit, Avel·lí Garcia, l'inspector de l'àrea d'investigació Ramon Roig i el vicepresident de la demarcació de la Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, Enric Badia. Les intervencions van anar seguides d'un debat entre periodistes i mossos sobre les necessitats i els mètodes de treball d'uns i altres. Aquesta és una experiència que es du a terme per primera vegada a la Catalunya Central, i que té la voluntat de repetir-se. Hi van participar periodistes i responsables del cos de les diferents comarques centrals.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





SILLÓN DE OREJAS

Periodismo y otros amores difíciles

Por Manuel Rodríguez Rivero

DEBIMOS DARNOS CUENTA a los primeros síntomas, cuando desde los departamentos de mercadotecnia de los grandes periódicos comenzaron a promover entre los lectores una nueva "lealtad" más basada en los regalos con cupón que en los contenidos generales y en las opiniones de quienes los hacían: durante una época uno volvía del quiosco (entonces aún abundaban) con el periódico y un huésped insólito que podía ser cacerola o cedé. Luego, mucho antes de la crisis, cambió el paradigma de la recepción de la información escrita; las nuevas tecnologías y la ideología y las liturgias del gratis total (en la Red, pero también en los "diarios" de lunes a viernes que se regalan en la boca del metro) contribuyeron a cambiar una certeza que, con variaciones y cambios tecnológicos diversos, se había mantenido vigente desde la época en que Addison y Steel fundaron *The Spectator*: que para estar informado (y "opinado") era preciso pagar a quienes proporcionan la información o la glosan con rigor. Ahora, cuando abundan quienes creen que el periodismo de papel es un vestigio del pasado (o, peor, una ruina pintoresca), resulta posible caminar ocho o diez manzanas por el centro de las grandes ciudades españolas (pongamos que hablo de Madrid) sin encontrar un quiosco, un elemento antes fundamental del paisaje urbano que va desapareciendo a un ritmo aún más intenso que las librerías. Y lo que es peor: ahora también es posible no encontrar ni quioscos ni puntos de venta de periódicos en lugares tan estratégicos como grandes intercambiadores de transporte urbano e, incluso, estaciones de cercanías (hagan la prueba). Se me agolpan esos y otros pensamientos mientras leo, intentando no sumergirme en una melaza de nostalgia, algunos de los extraordinarios artículos editados (por Vicente Campos) en *¡Extra, Extra!* (Ariel), un *reader* sobre el periodismo de denuncia y, más particularmente, sobre el que llevaron a cabo los *muckrakers* estadounidenses entre finales del siglo XIX y las dos primeras décadas del XX. Un periodismo de auténtica investigación *avant la page*—a veces anterior a la introducción en las redacciones de las máquinas de escribir con teclado *querty*—que apuntaba a lo que de verdad impor-

taba a la gente, y que también tenía en su punto de mira a los amos de los grandes periódicos y a quienes deformaban la realidad en provecho propio (ya decía Karl Marx, que también era periodista y editor, que el primer problema del periodismo era ser un negocio). Un periodismo pio-

constancia de la peripecia de su vida de expatriada. En la segunda parte, y ya puesta bajo el "numen tutelar" de Samuel Johnson, Agnello Hornby se exploya no sólo en la descripción y las anécdotas de sus lugares favoritos —paseos, mercados, iglesias, jardines, tiendas, rincones—, sino

acabó encontrando acomodo con su "hogar" en el cobertizo de *mister Bennett*. No se la pierdan cuando la estrenen por aquí.

Constatación

HACE MES Y MEDIO, ante el anuncio de la inminente publicación de *Dos años, ocho meses y veintiocho noches* (Seix Barral), la última novela de Salman Rushdie —de quien primero admiré su talento literario y luego su lucidez y valentía moral—, me preguntaba cómo se las iba a ingeniar su editora para cubrir el enorme anticipo que, según mis topes, había pagado a la agencia Wylie por los derechos de su publicación en castellano; los datos de ventas de los últimos libros del anglo-indio, publicados por Penguin Random House, no permitían hacerse muchas ilusiones. Pero reconozco —y perdonen que me ponga confesional— que después de ver publicado mi comentario me quedé con un poco de mal cuerpo, como con la sensación de ser un profeta de catástrofes. Luego leí el libro —no lo pude terminar— y me volví a hacer la pregunta inicial, ahora con más fuerza: he sido demasiados años editor como para no olfatear cuándo un libro *publicado* (un importante matiz) tiene o no potencial de ventas. Bueno, pues algo más de un mes después de su publicación (el 6 de octubre), y con toda la promoción ya hecha, la novela solo ha conseguido vender hasta la fecha en que esto escribo unos 2.300 ejemplares. Para que se hagan una idea de la magnitud del desastre: 20 días después del libro de Rushdie, la misma editorial puso a la venta *El secreto de la modelo extraviada*, de Eduardo Mendoza, una novela sin duda mucho menos ambiciosa, pero mucho mejor construida y resuelta (además de bastante más divertida), de la que se han vendido hasta la fecha 5.800 ejemplares. Ya sé que las ventas de un libro no son un indicador válido de su calidad literaria. Y que, por ejemplo, Faulkner tardó 10 años en vender la primera y poco nutrida edición de *El ruido y la furia* (1929). Pero aquel "espléndido fracaso" (como lo llamó su autor) tenía dentro mucho talento y una enorme audacia, y la novela de Rushdie, lo siento, pero no. Y es que para estrellas, las del cielo. Sobre todo en literatura. •

Maggie Smith, en el rodaje de *The Lady of the Van*, de Nicholas Hytner. Foto: Nicola Dove

nero, el de los *muckrakers*, queregonaba con su práctica orgullosa una verdad que sólo ponen en cuestión los totalitarios: que el *oficio* así entendido es inseparable de la auténtica democracia.

Londres

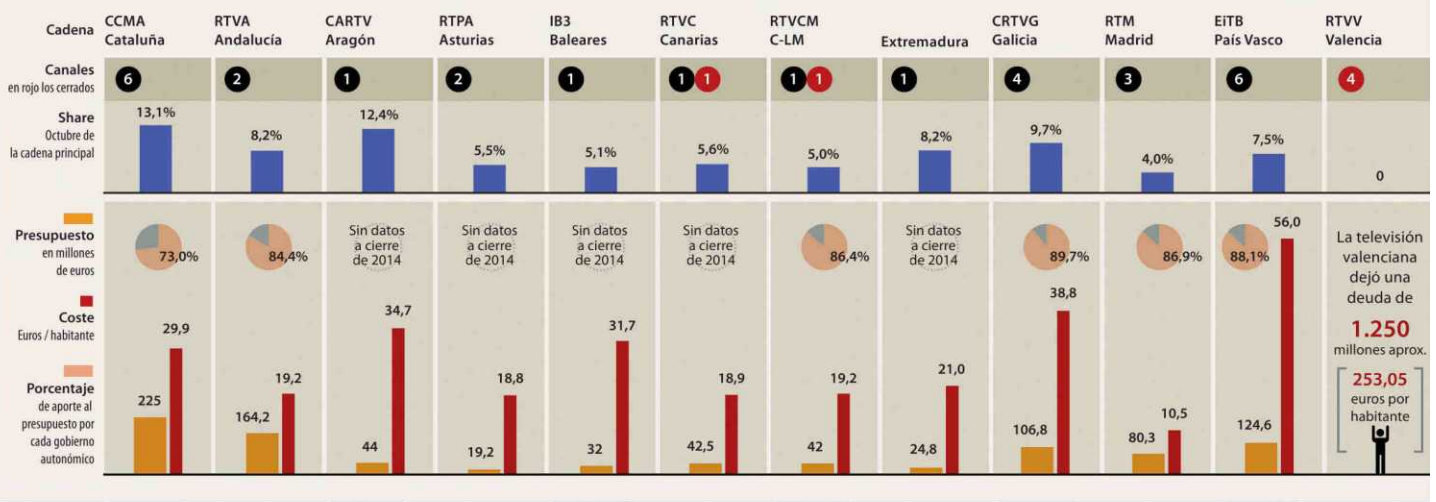
ME LLEVÉ DE VIAJE a la ciudad "mayor y más grande de la Tierra" (así la calificaba Conrad en *El corazón de las tinieblas*) *Mi Londres*, de Simonetta Agnello Hornby, un estupendo *travelogue* y un apasionado homenaje a la ciudad publicado por Gatopardo, una nueva editorial barcelonesa con un catálogo inicial de lo más interesante. La autora siciliana, cuyas novelas han sido publicadas por Tusquets —hoy un sello de Planeta— y que hace muchos años vive y trabaja en Londres, es en su primera parte una autobiografía en la ciudad amada, en la que la autora deja

también en la observación del carácter y las manías de los londinenses, algo que contempla con parecida sorpresa o extrañeza a la de que hacía gala —más de dos siglos antes— Leandro Fernández de Moratín en las páginas de su diario dedicadas a la capital inglesa. Por cierto que durante mi estancia en la ciudad tuve ocasión de ver la película *The Lady of the Van*, basada en el estupendo relato (y luego obra teatral) del mismo título de Alan Bennett. La historia, publicada en 2009 por Anagrama como *La dama de la furgoneta*, se centra en la pintoresca relación (verdadera) establecida durante una década entre el autor y Miss Shepherd (magistralmente interpretada por la grandísima Maggie Smith), una indigente que se estableció con sus pertenencias (bolsas de plástico, botellas semivacias de whisky, etcétera) en sucesivas camionetas desahuciadas y aparcadas en el vecindario de Camden Town, y que

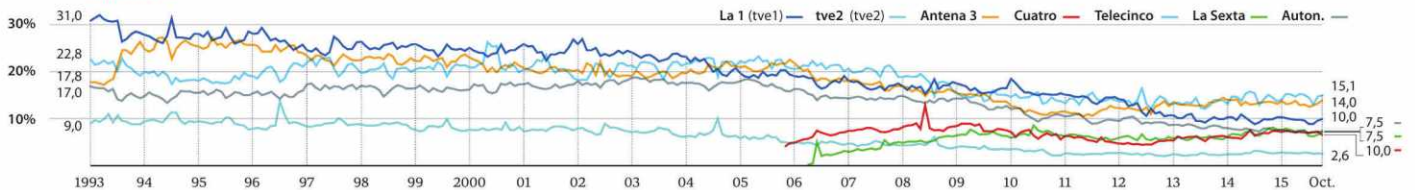


PROPUESTAS DE ABC PARA LA CAMPAÑA DEL 20-D

El costo de las televisiones públicas



Audiencia de las cadenas desde que RTVE dejó de emitir como cadena única



En busca de otra televisión

► El problema de España es que no hay modelo audiovisual «ni se le espera»

LUIS ÁNGEL DE LA VIUDA MADRID

Desde un chalet de la madrileña calle del Paseo la Habana, el ministro de Información y Turismo, Gabriel Arias Salgado, pronunció en 1956 las primeras palabras de Televisión Española: «Hoy, 28 de octubre, domingo día de Cristo Rey, a quien ha sido dado todo el poder en los cielos y la tierra, se inauguran los estudios de Televisión Española». El 19 de noviembre de 1966 empieza a emitir la Segunda Cadena, conocida como «la UHF». El 12 de septiembre de 2006 se creó la Corporación de Radio y Televisión Española, actualmente vigente, que al poco tiempo de su puesta en vigor provocó la fuga de su primer director general para el que se había hecho esta televisión un tanto a su medida.

Las emisiones regulares de Televisión Cataluña empezaron el 16 de enero de 1984. Sucesivamente, se fueron

posicionando en el dial televisivo las televisiones autonómicas de diverso pelaje y condición, que han permanecido con un coste desorbitado, excepto Canal Nou, que dejó de emitir en 2013.

La ley de Televisión Privada de 1988 da como resultado que el 28 de agosto de 1989 se concedan 3 concesiones: Antena 3 (ahora Atresmedia), Gestevisión-Telecinco (ahora Mediaset) y Sogecable, ésta para emitir en pago, incumpliendo las normas de la convocatoria. En 2005 el Gobierno de Zapatero concede dos canales en abierto: Cuatro y la Sexta, adjudicado al heterogéneo y luego frustrado grupo Gestora de Inversiones Audiovisuales, que capitanea Roures. Finalmente, el 16 de octubre de 2015, se abren nuevos canales que se destinan a Antena 3, Telecinco, Real Madrid Club de Fútbol, Grupo Secuoya y Kiss TV España.

Hasta aquí, el desbarajustado y folclórico panorama de la televisión en Es-

paña, que tiene su origen y su desarrollo en la falta de un modelo racional y equilibrado, en el que destacan los intereses, casi siempre inconfesables de tantos, y la falta de rigor técnico y profesional de casi todos. El modelo británico de la BBC, para muchos imitable, a pesar de su permanente dialéctica entre el gobierno y los profesionales, presenta un esquema claro de división entre televisión privada y pública, un sistema de financiación reconocible y una historia más que aceptable.

En España no hay modelo; «ni se le espera». Desde su beatífico nacimiento, en TVE se han sucedido glaciaciones de partidos políticos, de equipos directivos, se han concitado intereses particulares y desafíos sindicales que hacen de la Corporación un campo de agramante de codicias e inconsistencias. Cada partido viene con su receta y cuando se atisban síntomas de corrección, un nuevo descalabro borra lo

bueno y agudiza lo malo. TVE, con más de 6.000 trabajadores con gran capacidad, tiene que recurrir permanentemente a la producción ajena y cuando, como en estos días, los excelentes periodistas pueden evidenciar sus valores profesionales, los sindicatos los tachan de insolidarios y alteran su tarea.

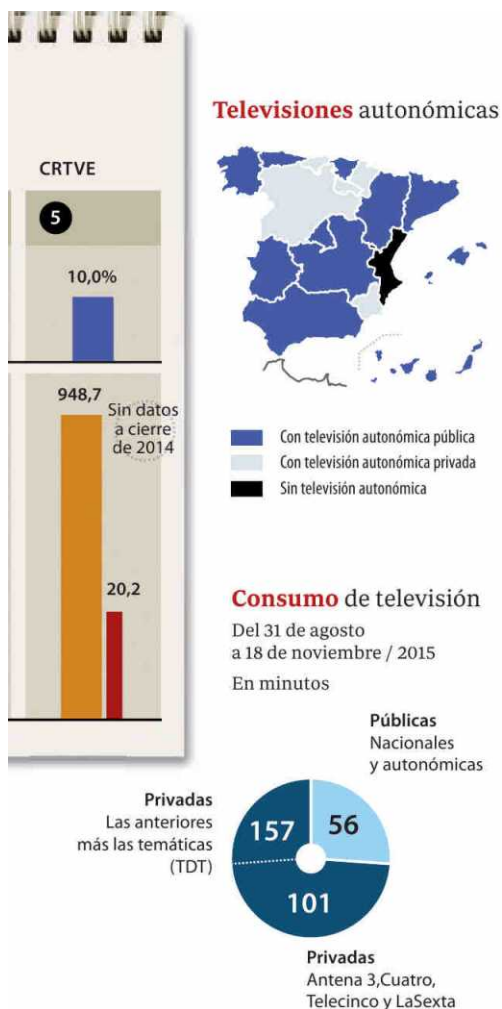
Las televisiones autonómicas se han convertido en el coto privado de los partidos gobernantes, que giran sin el menor escrúpulo ante cada cambio político, como en Castilla-La Mancha.

Alguien ha dicho que en España la televisión pública, aunque sea esta TVE con sus contradicciones, sólo se justifica en parte por la televisión privada que padecemos. Las cuatro principales cadenas, en manos de desahogados empresarios extranjeros, no consiguen disimular con espacios atractivos y modernos la alta cuota de televisión de obligada y gratificada emisión, que alumbraba, cuando se produce un acontecimiento como los terribles atentados de París, que nadie sea capaz de cortar la emisión para dar paso a los servicios informativos y dejan la reseña de tan dolorosos hechos en manos de comediantes de la nueva farsa.

Resulta penoso dar cuenta de este panorama, pero otra visión sería engañosa. La pregunta es: ¿podremos ponernos de acuerdo para hacer una televisión atractiva, tolerante y decente?

La necesidad de un ente público

La televisión pública solo se justifica, en parte, por la televisión privada que padecemos, con cuatro principales cadenas en manos de extranjeros



LAS CLAVES

► Falta de modelo

Tras las televisiones públicas llegaron las privadas. Comenzaron los concursos, las denuncias y los cierres de canales, a las que han sucedido nuevas adjudicaciones

► Una televisión pública cambiante

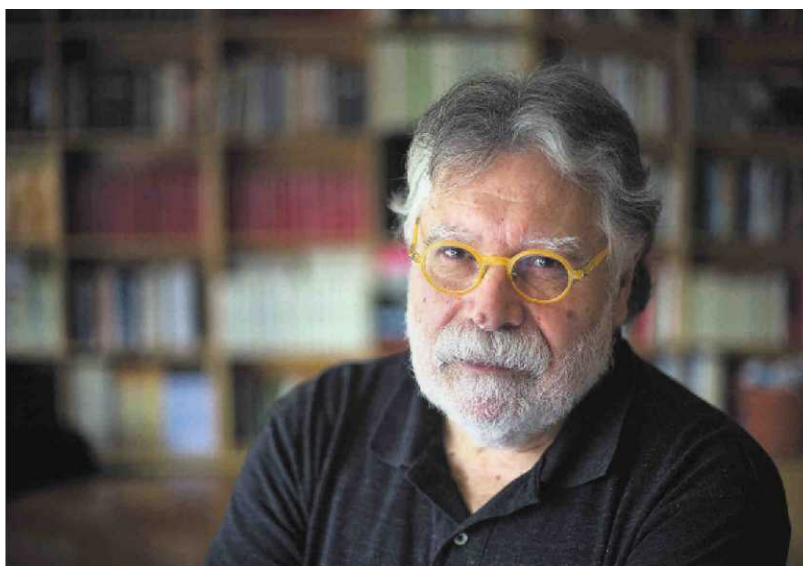
TVE y muchas cadenas autonómicas están en ocasiones a merced de los partidos gobernantes

► Privadas sometidas al espectáculo

«Padecemos» nuestras televisiones privadas, que con sus atractivos programas se quedan a veces sin capacidad de reacción ante grandes eventos informativos

► Necesidad de consenso

No hay un acuerdo sobre el modelo de televisión pública que queremos, y tampoco se vislumbra sencillo lograr un acuerdo entre los implicados



Joaquín Estefanía, esta semana, durante la entrevista. / GORKA LEJARCEGI

JOAQUÍN ESTEFANÍA Economista y Periodista

“Deberíamos hablar de dos décadas perdidas”

MANUEL V. GÓMEZ, Madrid
“Había que hacer ya un balance de lo que ha sucedido”. Y, la verdad, el que hace Joaquín Estefanía de los ocho años de crisis en la primera frase de *Estos años bárbaros* (Galaxia Gutenberg) es “devastador”: “Más pobres, más desiguales, más precarios, menos protegidos, más desconfiados, menos demócratas”. Este libro es uno de los dos que acaba escribir el periodista madrileño y que aparecen ahora. En el segundo, *Keynes. Las posibilidades económicas de nuestros nietos* (Taurus), su papel es más el de un seleccionador e introductor de siete textos del gran economista británico.

El carácter de quien fuera director de EL PAÍS entre 1988 y 1993 transmite optimismo. Se nota al hablar, en sus gestos, en el tono de la voz. Pero las conclusiones de su análisis de la Gran Recesión son lúgubres. Vaticina Estefanía (Madrid, 1951) que cerrar todas las heridas abiertas, si es que eso es posible, costará mucho. “No se puede hacer un pronóstico de lo que va suceder, pero en el corto plazo no se ve ninguna posibilidad de que la gente que se ha quedado atrás en esta crisis, básicamente el 30% de la población [que más ha perdido] vaya a recuperar los niveles de bienestar, salariales y de protección de 2007”.

¿Por qué, si la primera causa de la desigualdad es el paro y está bajando? “Lentamente. Si fuéramos heterodoxos, deberíamos hablar de dos décadas perdidas, no de una: de la que ya se ha perdido desde 2007 hasta ahora, y de la que viene por delante. Esto es lo que va a costar, por lo menos, en recuperar el bienestar de antes. Hay que empezar a contar ahora, que es cuando se crea empleo”.

Esta es la hipótesis del libro *bárbaro* que Estefanía expone en

“De esta crisis salimos sin una teoría general con la que gobernar”

“Si decimos que todos somos culpables de la crisis, nadie es culpable”

las primeras páginas y con la que avisa al lector de lo que se va a encontrar en las casi 300 que le restan por leer. “Si a partir de ahora se diese por clausurada la crisis denominada Gran Recesión y las zonas más afectadas por la misma [el sur de Europa] volviesen a una cierta ‘normalidad’, las características negativas no desaparecerán porque se han hecho estructurales”.

Austeridad expansiva

¿Por qué? Las políticas económicas de “austeridad expansiva” y reformas estructurales aplicadas en los últimos años “han dado lugar a un modelo [...] que va a quedarse entre nosotros durante largo tiempo”. Eso es así, entre otras cosas, porque en esta crisis “no ha habido una respuesta alternativa a las políticas de austeridad que se han implantado desde Bruselas”. Ni siquiera la socialdemocracia europea, cuyo modelo keynesiano dominó la Europa posterior a la Segunda Guerra Mundial, ha opuesto resistencia. “Desde hace algún tiempo, la socialdemocracia se ha convertido en una especie de gemelos de Alicia a través del espejo. Es decir, la diferencia que ha habido muchas veces entre la socialdemocracia y los partidos conservadores ha sido de un centímetro ideológico”.

Tampoco ahora hay alternativa. “De esta crisis salimos sin una teoría general con que gobernar”, aparece Keynes, el referente, el economista que escribió en 1936 la *Teoría general del empleo, el interés y el dinero*. “De la Gran Depresión se salió con la Teoría General...”. “No quiero ser pesimista del todo”, continúa, “si se produjese un giro más o menos organizado en el sur de Europa, en Portugal, en España, en Francia, en Italia, en Grecia... Pero eso es un futuro. No hay una teoría armada como la de Keynes”. De los nuevos partidos (Podemos, Syriza), defiende que “tienen una cosa buena: han introducido una mecha en partidos tradicionales”.

Además de hacer un balance, Estefanía aprovecha *Estos años bárbaros*, el título parafrasea una película de Fernando Colomo, “para priorizar los responsables”. “Porque aquí se ha producido una falacia ideológica, que es decir que los políticos son los responsables de lo que ha ocurrido, o los reguladores. Lo son en parte. Pero los primeros son los golfos, los golfos *apandadores*”, ataca, con una expresión que ha utilizado en estas mismas páginas desde 2008, para englobar a los “bancos de inversión. Los que generaron las *subprime* y manipulaban tipos. Esos son los golfos”. Después de ellos, los políticos. “Y en tercer lugar, el mundo de las ideas”.

¿Y los ciudadanos que se hipotecaron? ¿Los votantes que no castigaban? “También, pero si decimos que todos somos culpables, nadie es culpable. Si decimos que todos hemos incorporado la codicia a nuestras vidas, si llegamos a esa conclusión, nadie es culpable. Si de repente todos asimilamos que hemos vivido por encima de nuestras posibilidades, todas esas cosas... Eso no es cierto”. Y da un golpe en la mesa.



Les Balears recuperaran al desembre el 3/24 i el canal 33 - Super3

Els telespectadors de les Illes només hauran de resintonitzar el seu televisor

QUIM TORRES
PALMA

Les Balears recuperaran de manera imminent les emissions dels dos canals de la televisió autonòmica catalana, el 3/24 i el canal 33 - Super3, que van desaparèixer a l'arxipèlag al març, quan es va reordenar l'espai radioelèctric. En aquell moment governava encara a les Illes un PP amb majoria absoluta que no va fer res per evitar-ho al·legant que no hi havia solució. Ara governa un pacte progressista (PSIB i Més per Mallorca, amb suport de Podem) que ha anunciat el retorn de les emissions per a principis de desembre. La decisió evidencia que hi ha solucions tècniques quan hi ha voluntat política.

Des del març, la televisió en català a les Balears es limita a l'autonòmica IB3 (que encara no emet tota la programació en la llengua pròpia), a la cadena local privada Canal 4 i a TV3.cat, la versió internacional de TV3, que no emet ni pel·lícules ni retransmissions esportives sobre les quals no té drets fora de Catalunya. Tot i que el govern balear també vol recuperar les emissions ori-

ginals de TV3, això són figures d'un altre paner. Ara la prioritat és el retorn del 3/24 i del canal 33 - Super3.

Les emissions dels dos canals catalans es recuperaran "en un parell de setmanes", segons ha avançat el vicepresident Biel Barceló (Més). S'ha de dir que a Mallorca un parell no sempre són dos. El govern confia a fer-ho possible la primera quinzena de desembre. De moment, ja té la solució tècnica per respondre a una petició ciutadana, evidenciada en mobilitzacions quan es van fondre a negre els dos canals, i a un compromís signat en els acords de govern.

La solució, però, no s'escapa de la polèmica perquè passa per fer lloc als dos canals catalans en l'únic multiplex autonòmic de què disposen ara les Balears i que està ocupat per quatre canals: TV3.cat, Canal 4, IB3 i IB3 HD. Per fer-ho possible, s'ha encomanat un multiplexor estadístic, que adequarà l'ample de banda que utilitza cada canal a les necessitats de cada moment. Així, per exemple, si un d'aquests està emetent canvis dinàmics d'imatge necessitarà més ample de banda en detriment d'un altre que emeti imatges estàtiques.



El 3/24 i el C33-Super3 es van deixar de rebre a les Illes Balears al març, quan governava el PP, però ara l'esquerra els recupera. M. GARCÍA

La solució té avantatges i inconvenients. El principal punt a favor és que permet recuperar els senyals perduts ràpidament i amb un cost reduït per al govern. L'aparell, que es fa gairebé a mida i que encara no ha arribat, incrementa en 50.000 euros anuals el cost per les emissions que paga ara el govern, que puja a 750.000 euros a l'any. Serà qüestió d'instal·lar-lo, provar-lo i recuperar els canals. Però el principal avantatge és que serà gratuït per als telespectadors, que no hauran de tocar l'antena i només hauran de resintonitzar el seu televisor per recuperar els senyals, que s'oferiran pel canal 26 de l'espai radioelèctric.

L'inconvenient és que per rebre els dos nous canals amb aquest sis-

tema s'han d'estrenger la resta. Això farà que es redueixi la qualitat d'emissions objectiva i en alguns casos també la subjectiva –la que percep l'espectador– dels altres, excepte de Canal 4, que no es pot tocar perquè té assignat el 25% de l'ample de banda per adjudicació. La reducció de la qualitat d'emissió afectarà sobretot IB3 HD, que és la que més en té. Però, mentre el Govern defensa que la rebaixa és molt limitada i que la qualitat de l'autonòmica en alta definició encara serà superior a la d'altres televisions generalistes, la direcció d'IB3 es queixa. Val a dir que IB3 és ara l'últim reducte del PP a les Illes perquè l'esquerra encara no ha rellevat la cúpula de la televisió, una situació que es resoldrà aviat. ■



Anàlisi de la imatge femenina en els productes audiovisuals

Un estudi premiat pel Consell Audiovisual de Catalunya analitza la feminitat i les relacions sexuals i afectives en els vídeos musicals de l'escena independent del país

Dones que llepen

Gemma Busquets
BARCELONA

“Els homes miren les dones i les dones observen com són mirades.” És una de les frases més conegudes de l'escriptor John Berger, autor del llibre *Modos de ver* (1972). El concepte de “dona com a objecte de desig, representada per ser mirada”, el recorda la periodista i investigadora de la Universitat Rovira Virgili (URV) Núria Araüna, autora d'una tesi que analitza la feminitat i les relacions sexuals i afectives en els videoclip musicals de l'escena independent, un treball premiat pel Consell Audiovisual de Catalunya.

En la història de l'art s'ha usat el cos femení com a element estètic, associat també a la sexualitat i a l'eroticisme. “El que buscàvem analitzant els videoclips és detectar si hi havia hagut patrons de canvi en els models de la dona”, explica Núria Araüna.

Violència

L'autora va triar també els videoclips musicals com a producte audiovisual més transgressor que el cinema clàssic quant a representació de la dona, però tenint en compte, a més, que ha estat estudiat com a paradigma del sexisme: “Especialment en estils com el *hip-hop*, s'han mostrat representacions molt erotitzades de la dona o en què la dona és víctima d'agresions sexuals.” En aquest sentit, la investigadora ha diferenciat els videoclips del pop anglosaxó, que tenen un èxit global, dels vídeos de l'escena musical independent produïts per la indústria d'aquí. I en aques-

ta primera anàlisi ha detectat que, si bé en els vídeos musicals “estadísticament apareixen més dones exercint actes violents”, en els vídeos de grups *indie* la dona violenta no apareix amb aquesta càrrega i l'agressivitat es mostra per expressar una relació tempestuosa. Així doncs, hi ha diferències entre, d'una banda, l'arquetip de dona venjativa que plantegen Lady Gaga a *Bad romance* i Rihanna a *Mad down*, i de l'altra, la *femme fatale* paròdica que la realitzadora Lyona va fer per a *Bigoti vermell*, d'Anna Roig i l'Ombre de ton Chien. “És un arquetip problemàtic –dolenta, cruel i venjati-

El sexisme s'ha sofisticat amb elements de la cultura postfeminista, diu Núria Araüna

va–, perquè pot alimentar la misogínia”, explica la investigadora, que recorda que és una figura molt present en les heroïnes del cinema, com la protagonista de *Kill Bill*.

Quant a la sexualització i l'exhibició del cos de la dona “com un titella estètic”, la investigadora recorda que no vol censurar ni simplificar: “Un vídeo pot transmetre molts significats, entre els quals mostrar una dona amb poca roba i amb cànons de bellesa cosmètica, i no passa res.” Per Núria Araüna, el problema és estar



La iconografia reiterada de la fel·lació

El videoclip d'*Ice cream* de Battles, de la productora Canada (foto), mostra aquesta imatge iconogràfica reiterada d'una dona simulant una fel·lació. Núria Araüna recorda l'antecedent de *Les succettes* (1966), escrita per Serge Gainsbourg, en què France Gall cantava envoltada de piruletes. Araüna explica que hi havia la intenció d'invertir la imatge de nena bona de France Gall.



Talons castradors

La foto és del videoclip d'*Unters de fang*, de Mishima, en què “uns talons castradors trenquen uns ous”. Segons la lectura que en fa Núria Araüna, representa la masculinitat en crisi, ja que la figura de l'home apareix com un maniquí estàtic mentre la dona hi manté una actitud agressiva.

“envoltats d'una cultura audiovisual en què aquestes imatges són tan majoritàries”. I rebla: “El problema no són els vídeos, sinó tenir o no eines per interpretar-los.” Recorda els vídeos de la productora barcelonina Canada, tot

un referent i amb repercussió internacional: “Pel que fa al llenguatge audiovisual són excel·lents, però s'hi mostra un model de dona bastant restringit: molt jove, gairebé sempre blanca i amb tendència a ser la víctima de l'agressió



La dona venjativa (amb ironia)

L'arquetip de dona venjativa apareix en vídeos de pop anglosaxó com el de *Smile*, de Lily Allen. Núria Araüna analitza el vídeo que la realitza-

La periodista denomina aquest nou sexisme “il·lustrat” o “*hipster*”. “N'hi continua havent, de sexisme, però s'ha sofisticat amb elements de la cultura postfeminista i l'hem de saber llegir amb altres paràmetres”, conclou. ■

La periodista denomina aquest nou sexisme “il·lustrat” o “*hipster*”. “N'hi continua havent, de sexisme, però s'ha sofisticat amb elements de la cultura postfeminista i l'hem de saber llegir amb altres paràmetres”, conclou. ■



Sexisme il·lustrat

En el clip d'*Invisible light*, de Scissor Sisters, es fan al·lusions a *Belle de jour*. Per Núria Araña, aquesta justifica-

ció cultural que vol desactivar la crítica sexista sobre l'agressió a la dona no s'entén igual que en el film de Buñuel.



Relacions d'igualtat

L'autora destaca el vídeo que realitza Lyona per a Love of Lesbian del tema *Allí donde solíamos gritar*. Núria Araña considera que serveix

de decorat per a relacions d'igualtat en què els moments positius i negatius de la relació no són fruit d'una desigualtat de gènere.



Contemplació plaent

És un dels vídeos de la productora Canada sobre les relacions sexuals i afectives presentades com a positives i mútuament plaents: *Alegrías*

del incendio, de Los Planetas. L'autora recorda que els personatges femenins mostrats estan subjectes als canons de bellesa cosmètica.



Por *Sofía* LORENZO -Madrid

Renovarse o morir. En una época en la que la red manda y los gustos de los usuarios cambian constantemente, ofrecer a los lectores una imagen distinta y fresca, que además resulte atractiva visualmente, intuitiva y cómoda es primordial. Y más tratándose de un medio de información on-line donde la competencia es cada vez mayor y más dura. A pesar de lo que comunmente se cree, un diario on-line no supone ningún tipo de panacea respecto al papel y éste sigue manteniendo su importancia «demostrando que ambos formatos pueden convivir sin ningún tipo de problema», sentencia para LA RAZÓN Antonio Martín Beaumont, director del anterior Semanal Digital, que desde hace una semana se ha convertido en Esdiario.

«Hubo gente que pensó que el formato papel tenía los días contados. Yo no lo creo así», confiesa Beaumont. Y continúa: «Estoy convencido de la buena manera que tienen de convivir internet y el papel. Sí es cierto que la crisis puede acabar con él, pero lo mismo que se hace en papel se puede hacer en un formato digital y reservar el otro para una información más sosegada y relajada destinado al análisis».

Hace dieciséis años que Beaumont fundó el Semanal Digital, definido por él mismo «como el decano de la prensa en internet». Lo que nacía como un semanal de pensamiento político acabó, debido a su éxito, en un periódico diario. «Hemos conseguido un nivel de 100.000 usuarios únicos cada día y ser referentes en la red. Pero los tiempos cambian y esta maquinaria es cada vez más compleja, por lo que era hora de renovarse», explica el director.

Tras mucha investigación, el Semanal digital se refunda y cambia su nombre por Esdiario, fruto de la evolución de las siglas del el Semanal digital (ESD). Con Esdiario se garantiza que este periódico continúa manteniendo su esencia y un espacio donde el lector encontrará los contenidos que convirtieron a su predecesor en uno de los periódicos digitales favoritos por el público.

Pero no sólo es el nombre lo que ha cambiado, sino también el formato de su página web. «Hace dieciséis años vimos que internet era el futuro. Empezamos en una

**«CON ESTE DISEÑO
CADA LECTOR TENDRÁ
UN DIARIO ACORDE
A SUS GUSTOS», DICE
BEAUMONT**

época en la que la velocidad era muy lenta. Somos la prehistoria de la prensa digital», bromea. Estos años que les avalan les dan una cierta ventaja a la hora de conocer los gustos de sus consumidores y poder ofrecerles lo que ellos están esperando. El nuevo «site» tiene un diseño más y atractivo con tecnología de vanguardia y fácil de leer en cualquier dispositivo, ya sea ordenador, tablet o smartphone: «Apostamos por este cambio y un nuevo lenguaje, creando un periodismo adaptado a los vídeos y a las redes sociales».

Beaumont también explica que la web de Esdiario es completamente nueva y que «dependiendo de los gustos del lector y las visitas que vaya haciendo se ofrecen unos artículos u otros. Así, cada usuario tiene un periódico diferente, acorde con sus intereses y sus gustos». Además con el fin de ofrecer a sus lectores la mejor de las informaciones y sumar otros nuevos, también ha incorporado nuevas firmas.

El Semanal Digital, dirigido por Antonio Martín Beaumont, cambia de nombre y de diseño, pero mantiene su filosofía

DE LA PREHISTORIA AL PRESENTE DE LA INFORMACIÓN ON-LINE

Rubén Mondelo



**Hace 16 años que
Antonio Martín
Beaumont fundó
El Semanal Digital**



LA VENTANA INDISCRETA

Por **Eduardo Torres-Dulce Lifante**



‘Matar al mensajero’: periodismo y política

Kill the messenger (*Matar al mensajero*, 2014) advierte, como tantas otras películas actuales, que está basada en hechos reales. Hay como una prevención en la producción cinematográfica de ahora hacia la ficción, como si el maleamiento, por publicidad previa, exigencia de verosimilitud, abrumadora presencia de películas exageradas en la acción, de los espectadores les previniera ante ciertos argumentos.

O, quizás en el caso de *Matar al mensajero*, la prevención venga por el delicado tema que ofrece, la implicación del Gobierno de EEUU a través de la CIA en operaciones de narcotráfico en Centroamérica para financiar grupos de la contra. La consecuencia suponía inundar de droga barrios enteros, como South Central en Los Angeles. Ese fue el desafío al que se enfrentó el periodista Gary Webb, investigando para un pequeño diario californiano el *San José Mercury News*.

Una ventana al debate

Matar al mensajero es una suerte de cruce entre *thriller* de investigación y la crónica del enfrentamiento de la prensa libre contra el poder, representado aquí por la CIA. En este género de películas hay un referente indiscutible que es *Todos los hombres del Presidente*, que pergeñó Allan J. Pakula sobre el libro que los periodistas del *Washington Post*, Woodward y Bernstein, elaboraron sobre sus investigaciones del caso *Watergate*.

Dos películas recientes, *La verdad*, con el controvertido historial militar de Bush Jr. al fondo, y *Sicario*, sobre la implicación de la CIA en la eliminación de cárteles mexicanos, han revivido ese cine de denuncia que proliferó incluso en el Hollywood de los 60 y 70.

Matar al mensajero, que asume la modestia de una puesta en escena cercana a los productos televisivos –el director Michael Cuesta ha trabajado en *Homeland*–, ofrece en sus momentos más intensos tres vectores



KILL THE MESSENGER (MATAR AL MENSAJERO), 2014

- **Productor:** Bluegrass Films para Focus Pictures.
- **Director:** Michael Cuesta.
- **Guión:** Peter Landesman, basado en 'Dark Alliance' y *Kill the Messenger*.
- **Fotografía:** Sean Bobbitt.
- **Montaje:** Brian A. Kates.
- **Intérpretes:** Jeremy Renner, Rosemarie de Witt, Ray Liotta, Tim Blake Nelson y Andy García.
- **Duración:** 112 minutos.

de interés dramático y narrativo. Uno, la peripecia investigadora, que domina como un espíritu insaciable a Gary Webb, y que le lleva del mundo judicial californiano a los barrios devastados por la droga y a la jungla socio-política de Centroamérica. Dos, las tensiones de una redacción y una dirección del periódico acosada por la campaña orquestada por la CIA para desacreditar a Webb y que alimentan diarios tan progresistas como el *Washington Post* y el *New York Times*. Tres, la acosada vida familiar de Webb, que cada vez se sumerge más hondo en el desafío de su investigación, y los fantasmas de su pasada biografía.

El guión no siempre equilibra bien esas ambiciosas vías convergentes pero en todo caso su notable vigor narrativo y su decidido compromiso con el combate por la libertad de información junto con un reparto, especialmente Jeremy Renner como Webb, acaban convirtiendo a *Matar al mensajero* en una ventana abierta al debate y a la reflexión.



Victoria Prego vota en la sede de la APM el pasado jueves

EFE

Prego, nueva presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid

- La votación de listas abiertas mantiene al equipo directivo de la anterior presidenta

ABC
MADRID

El triunfo de la periodista Victoria Prego en las elecciones para presidir la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) frente a Carmen del Riego, responsable hasta ayer, abre el camino a la renovación en esta institución que aglutina a 7.383 asociados. La votación, la más reñida de la historia de esta institución, se saldó con 699 papeletas a favor de Prego frente a las 687 que cosechó la presidenta saliente, en el cargo desde hace cuatro años.

No obstante, el sistema de listas abiertas configuró una Junta Directiva mixta que presenta dificultades para la gobernabilidad de la institución. De hecho, los principales cargos

de gestión –salvo el puesto de Archivero-Bibliotecario que ostentará a partir de ahora Andrés Aberasturi– los ocupan miembros de la lista rival que encabezaba la informadora de «La Vanguardia», como es el caso de los vicepresidentes Nemesio Rodríguez, Javier Olave, Miguel Ángel Noceda y la secretaria general, María Jesús Chao.

Del Riego, sin presidencia

La victoria de Prego supone un revulsivo para la profesión, según manifestaron ayer decenas de periodistas en las redes sociales, que aplaudieron el triunfo de una de las profesionales más prestigiosas de los medios de comunicación en España. En su programa figuraban medidas para dignificar el periodismo, luchar contra la precariedad en el empleo y apoyo a la formación, además de la consolidación del Servicio Médico. Es la primera vez que una Junta casi en pleno es mayoritariamente respaldada y no así su cabeza de lista (Carmen del Riego), que ha perdido la presidencia.



elradar



El consell d'informatius demana que no es vulneri la neutralitat. RTVE

El consell d'informatius de TVE es queixa de falta de pluralitat

Nova queixa del consell d'informatius de Televisió Espanyola (TVE). L'organisme ha demanat a la direcció dels serveis informatius que respecti "els criteris de neutralitat, pluralitat i independència" que, diuen, "s'estan vulnerant de manera sistemàtica". El consell d'informatius critica que les últimes setmanes hi ha hagut "un notable increment de la presència del govern i del seu partit en detriment de l'oposició".

Un estudi dut a terme per l'òrgan estableix que hi ha "una enorme desproporció" entre les intervencions del president del govern i les de la resta de líders polítics. També assegura que Mariano Rajoy acostuma a aparèixer en els primers minuts dels informatius, mentre que, les últimes setmanes, "l'oposició no s'ha mostrat fins al minut 10 del pro-

grama". En aquesta línia, el consell d'informatius posa de manifest que el programa *Informe semanal* va emetre un reportatge sobre el debat sobiranista català en què tots els testimonis eren contraris a la independència.

En paral·lel, CCOO va queixar-se que TVE alterés dimecres la graella matinal amb motiu de l'operació policial a Saint-Denis i que no avisés la plantilla dels seus centres territorials. El sindicat critica "la falta de respecte cap als treballadors" d'aquests centres, ja que van estar elaborant els continguts dels informatius territorials tot i que després no es van emetre. Aquests informatius havien de començar a les dues del migdia, però TVE va optar per allargar *Los desayunos de TVE*, que van dedicar el matí a parlar dels fets de París. — **Núria Juanico**



¿Debe existir una TV pública?

ANÁLISIS

PEDRO MEYER



Una o varias, ¿por qué no? Si no, que se lo pregunten al inclito señor Mas: cómo ha utilizado, manipulado y ordeñado su querida TV3 durante estos cinco años de campaña permanente a favor del «process». Eso no quiere decir que todas las televisiones públicas autonómicas se conviertan en la voz de su amo -una tentación en la que ha caído también en muchas ocasiones la Primera-, independientemente del partido en el Gobierno Central.

Aunque hay que reconocer que en la etapa de Zapatero con el desarrollo del Estatuto y la creación de Consejos de Redacción se avanzó mucho en el camino de la independencia política y profesional de la redacción. Las televisiones autonómicas creadas como consecuencia del célebre «café para todos», no sólo se convertían en el espejo en el que se miraban los «lehendakaris» para que les dijeran quién era el más guapo del pue-

blo, sino que además muchas eran más caras que la propia televisión estatal, pero, claro, todos tiraban con pólvora del rey, y así era muy fácil. Eso es lo que debe cambiar.

Déjenme recordar ahora algo de lo que ocurría en los años de la Transición, esa época ahora tan denostada por quienes no la vivieron y la definen como régimen del 78. Cada nueve meses teníamos nuevo director general en RTVE. La redacción estaba dividida y enfrentada, hasta que a alguien se le ocurrió una idea que resultaría feliz. Se nombró como director general a Eugenio Nasarre y éste nombró a un querido compañero, recientemente fallecido, Juan Roldán como director de Informativos. Éste echó mano de su bonhomía, mano izquierda y derecha, y hablando con todos y cada uno de nosotros nos animó a que olvidáramos nuestras diferencias políticas y sacáramos adelante dos retos importantísimos que nos venían encima ese mes, octubre de 1982: la primera visita del Papa Juan Pablo II y las elecciones generales del 20 de ese mismo mes, que terminarían llevando a Felipe González a la Moncloa.

Orgullo de haber trabajado en la televisión pública.

PEDRO MEYER ES ANALISTA AUDIOVISUAL, PERIODISTA Y SOCIÓLOGO



Ignacio del Castillo y Antonio Coimbra, CEO de Vodafone España.

Ignacio del Castillo, premio Vodafone de telecomunicaciones

Expansión. Madrid

Ignacio del Castillo, redactor de la sección de Empresas de EXPANSIÓN, recibió ayer, de manos del consejero delegado de Vodafone España, Antonio Coimbra, el "Premio de Periodismo Online" de la Fundación Vodafone, por su trabajo en el blog *Tecnoestrategias*, que publica desde hace cinco años en la web del diario. Ignacio del Castillo ha compartido el premio *ex aequo* con José Manuel Nieves, de ABC. El "Premio a un Profesional de la Comunicación" ha sido concedido a Rebeca Arroyo, redactora de *Europa Press*.

Por su parte, en la categoría de "Premio Especial a la Trayectoria Profesional" el jurado ha decidido reconocer a la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y la Universitat Oberta de Catalunya.

Ignacio del Castillo, que se ocupa de la información de telecomunicaciones y tecnología de EXPANSIÓN, traba-

El galardón premia su "exhaustivo seguimiento de la actualidad y su capacidad crítica"

ja en el diario desde 1988. Durante ese periodo también ha sido profesor de Periodismo Económico de la Universidad Europea de Madrid. Entre el año 2000 y el 2002 dejó el ejercicio directo de la profesión para asumir el puesto de director de Comunicación del Ministerio de Ciencia y Tecnología.

Entre los valores que le han hecho acreedor del galardón, el presidente de Vodafone España, Francisco Román, ha señalado que "su labor diaria supone un exhaustivo seguimiento de la actualidad informativa abordado desde diferentes puntos de vista, con una especial capacidad crítica y de análisis del mercado y sus relaciones corporativas y regulatorias".



VICTORIA PREGO ARREBATA LA PRESIDENCIA DE LA APM A CARMEN DEL RIEGO POR 12 VOTOS

R. T. - Madrid

La veterana periodista Victoria Prego se alzó ayer con la presidencia de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) al ganar por 12 votos a su antecesora, Carmen del Riego, y se convierte así en la segunda mujer que ocupa este cargo desde que se fundara hace 120 años. Periodista especializada en la Transición española y que actualmente colabora en «El Mundo», diario del que fue directora adjunta, Prego quiere trabajar para que el periodismo recupere la dignidad e intentará defender a los periodistas jóvenes.

Prego, que ha ganado por 699 votos frente a 687, destacó durante su campaña que trabajaría por los periodistas jóvenes, para que tengan «una cobertura adecuada» desde la APM. Preguntada sobre qué le parecía que por la elección con listas abiertas han salido elegidos la mayoría de los componentes de la lista de Del Riego en lugar de los suyos, resaltó que todos son «colegas por igual, periodistas» y que no hay ningún problema. «Trabajaremos exactamente igual», añadió. «Sí, estoy contenta» y más que ilusión es un cargo que «me da responsabilidad», recalcó a Efe. La junta directiva de la APM queda formada, además de por 16 vocales, por los periodistas Nemesio Rodríguez, Javier Olave y Miguel Ángel Noceda como vicepresidentes; María Jesús Chao, Alfonso Sánchez, y Andrés Aberasturi.



El govern valencià vol que la nova RTVV estigui emetent en el termini màxim d'un any

El president de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, va dir ahir que espera que en el termini d'un any pugui estar en emissió una nova Radiotelevisió Valenciana (RTVV) "que no tingui res a veure amb el passat". Puig no va donar una data concreta però va remarcar que hi ha un compromís dels grups parlamentaris de tenir enllestit un projecte de llei en un màxim de sis me-

sos. El cap del Consell va afegir que el govern ha destinat una partida pressupostària a la posada en marxa de la RTVV. Però, en relació amb el pronunciament que ha de fer l'Audiència Nacional sobre la demanda que la CGT va interposar sobre la legalitat de l'últim ERO de RTVV, va admetre: "Hi ha encara uns dubtes legals que espero que es puguin concloure amb èxit".



Comunicació
Planas, Premi a la Comunicació no Sexista



La periodita santcugatena # CEDIDA

● La santcugatena Mònica Planas ha rebut el Premi de Comunicació no Sexista de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya.

La periodista, crítica de televisió de l'Ara ha estat reconeguda en la 23a edició dels guardons "per crear opinió en perspectiva de gènere en premsa escrita". // Redacció



Protagonistes



Mònica Planas

La periodista santcugatena Mònica Planas ha rebut el Premi de Comunicació no Sexista atorgat per l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya.



TITULARES PARA LA SUPERACIÓN ABC, junto a la discapacidad

Durante cuatro días, la Biblioteca mudó en un escenario para la tertulia, el debate y la reflexión sobre la necesidad de mejorar la vida de 3,8 millones de hombres y mujeres en España

ÉRIKA MONTAÑÉS

«**L**a sociedad está a la altura de lo que demanda la discapacidad. Sería importante comprobar de dónde venimos y dónde estamos en este asunto, porque si en el año 1900 se utilizaba una terrible nomenclatura como el "demente, ciego, subnormal o anormal" para aludir a diferentes limitaciones, hoy la sociedad es sensible, ya no se habla de una clase pasiva o ve la discapacidad como una carga, sino que detecta que es talento accesible». Quien así se expresó en la Biblioteca de ABC el pasado lunes 16 es José María Prieto, de la Fundación ONCE. Era el primer día de las Jornadas de Discapacidad promovidas por ABC, un foro en el que Prieto intervino junto a otros de los 37 ponentes, cuyo debate giró en torno a siete mesas redondas de seis temáticas distintas. Todos ellos coincidieron en subrayar la importancia del lenguaje para hablar de la cotidianidad de este colectivo, pidieron más implicación de las administraciones, recursos y oportunidades de trabajo. Pero no soslayaron tampoco el papel que tiene y tendrá por delante la sociedad para lograr erradicar la visión lastrada del colectivo y el de medios de comunicación como esta centenaria cabecera que han logrado dar visibilidad al colectivo. Y normalizar (en algo, lo posible) su vida.

Todavía queda mucho por hacer. Es meridiano claro que tras cuatro jornadas de debate y reflexión sobre los problemas que afrontan cada día 3,8 millones de hombres y mujeres en nuestro país, no se podía inferir otra cosa que la de exhortar a seguir luchando por mejorar su calidad de vida. Así lo rubricaron las autoridades asistentes, como la secretaria de Estado de Asuntos Sociales, Susana Camarero, y la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, ambas intervinientes en la jornada inaugural junto a la presidenta editora de ABC, Catalina Luca de Tena.

Conquistas paulatinas

En ese camino por trazar, la inclusión plena de las personas con discapacidad radica en dar más pasos para reforzar las tasas de acceso a la Universidad y a un puesto de trabajo. En estos momentos hay 18.000 universitarios con una discapacidad, un 1,3% del cómputo total. Esta cifra se antoja todavía escasa -remarcó Camarero- y más sabiendo que un tercio de ellos estudia a distancia en la UNED. Porque las barreras físicas y de accesibilidad a los centros educativos aún sobreviven.

Como también está ahí el tímido porcentaje de contratación del colectivo, que na-



CATALINA LUCA DE TENA

PRESIDENTA-EDITORA DE ABC

«Las discapacidades tienen una consideración preferente en ABC. Porque la información es imprescindible para concienciar a la sociedad sobre sus problemas»



SUSANA CAMARERO

SECRETARIA DE ESTADO DE SERVICIOS SOCIALES E IGUALDAD

«Estas jornadas son el marco idóneo para profundizar en la realidad de personas que deben lidiar con obstáculos impensables para la mayoría»

QUEDA POR HACER, CONCLUYO EL FORO, PERO DANDO VOZ AL COLECTIVO SE NAVEGA CON BUEN RUMBO

vega a un rumbo de un 18-19% anual, si bien en el primer semestre de este año se ha conseguido el alza hasta el 22%. En la mesa de empleo celebrada el pasado martes 17, los asistentes convinieron en que el trabajo es «la mejor y más idónea herramienta para contribuir a la dignidad» de estas personas. Y así lo demandaron en presencia de empresarios que aplican en sus entidades el



2% de cuota legal exigida para personas con alguna minusvalía.

«Aún se nos señala, a quienes hemos hecho de nuestro impedimento una circunstancia más o menos normalizada. Y mientras eso siga siendo así, será porque no es la norma general en la sociedad», protestó en el foro de ABC el diputado y secretario general de Podemos en Aragón, Pablo Echenique. El científico y el presidente de Famma o Federación de Asociaciones de personas con discapacidad, Javier Font, reclamaron que se armonicen los servicios en todo el país. No es baldía la petición, ejemplificó Font, cuando «para lograr una tarjeta de estacionamiento única en toda España hemos tenido que luchar durante años». En 2014 se obtuvo, por fin.

Demandas superfluas para unos que se convierten en un gigantesco muro derribado para otros, con el que mejoran sus desplazamientos y, a la postre, su bienestar. Qué es de lo que se trata en una sociedad que dice respetar a sus miembros, que quiere tratar a sus ciudadanos de forma equánime y en la que la igualdad de oportunidades debe ser el cimiento de las demás conquistas. Para todo ello, ABC ha auspiciado este cónclave de sensibilización.

Dado ese papel, ABC como medio de co-



MAYA BALANYA

A la Biblioteca de ABC han acudido representantes del movimiento asociativo, proactivos en el debate

municación no podía dejar de organizar una mesa en la que se hiciese autocrítica al rol educativo y social de las informaciones –desde los titulares hasta el propio cribado subjetivo de los hechos noticiosos– y en la que se lanzase un mensaje de futuro para propiciar una mejora. En dicha mesa, la presidenta de la Federación de Asociaciones de Prensa de España (FAPE), Elsa González, citó la necesidad de dar carta de normalidad, naturaleza convencional, al colectivo de personas con discapacidad.

El ojo que no todo lo ve

Dentro de la sociedad «el ojo es fundamental, acostumbrarlo y aleccionarlo», corroboró un periodista que no tiene brazos pero que escribe crónicas brillantes con sus pies. Javier Hernández reprochó que la gente se centre en lo que sí tiene, y no en aquello de lo que carece. «Una vez ya me has visto, y ves que no tengo brazos, perfecto, vamos a trascender y ahora ya nos podemos centrar en todo lo que sí tengo», dijo mientras azuzaba conciencias en la sala. Hernández compagina en su currículo hitos como ser la tercera persona en Europa con un carnet de conducir sacado con los pies o ser uno de los pocos nadadores «amateurs» que han conseguido colarse en finales de competi-

Cuatro días de foro

Mesas

Administración, Familia, Empleo, Medios de Comunicación, Movilidad, Accesibilidad y Deporte han sido los ejes vertebradores del debate mantenido en ABC.

Ponentes

Junto a autoridades, representantes de ABC e invitados, en las mesas intervinieron 37 ponentes.

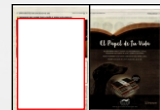
Conclusiones

Más financiación y recursos, junto a la imperiosa urgencia de homogeneizar los recursos en las 17 autonomías han sido los reclamos más coreados. La sociedad es sensible a la discapacidad, se ha inferido también. La consecución de puestos de trabajo (la tasa de actividad es de un 33%) sigue siendo el mayor caballo de batalla para la dignidad del colectivo.

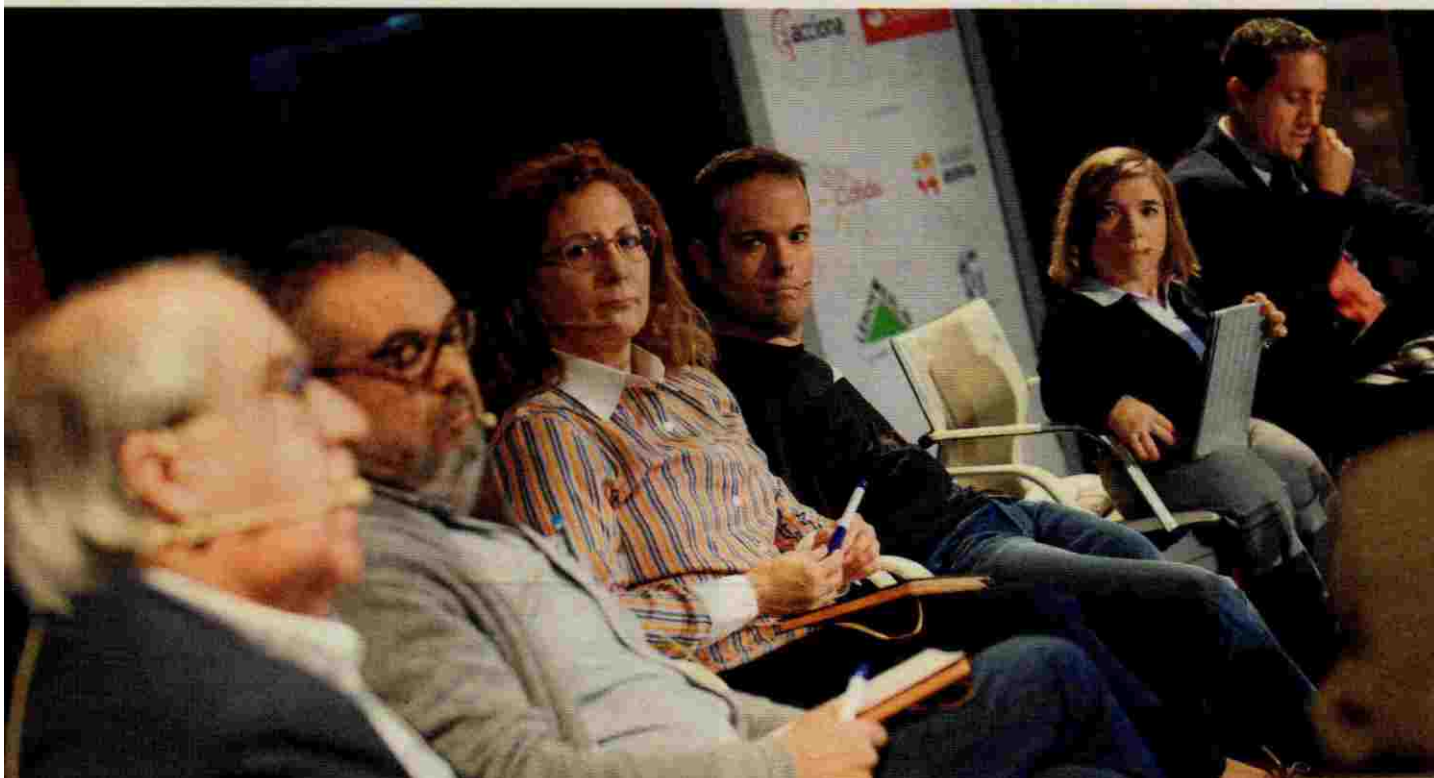
«¿POR QUÉ EN LUGAR DE CENTRARTE EN QUE NO TENGO BRAZOS, NO PONES EL FOCO EN TODO LO QUE SÍ TENGO?»

ciones paralímpicas. Brillo su voz con luz propia cuando comparó a nuestro país con otros como Reino Unido, donde hay cadenas con presentadores en silla de ruedas u otra incapacitación. «Avanzaremos el día que pongas la televisión, veas eso y te choque tal vez en el primer instante, pero al segundo día tu ojo estará habituado. Avanzaremos el día que la sociedad deje de ver la discapacidad como una condición, y lo haga solo como una característica», emplazó.

Sin abandonar a los informadores, la agencia de comunicación Servimedia fue pionera en 1992 en la integración de periodistas con discapacidad en su terreno vocacional. Julián Barriga, como adalid de ese proyecto, pidió trabajar codo con codo para que esa inclusión se produzca en todos los trabajos. Eva González, asesora de Comunicación del Congreso de los Diputados y fruto de esa iniciativa de Servimedia, dio fe de que cuando llegó al Parlamento halló dificultades hasta para acceder al botón del ascensor. Hoy día es pieza imprescindible del trabajo de prensa en el epicentro de la soberanía nacional. Eva, con trastorno de acondroplasia, es una más de aquellos que han demostrado estos días la grandeza de miras que aún precisa este colectivo. Sobre todo por parte del que está enfrente.



MEDIOS DE COMUNICACION Y DISCAPACIDAD



Julián Barriga; Emilio de Benito («El País»); Elsa González (FAPE) y los periodistas Javier Hernández, Eva González y Juan Antonio Ledesma

E. AGUDO

Un lenguaje capaz de reflejar la realidad

El uso correcto de las palabras sigue siendo uno de los muchos retos pendientes del tratamiento mediático de la discapacidad

LAURA DANIELE

Los medios de comunicación, además de establecer nexos de unión y transmitir noticias, tienen una enorme capacidad para acercar a las personas. Por eso no es extraño que los periodistas que trabajan a diario en ellos reconozcan su «papel fundamental» a la hora de «dar naturaleza de normalidad a la discapacidad en la sociedad». Y para ello, el lenguaje juega un papel determinante. Esta fue una de las conclusiones de la mesa redonda dedicada a los medios de comunicación y su responsabilidad a la hora de ofrecer una imagen adecuada de la discapacidad.

Érika Montañes, de la sección de Sociedad de ABC, fue la responsable de moderar este debate en el que participaron Julián Barriga, ex director general de Servimedia; Emilio de Benito, periodista del diario «El País»; Elsa González, presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE); Eva González, asesora de comunicación del Congreso de los Diputados; Javier Hernández, periodista del «Heraldo de Aragón» y nada-

dor paralímpico; y Juan Antonio Ledesma, periodista y representante del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (Cermi).

Entre los retos pendientes de los medios de comunicación, los ponentes coincidieron en señalar que pese a los grandes avances todavía existe un uso inadecuado de las palabras para transmitir la realidad que viven estas personas. Javier Hernández, nadador paraolímpico y periodista deportivo, lo vive desde las dos orillas. Después de una vida reflexionando sobre su propia experiencia con la discapacidad, Hernández ha llegado a la conclusión de que «lo principal es enfocar la vida en lo que tienes, tu potencial y tu persona y no en lo que te falta».

Este joven de 36 años está convencido de que la discapacidad «se superará socialmente en sentido amplio cuando todos asumamos que no es una condición, sino una característica». «Si es una característica seremos una persona más, pero si la consideramos una condición seremos siempre un colectivo. El colectivo tiene una parte contaminante y es que etiqueta», precisó. Por

SE INVITÓ A SER MÁS PRÁCTICOS, SIN OFENDER CON LOS TERMINOS

Claves y propuestas

La terminología, crucial

Para dar carta de normalidad a la discapacidad, el lenguaje es crucial. Hay que usarlo bien, se dedujo, sin huir de la verdad.

Políticamente prácticos

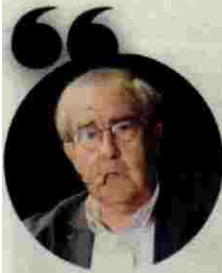
En la mesa se invitó a ser más prácticos, sin herir ni llamar a la ofensa con las palabras. Por eso, se pidió abandonar lo políticamente correcto e ir al grano.

eso, para las asociaciones de personas con discapacidad el lenguaje que se utiliza en los medios «sigue siendo un caballo de batalla». «No el tema más importante pero algunas percepciones equivocadas siguen estando allí. Siguen apareciendo palabras o expresiones como «lisiado», «postrado», «atado a su silla de ruedas» o «sufre» como si la discapacidad fuera un martirio. Es importante recordar que la discapacidad no anula a la persona ni la define», indicó el periodista Juan Antonio Ledesma.

Dede la otra cara de la moneda, Emilio de Benito, responsable de Salud de «El País» y diagnosticado de VIH en 1992, criticó el uso de los eufemismos para nombrar la realidad. «Parece que cuando no conseguimos cambiar la realidad, entonces cambiamos los nombres de las cosas. Alguien inventó el lenguaje políticamente correcto y nos quedamos en eso», indicó el periodista, quien invitó a todos a ser «más prácticos».



MEDIOS DE COMUNICACION Y DISCAPACIDAD



JULIÁN BARRIGA
 FUE DIRECTOR GENERAL Y VICEPRESIDENTE DE LA AGENCIA SERVIMEDIA
«La discriminación positiva es un instrumento de integración muy importante para todas las personas con discapacidad»

EMILIO DE BENITO
 PERIODISTA DE SALUD EN EL PERIÓDICO EL PAÍS
«Parece que cuando no conseguimos cambiar la realidad, entonces cambiamos los nombres de las cosas. Hay que ser prácticos»

ELSA GONZÁLEZ
 PRESIDE LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PRENSA EN ESPAÑA
«Los medios tienen un papel fundamental a la hora de dar naturaleza de normalidad a la discapacidad en la sociedad»

EVA GONZÁLEZ
 ASESORA COMUNICACIÓN EN EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS
«Soy partidaria de la discriminación positiva porque, si no, no estaría donde estoy. Basta ver la mínima movilidad que hay en la profesión»

JAVIER HERNÁNDEZ
 PERIODISTA DE DEPORTES Y NADADOR PARALÍMPICO
«La discapacidad se superará socialmente cuando todos asumamos que no es una condición, sino una característica»

J. ANTONIO LEDESMA
 COMITÉ ESPAÑOL DE REP. DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD (CERMI)
«La discapacidad no se "sufré" como si fuera un martrio. Hay que recordar que la discapacidad no anula a la persona ni la define»

Apuesta decidida por la discriminación positiva

La responsabilidad social de los medios no solo es dar una imagen adecuada de la discapacidad, sino también integrar a estos trabajadores en las redacciones

LAURA DANIELE

La responsabilidad social de los periódicos, medios digitales, cadenas de televisión y radio no sólo está relacionada con la imagen que transmiten de las personas con discapacidad cuando cuentan una noticia, sino también con cómo integra a estos profesionales en las propias redacciones periodísticas. Esta fue otra de las patas que sustentó la mesa redonda dedicada a los medios de comunicación, que se celebró el pasado miércoles 18 en el marco de la semana de la Discapacidad que promueve el diario ABC.

Como ejemplo de «buen hacer», Julián Barriga, ex director general de Servimedia y fundador del programa de integración de periodistas con discapacidad en dicha agencia de noticias. Barriga explicó que «la discriminación positiva es un instrumento de integración importante» para que estas personas estén representadas en las instituciones.

Prueba de ese camino de éxito emprendido por Servimedia en el año 1992 es la periodista Eva González, asesora de Comunicación del Congreso de los Diputados y participante de este foro destinado a analizar a los medios y su papel «para acercar noticias, pero también personas».

Eva tiene acondroplasia e inició su carrera profesional en esta agencia de noticias hasta que en el año 2008 fue contratada por

el Parlamento nacional para llevar la relación con los medios, divulgar la actividad de sus señorías y poner en marcha contenidos en las redes sociales.

«Soy partidaria de la discriminación po-

sitiva porque si no yo no estaría donde estoy. Basta ver la mínima movilidad profesional que hay entre las personas con discapacidad y la mayoría de los cupos en los puestos son poco cualificados», aseguró.

Su historia es la prueba de que «sin integración laboral no hay integración», añadió Julián Barriga, cuyo proyecto pionero recibió los elogios de la propia presidenta de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE), Elsa González. La periodista recordó «el gran cambio» que Servimedia abanderó para lograr una mejora en «el tratamiento mediático de la discapacidad». Un trabajo que todavía hoy presenta muchos retos, entre ellos, la nomenclatura que emplean los medios a la hora de transmitir la realidad que viven estas personas y el porcentaje de cobertura que se da a su problemática y a los avances para su tratamiento.



Érika Montañés (ABC) moderó el foro sobre los medios; en la imagen, con Julián Barriga (Servimedia), Emilio de Benito (El País) y Elsa González (FAPE)

ERNESTO AGUDO



Un fan de la secuela de Star Wars disfrazado de Luke Skywalker en una tienda de Hong Kong. / TYRONE SIU (REUTERS)

EL NEGOCIO DE LOS PARQUES, EL SEGUNDO DE MÁS PESO, SE EXTIENDE A SHANGHÁI

EL CONSORCIO ESTUDIA EL POTENCIAL DE LAS CADENAS ABC Y ESPN A TRAVÉS DE LA RED

niendo un rendimiento mixto. Las visitas subieron un 15% en EE UU, en parte por la celebración del 60º aniversario de Disneylandia. Pero el negocio internacional no progresa al mismo ritmo por Hong Kong, donde la caída de visitas se vio compensada por París.

Como en el mundo de la ficción, la fuerza también tiene su punto vulnerable en un momento en el que la realidad virtual es la realidad actual. Tecnología y entretenimiento siempre fueron de la mano desde que se creó *Blancanieves* en 1937. Ahora son inseparables para un público que consume contenido audiovisual a través de YouTube, Netflix, Hulu o la plataforma de Amazon.

LA FUERZA ESTÁ CON DISNEY

El grupo potencia sus divisiones de televisión por cable y 'merchandising' mientras cosecha éxitos en el cine

SANDRO POZZI

Bob Iger es el guardián de una galaxia conocida como Walt Disney y que incluye entre sus estrellas a Lucasfilm, Marvel, Pixar y la ESPN, que brillan con intensidad cuando se mira al cielo desde cualquiera de sus parques temáticos dispersos por el planeta Tierra. *Star Wars* es el ejemplo más evidente de la fuerza que tienen las marcas y franquicias del mayor conglomerado de entretenimiento del universo, todas conectadas. Pero la fuerza también tiene su lado oscuro. El séptimo episodio de la secuela tardará aún cuatro semanas en llegar a los cines. Y Wall Street no espera para hacer los números. Si los cálculos se corresponden al final con la realidad, la última entrega recaudará 225 millones de dólares el fin de semana del estreno. Es una cifra base, por no decir conservadora, con la que superaría los récords de *Jurassic World* y *Los Vendadores*, también de Disney.

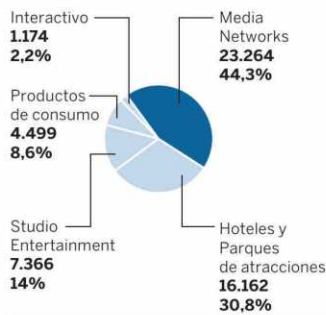
La expectación de los fans provocó que los portales de Fandango y MovieTickets se vinieran abajo la noche en la que salieron a la venta las entradas. El primer anuncio del filme de J. J. Abrams venía de sumar 40 millones de visitas antes de cumplir tres días en YouTube, y todo esto mientras anunciaba que sus parques temáticos en California y Florida tendrán atracciones específicas para los visitantes.

Los ingresos en taquilla son una pequeña muestra del poder de Disney. El dinero ya alimenta sus arcas desde que en septiembre se presentaron los primeros artículos de *La guerra de las galaxias*. El martes, a un mes del estreno, salió a la venta el videojuego de *Star Wars Battlefront* de Electronic Arts. Es otra arma más para conectar con las nuevas generaciones, como la serie animada *Star Wars Rebels*. La casa del ratón Mickey presentó resultados el pasado 5 de noviembre, que coinciden con el cierre del ejercicio. El conglomerado facturó 52.465 millones de dólares, lo que representa una mejora del 7% en un año. De este total, 13.510 millones corresponden al cuarto trimestre. Esta cifra de negocio le aportó un beneficio de 8.380 millones, un 12% más, o 1.610 millones en el trimestre.

Con este rendimiento, a Iger no le cuesta mucho alardear ante los inversores de que lleva cinco años seguidos batiendo récords. Hace tres que adquirió Lucasfilm, tras pagar al creador de *Star Wars* la suma de 4.000 millones, operación con la que absorbió todo el negocio de producción de efectos especiales, iluminación y producción de sonido. Pagó lo mismo tres años antes por Marvel Entertainment. El origen de esta escalada, no obstante, se remonta a 2006, cuando se hizo con el control de Pixar, cofundada por el difunto Steve Jobs. La división de estudios de animación le aportó

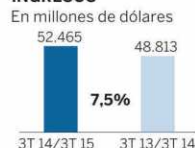
Disney en datos

REPARTO DE LOS INGRESOS



Fuente: elaboración propia.

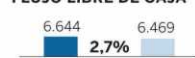
INGRESOS



BENEFICIO NETO



FLUJO LIBRE DE CAJA



EL PAÍS

LA EMPRESA PREVE RECAUDAR 225 MILLONES DE DÓLARES CON LA SÉPTIMA ENTREGA DE 'STAR WARS'

LUCASFILM, PIXAR Y MARVEL HAN SIDO CLAVES PARA IMPULSAR LA FIRMA

ingresos por valor de 7.370 millones en el año y un beneficio de 1.970 millones, un resultado sólido si se piensa que un año antes *Frozen* seguía causando furor. La creatividad es, como dice Iger, su principal activo.

Aunque es la unión de sus divisiones lo que le da poder. Todos los negocios de Disney se utilizan para promocionarse los unos a los otros. Dos años después de su estreno, *Frozen* sigue alimentando la ingente maquinaria a través de la venta de juguetes, camisetas o cualquier producto que luce la princesa Elsa. La división de productos de consumo vendió 4.500 millones en el año, un 13% más.

Walt Disney tiene previsto inaugurar el próximo verano su complejo vacacional en Shanghái. La división de parques de atracciones es su segunda mayor línea de negocio, con 16.160 millones en ingresos. Pese a registrar un crecimiento del 7% anual, está te-

ACTIVOS VALIOSOS

La atención en los últimos trimestres se centró en el negocio de la televisión por cable, el más importante del conglomerado, con 23.265 millones de ingresos. La cadena deportiva ESPN es uno de sus activos más valiosos. Hace tres meses registró una caída de abonados y eso provocó que sus títulos se desplomaran por el temor a que el abandono de la televisión de pago por las plataformas de Internet merme su capacidad para generar efectivo al mismo ritmo. La división de medios le genera la mitad del beneficio operativo, unos 7.790 millones. Es un 6% más alto que hace un año, pero parece lento frente a la mejora del 27% en los estudios de cine y el 14% de los parques temáticos. Iger insiste en que el futuro de ESPN es brillante.

Los creadores de contenido tradicionales se hallan entre dos mundos. En uno están los distribuidores de cable, que le pagan por tener sus programas en la parrilla. En otro, las nuevas plataformas que le compran películas y series. La salida a este dilema pasa por ofrecer ESPN y la cadena ABC directamente en Internet, como hace ya su rival Time Warner con el servicio HBO Go. Iger insiste en que "no hay motivo para el pánico" ante estos cambios. Es una tranquilidad que comparte Les Moonves, su igual en el grupo CBS, pese a que los nuevos rivales estén obligando a los conglomerados tradicionales a adaptarse con rapidez. En su caso, acaba de anunciar una versión para su servicio *streaming* de *Star Trek*. Los dos ejecutivos coinciden en que lo importante es el contenido y no cómo se distribuya.



Streaming Competición entre los «grandes» YouTube entra en la puja por el dominio de la música online

► Crecen Apple, Spotify o Napster, y portales menores como Rdio o Grooveshark cierran

NACHO SERRANO

El mercado de la música en «streaming», para el que algunos vaticinaban un futuro sin la menor rentabilidad, sigue creciendo imparable contra viento y marea. Persisten las reticencias de los usuarios a la hora de registrarse en las modalidades de pago, también las feroces críticas de los creadores de contenidos, pero los portales de música online están encontrando la forma de reducir pérdidas y aumentar ingresos, y sobre todo de marcar la senda que seguirá la industria en los próximos años.

Sin embargo no todos prosperan por igual, de hecho tras el cierre de Grooveshark y la reciente absorción de Rdio por Pandora y la consolidación de la apuesta del gigante YouTube (propiedad de Google), la puja por el dominio del mercado se está acotando cada vez más entre grandes marcas respaldadas por compañías multinacionales. Spotify, Apple, Rhapsody/Napster y Deezer son los principales competidores de un sector que sin duda ofrece grandes perspectivas: según la IFPI (Federación Internacional de la Industria Fonográfica), los ingresos mundiales derivados del streaming crecieron en 2014 un 22%, hasta los 2.200 millones de dólares, suponiendo el 32% de los ingresos de la industria musical.

«El streaming ya no es el formato del futuro, es el del presente», aseguran desde las tres principales discográficas (Warner, Universal y Sony), y es por eso que Google ha decidido no perder más tiempo y dejar de quedarse atrás en la competición. A su portal Google Play Music, ahora le suma YouTube Music con la intención de dar un golpe de efecto que lo sitúe en la primera línea de visibilidad para los consumidores.

Valor añadido

Las condiciones de YouTube Music son similares a las de Spotify o Apple, con una modalidad gratuita con publicidad, y otra de pago que ronda los 10 euros mensuales. Pero tiene una gran ventaja en cuanto a catálogo, ya que sus usuarios podrán escuchar no sólo lo que ya hay en los otros portales, sino también las canciones pertenecientes a videos de conciertos, sesiones privadas, remezclas o versiones, ofrecien-

Cómo hacer negocio sin cobrar

Los portales de streaming ingresan más por suscripciones que por publicidad, pero la gran mayoría de los consumidores prefiere no pagar aunque tenga que soportar anuncios, y los datos apuntan a que la tendencia seguirá inalterable en el futuro próximo. Tanto es así, que según el Informe Nielsen 360 de este año (que analiza los hábitos de consumo en EE.UU., lo cual es una referencia bastante aproximada), el 78% de los usuarios asegura que es «improbable» que paguen la cuota de suscripción en los próximos seis meses, y sólo un 9% está convencido de que sí lo hará. El 46% de los consumidores considera que las cuotas de alrededor de 10 euros al mes son «demasiado caras». Por eso, ante las similitudes en la forma de uso y en el catálogo, el 83% de los encuestados señala que el precio será el factor clave para decidirse por uno u otro servicio.

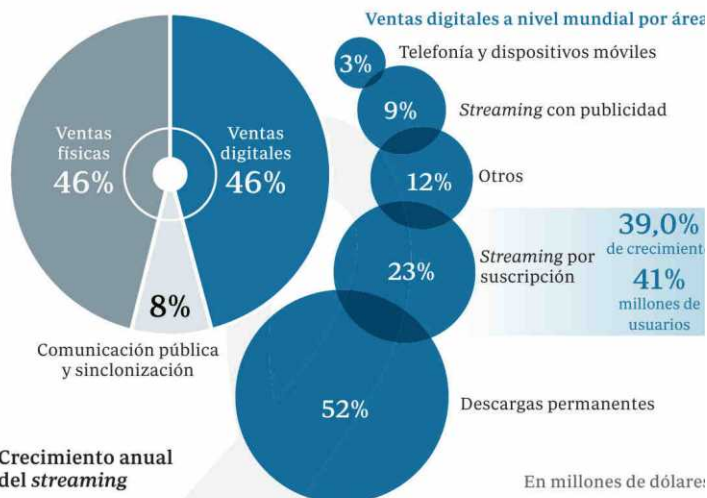
Ante el imperio de las multinacionales, los artistas también han creado su propio portal, llamado Tidal

do un enorme valor añadido. Spotify tiene 75 millones de usuarios, de los cuales 20 están suscritos a la modalidad de pago. En sólo unos meses de existencia, Apple Music ha alcanzado los 15 millones de usuarios, con 6,5 millones de suscripciones. Así que una de las claves del éxito de YouTube Music será la rapidez con la que «robe» clientes a otros portales. O mejor dicho, la rapidez con la que convenga a los 1.000 millones de usuarios de su portal de videos para probar su nueva herramienta y engancharse a ella.

Los artistas ven todos estos movimientos con cierta resignación, ya que no tienen capacidad de negociación y se ven obligados a aceptar sumas ínfimas por la reproducción de sus obras.

El streaming marca el ritmo

Desglose de los ingresos de la industria de la música en 2014

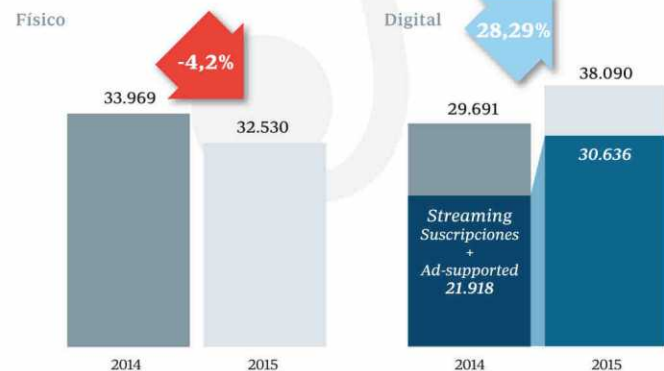


Crecimiento anual del streaming



Mercado de la música en España

Primer semestre de cada año. En miles de euros



FUENTE: IFPI/Promusicae

ABC

La retribución económica es similar en todos los portales, con una media aproximada de 0,006 dólares por «play». A partir de ahí hay infinidad de variables que pueden aumentar o disminuir la cifra: la hora de las reproducciones, la tendencia creciente o decreciente de las mismas, la popularidad del artista en el portal... Por eso, un servicio de streaming que a priori tiene un pago por reproducción más bajo, puede llegar a generar más ingresos que otros.

Ahora bien, todo ese dinero va a parar directamente a las discográficas, que negocian caso por caso con sus artistas el trozo de pastel que les corresponde. Por eso, nombres consagrados del pop y el rock como AC/DC, Meta-

lica, The Black Keys o Taylor Swift han considerado que no les merecía la pena y se han resistido a publicar sus contenidos en streaming.

El último caso sonado es el de Adele, que acaba de lanzar su nuevo disco y sólo permitirá su uso digital a través de descarga. Y hay algunos atrevidos como el rapero Jay Z, que ha impulsado su propio negocio de streaming llamado Tidal, asociándose con estrellas como Beyoncé, Kanye West, Arcade Fire, Daft Punk, Rihanna, Jack White, Coldplay o Madonna. Y ya van por el millón de suscriptores.

Es, en definitiva, un mercado lleno de posibilidades que quizá aún esté en pañales, pero en el que hay que entrar ya para no perder el tren.



El plató en el que comparecerán el 30 de noviembre los candidatos en el debate organizado por ELPAÍS.

EL PAÍS ofrecerá la señal del debate del 30-N a las televisiones y webs

R. G. GÓMEZ, Madrid

El debate preelectoral organizado por EL PAÍS, que se celebrará el 30 noviembre a las nueve de la noche y en el que comparecerán Pedro Sánchez (PSOE), Albert Rivera (Ciudadanos) y Pablo Iglesias (Podemos), se retransmitirá por la web del diario (elpais.com) y podrá verse también en televisión. EL PAÍS ofrecerá la señal a los operadores que lo soliciten, lo que ha ocurrido ya tanto en España como en América Latina.

20 La comparecencia ante las cámaras de los líderes de PSOE, Ciudadanos y Podemos se prolongará durante 90 minutos (de 21.00 a 22.30), si bien la emisión especial de EL PAÍS empezará una hora antes (a las 20.00). Como en los grandes partidos de fútbol, el predebate servirá de calentamiento. En este tramo, que incluirá conexiones con el estudio para ver la llegada de los candidatos, participarán periodistas del diario y se emitirá desde la Redacción de EL PAÍS. Tras el previo, dará comienzo el debate, que se retransmitirá en directo desde un plató de televisión de la Comunidad de Madrid.

Al finalizar el programa, la emisión *online* de EL PAÍS volverá a conectar con la Redacción para ofrecer el posdebate, un análisis de las intervenciones de los tres políticos bajo el prisma de periodistas especializados del diario y con las aportaciones de comentaristas externos. Se anunciará, además, el resultado de las votaciones sobre quién consideran los lectores que ha ganado este primer gran choque preelectoral, así como el seguimiento en las redes sociales.

Bloques temáticos

Moderado por el periodista Carlos de Vega, el programa se estructurará en torno a cuatro bloques temáticos. En el primero, los candidatos expondrán sus propuestas en Economía y empleo, el segundo versará sobre Política social y Estado de bienestar, el tercero ahondará en Política territorial y el último estará dedicado a Reformas y regeneración política.

Al inicio de cada uno de los bloques, los candidatos dispon-

drán de dos minutos para presentar sus propuestas y posteriormente se abrirá un cara a cara entre ellos de nueve minutos en el que podrán interrumpirse e interpelarse. Posteriormente, y durante cinco minutos, responderán a las preguntas del público. Aún tendrán los aspirantes a la presidencia del Gobierno un último turno, un *minuto de oro*, para mirar directamente a cámara y lanzar los últimos mensajes para convencer a los electores ante la cita con las urnas del próximo 20 de diciembre.

Frente a otros cara a cara televisados celebrados en España,

Un formato abierto a las interpelaciones

Hasta ahora, los cara a cara televisados en España han estado marcado por la rigidez. Los equipos de campaña lo controlaban todo: desde la amplitud de los planos hasta los turnos de réplicas y contrarréplicas, desde la altura de la mesa hasta la temperatura del plató.

Esta dinámica, estricta y con muy escaso margen a la espontaneidad, cambia por completo en el programa organizado por EL PAÍS. La mitad del tiempo de emisión será un debate abierto entre los candidatos, que se podrán interrumpir en el uso de la palabra, interpelarse o discutir abiertamente.

Uno los aspectos que más controversia suscita en este

El 'minuto de oro' de los candidatos

Horario. El programa especial que emitirá EL PAÍS el próximo 30 de noviembre se dividirá en tres tramos bien diferenciados: predebate (de 20.00 a 21.00), debate (de 21.00 a 22.30) y posdebate (a partir de las 22.30).

Bloques temáticos. El debate se estructurará en torno a cuatro grandes bloques temáticos: Economía y empleo, Política social y Estado de bienestar, Política territorial y Reformas y regeneración política.

Directo a cámara. Como colofón, los contendientes dispondrán de un *minuto de oro* para lanzar los últimos mensajes de impacto a los electores.

tipo de comparecencias electorales es el orden de las intervenciones. Para mantener la más estricta neutralidad, EL PAÍS ha optado por dejar esta cuestión en manos del azar. La apertura o cierre de cada uno de los cuatro bloques se decidirá por sorteo entre los tres contendientes. El mismo sistema se utilizará para determinar el orden en el que Pedro Sánchez, Albert Rivera y Pablo Iglesias tomarán la palabra durante el *minuto de oro* final.

Cada uno de los candidatos tendrá frente al objetivo de la cámara que le enfocará permanentemente un reloj que marcará el tiempo del que dispone en sus intervenciones pautadas.

en los que no se permitía la presencia en el plató de personas ajenas a los equipos de campaña, EL PAÍS invitará a un centenar de lectores a presenciar en directo la comparecencia de tres de los cuatro líderes con opciones de llegar a La Moncloa. A los candidatos se les trasladarán las preguntas formuladas desde las redes sociales.

La señal de programa se podrá seguir también a través de la cadena SER, que ofrecerá la comparecencia de Sánchez, Rivera e Iglesias, debutantes como cabeza de lista en unas elecciones generales. EL PAÍS invitó a la cita al presidente del Gobierno y candidato por el PP a la reelección, Mariano Rajoy, que ha eludido enfrentarse a sus más directos contrincantes.

Sobriedad y cercanía

Al mando de la realización del programa estará Carmelo Herro, quien apuesta por la sobriedad. "La realización de un debate tiene que ser sencilla y austera. No da para muchas filigranas", comenta, consciente de que los protagonistas son los políticos. Los tres líderes comparecerán en el plató ante sus respectivos atriles. "Permanecer de pie implica una actitud más cercana, que refuerza el discurso de los candidatos", añade.

El decorado del plató será, igualmente, sobrio, con tonos que abarcan una escala de grises y azules, "el color oficial de los informativos", matiza el realizador. Para que nada falle, se duplicarán los equipos técnicos (cámaras, microfónica, iluminación, grupos electrógenos), una medida de seguridad que se suele adoptar en los programas en directo, "en los que no hay posibilidad de repetir", dice Herro. Para garantizar la igualdad de condiciones, se tenderá a un trato equilibrado en pantalla, con el mismo número de planos cortos para cada contrincante. Herrero precisa que se compensarán las intervenciones para que cada uno consuma el mismo tiempo.



Pepa Fernández, directora y presentadora del magacín de fin de semana de RNE 'No es un día cualquiera'. RTVE

RADIO 'NO ES UN DÍA CUALQUIERA'

SOBREVIVIR A NUEVE JEFES EN RNE

Pepa Fernández cumple 1.500 programas: «El Gobierno que salga de las urnas debería volver a la ley del consenso que impulsó el PSOE»

DAVID SANZ EZQUERRO MADRID
Sus oyentes son «escuchantes», un término que se ha convertido ya en marca de tribu para los fieles del espacio que dirige y presenta en RNE los sábados y domingos por las mañanas desde hace 16 años y dos meses. «Es una palabra de larga tradición literaria que había estado en el diccionario de la RAE, y que ahora ha vuelto; yo creo que gracias a influencia del programa, porque somos los únicos que la usamos. Fue a sugerencia de un seguidor de Girona que nos escribío al principio; nos pareció muy bonito y comenzamos a utilizarla».

Habla Pepa Fernández, responsable de *No es un día cualquiera*, magacín que hoy cumple 1.500 programas desde que ella tomó los mandos y que celebra la efeméride con una edición especial desde el Teatro Real de Madrid (de las 08.30 a las 13.30 horas). «Es mucho tiempo; da un poco de vértigo. Yo me doy a mí misma un poco de miedo al pensar en esa cifra», confiesa la periodista en conversación con EL MUNDO.

Ésta es su temporada 17 conduciendo el magacín de fin de semana de RNE. «Sobrevivir a nueve directores no es fácil, porque cada uno tiene sus ideas, cada uno tiene sus gustos y cada uno tiene sus amigos», subraya. La radio pública es su hogar —«me siento muy cómoda y he trabajado muy a gusto durante todo este tiempo»—; pero admite que su casa no es perfecta. «Los gobiernos, y hablo en general, tienen cierta tendencia a utilizar los medios públicos en su propio provecho, porque les cuesta mucho comprender que unos medios públicos independientes hablan muy bien de quien los ampara», indica.

El tirón es para la oreja izquierda y para la derecha. «El PSOE hizo muchas cosas mal en RTVE, pero impulsó una ley muy buena, la que obligaba a escoger a un presidente por consenso y para un periodo de seis años. El Gobierno que salga de las urnas el próximo 20 de diciembre debe plantearse volver a esa ley».

No obstante, la política no es una de las áreas que más interés des-

pierta en Pepa Fernández. Ella es más de «reflexión, entretenimiento y cultura». Las entrevistas abundan en su programa, pero rara vez el interlocutor es un político. Tampoco trabaja el fútbol, ni el mundo de la prensa del corazón: «Hay superabundancia», se justifica.

Lleva 32 años en la radio, un medio que descubrió viendo coser a su abuela mientras escuchaba voces que salían de un transistor: Luis del Olmo, Elena Francis... Mitos de un mundo propenso a crear estrellas, a veces desorbitadas. «Los sueldos en la radio están muy desproporcionados, entre los que hacen un gran trabajo y cobran poco, y los que cobran mucho. Deberíamos preguntarnos si no estamos confundiendo valor y precio», plantea.

Una de las cosas que Pepa Fernández más valora de trabajar en la radio pública es la ausencia de publicidad. «Es maravilloso para un profesional porque sabe que tiene 55 minutos de radio en una hora», celebra. Y en su programa siempre hay tiempo para las palabras. «Nosotros trabajamos con el lenguaje y creo que tengo un deber con eso», reivindica. Según constata, las secciones lingüísticas son de las que más gustan a sus escuchantes.

Pepa Fernández tomó las riendas de *No es un día cualquiera* el 11 de septiembre 1999, fecha de otro siglo, y ahí sigue, en la era de los *wassaps*, los *tuits* y los *podcast*. «Los que trabajamos en la radio hemos hecho un proceso de adaptación increíble en las últimas tres décadas. Ha sido un cambio brutal», apunta. «Poco sectores han tenido cambios tecnológicamente tan drásticos como la radio», añade.

Cuando ella empezó, en los estudios había bobinas y cintas magnetofónicas. «Internet se ha aliado con la radio de forma espectacular y como no ha hecho con otros formatos

que destruye como el cine o la música», afirma. La posibilidad de que el oyente elabore su *radio a la carta* para escucharla dónde y cuándo quiera, o las facilidades para interactuar con el público que ofrecen las redes sociales, son algunos de los aspectos que más agradece.

CELEBRACIÓN EN EL TEATRO REAL

Una de las señas de identidad de *No es un día cualquiera* es la itinerancia. El programa ha recorrido miles de kilómetros; ha estado presente en toda España y también ha viajado al extranjero (China, México, Argentina, Alemania, Polonia, Marruecos y Siria). De hecho, la raro es que el programa se realice desde su estudio en Barcelona. «Es muy cansado físicamente, pero muy agradecido anímicamente. Hemos conocido lugares estupendos y sobre todo gente estupenda», afirma Pepa Fernández. Hoy sus seguidores disfrutarán de una edición especial desde el Teatro Real de Madrid.

Pero cree que la innovación también ha traído noticias menos buenas. «La magia de la radio se ha esfumado», afirma. «Una de mis grandes decepciones en la vida fue ponerles cara a mis locutores», confiesa. «No me parece tan bueno que ahora los programas de radio se puedan ver», lamenta. En su opinión, «hoy resulta imposible que alguien se enamore de una voz».



Premio en «Páginas locales»
Doble página sobre los rascacielos de la ciudad, en la sección de Madrid

Premio en «Páginas con publicidad»
Doble página de la sección de Gentestilo

LOS «PULITZER» DEL ARTE EDITORIAL ABC, premiado con cinco «European Newspaper» por la calidad de su diseño

- ▶ Nuestro diario es reconocido por la puesta en página, la infografía y la fotografía
- ▶ El jurado destaca la apuesta por las nuevas narrativas, la gran creatividad y la visualización de datos

ABC MADRID

El diseño de ABC ha sido reconocido en los prestigiosos «European Newspaper Award», los galardones anuales europeos más importantes del sector, con menciones especiales en cinco categorías: portadas, páginas de información, páginas locales, páginas con publicidad e infografía. El jurado ha destacado la gran creatividad de los medios impresos en esta edición, con apuestas en nuevas formas de contar historias y en la visualización de datos complejos.

La competición, organizada por el conocido diseñador alemán Norbert Küpper, ha recibido propuestas de 196 periódicos de 26 países de toda Europa. La entrega de premios se realizará los días 1, 2 y 3 de mayo de 2016 en Viena, en el marco del Congreso de Prensa Europea.

La organización ha resaltado en su fallo la gran creatividad de las propuestas impresas y la diversidad de la misma en todo el continente. Además, señala dos tendencias en auge: el estilo cada vez más «arrevistado» de los periódicos y la apuesta por grandes his-



Grecia y Cataluña

Arriba, la portada del 1 de julio de este año que se ha visto reconocida en el apartado específico sobre Grecia. A su derecha, la del 25 de octubre con el tema de la corrupción de la familia Pujol en Cataluña. Ambos han sido temas que han capitalizado la información este año.



La apuesta por la portada obtiene dos galardones

ABC es el único diario nacional que tiene portada, ya que los demás tienen primera página. Este hecho diferenciador de nuestro periódico supone un esfuerzo extra en la apuesta por un tema, y este año se ha visto reconocido con dos premios, uno en la categoría de «Portada» y otro en el apartado específico sobre Grecia. El impacto de la imagen y el trabajo conceptual para dar forma al mensaje quedan patentes en ambas portadas.



Premio en infografía
Un galardón compartido para dos gráficos en las secciones de Internacional y España

torias de portada desarrolladas en profundidad más adelante en las páginas interiores. Estos son dos aspectos por los que ABC siempre se ha caracterizado y aún más en época reciente con la decidida apuesta por la portada única y los exhaustivos desarrollos en la sección de «Primer plano». Los países escandinavos, Bélgica y los Países Bajos también se están uniendo a esta tendencia periodística.

ABC ha sido destacado en múltiples categorías, lo que supone un reconocimiento global al trabajo diario desde el punto de vista gráfico. Dos por-

Prestigio internacional
En esta decimoséptima edición han participado 196 periódicos de 26 países de todo el continente

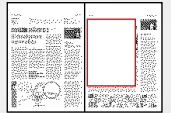
En sintonía europea
El acercamiento al formato revista y la apuesta por temas de fondo, señas de ABC, son tendencias globales

tadas, ambas de temas candentes como son la crisis griega y la corrupción en Cataluña, han sido premiadas. También lo han sido dos infografías, una de actualidad inmediata y otra de un reportaje de fondo. Otra espectacular infografía sobre los rascacielos de Madrid ha sido premiada en la sección de Madrid. Por último, mención para un planteamiento muy visual en una doble plana con publicidad de la sección de Gentestilo, demostrando que la convivencia entre el diseño y la información y una inserción publicitaria siempre es posible.

European Newspaper AWARD
NEWSPAPER DESIGN & CONCEPT

Otros premiados

- «Kvinnheringen», Noruega**
Periódico local
- «Ara», España**
Periódico regional
- «De Morgen», Bélgica**
Periódico nacional
- «Expresso», Portugal**
Periódico semanal

EL DEFENSOR
DEL LECTORPep
Collelldemont

Periodista

Els encreuats d'en Giralt

Es llei de vida que totes les coses tenen un començament i un final. Però els finals costen d'acceptar. Jo no he fet mai mots encreuats. Però en faig cada dia, ja que la meua dona, la Judith, no se'n perd ni un. I sempre surt algun dubte i mira si jo l'hi puc resoldre. Per tant, durant anys he fet els mots encreuats de l'amic Joan Giralt, que viu a la Selva, però no em feu dir on, ja que canvia de residència algunes vegades. Bé, en Joan no és un home de lletres. Això dels mots encreuats ha estat una afecció que li ha durat molts anys, molts. Els té comptats, n'ha fet 27.000, que déu n'hi do. N'havia fet per a l'Avui durant força temps, va fer els primers mots encreuats en català a Presència i, quan va sortir el Punt Diari, en Pius Pujades, amic seu, el va pescar, i els ha anat fent fins a finals del mes passat. Quan li deia que això dels encreuats no era pas per a mi, sempre em contestava: "Però si són molt fàcils de fer." I ara veig que els d'en Giralt ho eren, de fàcils. I tenien una altra particularitat, que sempre sortien temes concrets de les comarques gironines. Alguns lectors, no gaires, és cert, han notat el canvi. I m'ho han dit. No sé si els d'en Giralt eren més fàcils o no, però eren diferents. I pel que veig, amb això dels mots encreuats passa com en tantes coses a la vida, tot és qüestió d'acostumar-s'hi. Ara, en l'edició de Girona d'El Punt Avui surten els mateixos mots encreuats que en les altres edicions del diari, signats per un tal Miquel Sesé. I alguns lectors m'han dit que els troben més complicats, no tan senzills com els d'en Giralt. És possible, però em sembla que és més problema de no haver-los presa la mida. Això és el que dic a la meua dona quan esbufega per trobar la paraula adequada. Durant tot el temps que he estat a El Punt he mantingut un contacte amical amb en Joan Giralt, fins i tot li havia encarregat que em fes mots encreuats per a revistes municipals, quan jo em dedicava a donar suport als ajuntaments més aviat petits que no tenien els mitjans per fer el seu butlletí o la seva revista. I en Joan no em fallava mai. I això que ja us podeu imaginar que no corrien gaires diners pel mig. Per a en Giralt mai era un problema. Crec que aquesta ha



JORDI SOLER

Això dels mots encreuats ha estat una afecció que li ha durat molts anys, molts. Els té comptats, n'ha fet 27.000

estat sempre la seva gran afecció, però no l'única. Perquè, deixeu-m'ho dir, en Giralt ha fet moltes feines a la seva vida, la darrera com a representant del cava Peralada. Fins i tot havia treballat cinc anys a Guinea, en el món del cafè. Crec que per això té més mèrit que durant tota la vida d'El Punt hagi fet cada dia els mots encreuats, amb una fidelitat absoluta. Em sembla que ja està bé que als seus 85 anys ho deixi per a altres. La meua satisfacció, i la vull compartir, és que encara que deixi de fer els mots encreuats ell continua ple de vida i il·lusió. Això és fantàstic. Joan Giralt, gràcies, per la part que em toca d'El Punt Avui, per la teva constància i fidelitat. Re-

cordes bé que, quan en Pius Pujades et va contractar, et va dir molt clar: "Però no cobraràs, de moment, no tenim diners." I ho vas fer. Gràcies, una vegada més.

CANVIEM DE TEMA. UNA LECTORA del Maresme, que prefereix no donar el nom, m'envia un correu sobre un error que va detectar en un article de Vicent Sanchis. L'autor va citar en el seu text del dia 22 d'octubre "les set plagues d'Egipte", quan en realitat en van ser deu, segons diu la Bíblia, en el llibre de l'Èxode. Diu l'Anna: "Potser els de 35 anys en avall, més joves que els meus germans *petits*, no saben gaire de què va, però en l'article del senyor Vicent Sanchis aquest error em va fer mal als ulls." Doncs tens tota la raó, subscriptora del Maresme, les plagues d'Egipte van ser deu i el somni del faraó parla de les set vaques grasses i set vaques magres. És allò que sempre diem: qui no en remena no en trenca. Gràcies per la precisió. I acabo. Veig que són molts els lectors que em parlen del procés i de les dificultats que hi ha per arribar a algun acord. Esperem que al final tot es resolgui bé.



TVE y Ramón García encienden la Navidad el próximo viernes

Veralia produce este especial alrededor de un abeto de 15 metros en la Plaza Mayor de Madrid

HELENA CORTÉS
MADRID

En Estados Unidos, el encendido de un gran árbol de Navidad en el Rockefeller Center de Nueva York, un símbolo que surgió en la época de la gran depresión para retomar ilusiones y resaltar ciertos valores, marca el principio de la Navidad. La noche del 27 de noviembre, en la Plaza Mayor de Madrid se inaugura la iluminación de un abeto de más de 15 metros de altura. TVE ha organizado alrededor del acto el programa «Enciende tu Navidad», producido por Veralia (Vocento), que podrá verse desde las 22.15 horas en La 1, presentado en directo por Ramón García, Elisa Mouliá y Jota Abril.

El espacio contará «historias reales», destaca el primero, «como la del padre que dejó todo porque su hija tenía una enfermedad incurable y decidió hacerse médico, la de la abuela que donará un riñón a su nieto o la del niño que cede un juguete a su hermano pequeño recién nacido. Al final, aparecerá una familia completa, con sus nietos, bisnietos...», explica el presentador.

En el programa habrá canciones, con artistas como David Bisbal, Manu Carrasco, Efecto Pasillo, María del Mon-

te y Tamara, entre otros, además de diversión e ilusionismo, de la mano del Mago Murphy. «El concepto de encendido de la Navidad es bonito y lo hemos llevado a la televisión. El directo tiene más riesgo, pero gana en vistosidad», sostiene García. Las luces se irán encendiendo a medida que se cuentan las distintas historias reales, que representan ideas tan navideñas como la familia, la ilusión, la alegría... «Son relatos que se incluyen en vídeos cortitos y que encienden regalos que hay debajo de un gran árbol, donde al final cantaremos», añade Ramontxu.

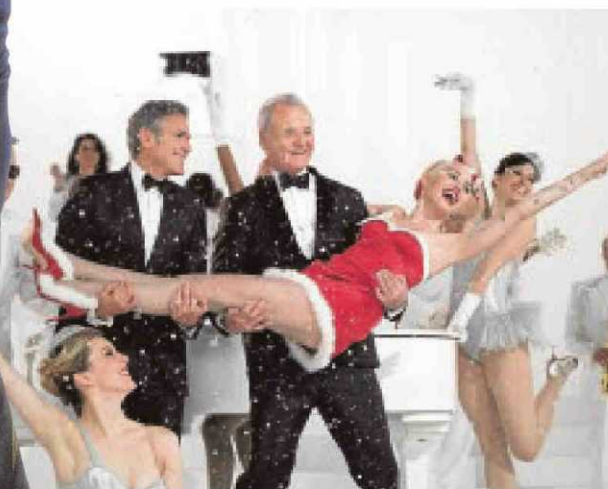
Y aunque en este tipo de formatos es «difícil innovar», en este caso estará «muy picado, tendrá mucho ritmo», anuncia. A su lado, Elisa Mouliá será «la bella», en su primer directo, y Jota Abril hará el papel de «bestia», bromea

Ramón García. Sobre su afición a estas fiestas, opina que ya casi está en su ADN. «Este año cumpliré 25 Navidades en la tele pública. Al principio no me gustaba, porque empezaba a grabar los programas de fin de año en octubre y llegaba a diciembre hasta el gorro de la Navidad, pero ahora con las niñas le vuelves a coger el gusto», añade. «Seguiré haciendo telepasiones y las campanadas hasta que aguante o me dejen de llamar. Este año estaré en el

Telepasión haciendo un papel pequeño. Tendrá como *leitmotiv* Eurovisión, con más personajes de lo habitual y haré un pequeño *sketch* de humor. En las uvas es mi año número 20. Es bonito porque es una fecha redonda. Anne Igartiburu y yo lo tenemos tan trilladito que ya ni ensayamos», remata. «Hemos cambiado de año, de siglo, de milenio y de moneda».

RÉCORD
El presentador cumple 25 navidades en la tele pública y 20 al frente de las campanadas

«ENCIENDE TU NAVIDAD»
El viernes 27, en La 1, a las 22.15 horas



«A Very Murray Christmas»

Desde el 4 de diciembre, Netflix permitirá ver en España este especial navideño escrito por Mitch Glazer, Bill Murray y Sofia Coppola. Dirigido por esta última, su espectacular reparto incluye a George Clooney, Amy Poehler, Chris Rock y Miley Cyrus, entre otros



El Vaticano juzgará a dos periodistas por una filtración

PABLO ORDAZ

Tan solo tres semanas después de su detención, la justicia del Vaticano fijó ayer el juicio contra el sacerdote español Lucio Vallejo Valda y las relaciones públicas italiana Francesca Chauoqui por "asociarse en una organización criminal con el objetivo de filtrar" documentación reservada sobre las finanzas de la Santa Sede. También serán juzgados el próximo día 24 los periodistas Gianluigi Nuzzi y Emiliano Fittipaldi por publicar sendos libros con la información filtrada.

El quinto encausado es un antiguo ayudante de Vallejo, Nicola Maio, de quien hasta ahora no se conocía su supuesta implicación. De todos ellos, el sacerdote español, exsecretario de la ya disuelta comisión instituida por el papa Francisco para sanear las finanzas de la Santa Sede (COSEA), es el único que continúa detenido.

Vallejo y Chauoqui fueron arrestados el último fin de semana de octubre acusados de sustraer y filtrar numerosos documentos a los que habían tenido acceso dada su pertenencia a la COSEA. Vallejo era el único religioso y Chauoqui, la única mujer. Tras prestar declaración ante la gendarmería vaticana, el sacerdote español quedó deteni-

do, y la relaciones públicas italiana, puesta en libertad tras alegar que estaba embarazada y que el único responsable de las filtraciones era Vallejo Valda.

Con las investigaciones aún en marcha y antes incluso de que la fiscalía del Vaticano emitiese una acusación concreta, el papa Francisco fijó su posición el pasado domingo día 8, tras el rezo del Ángelus en la plaza de San Pedro. "Sé que muchos de vosotros", dijo Francisco ante miles de fieles, "estáis turbados por las noticias que han circulado en los últimos días a propósito de documentos reservados de la Santa Sede que han sido sustraídos y publicados. Quiero decir, antes que nada, que robar estos documentos es un delito.



Francesca Chauoqui y Lucio Vallejo Valda, en enero de 2014 en el teatro Parioli de Roma. / UMBERTO PIZZI (AFP)

Es un acto deplorable y que no ayuda".

Una gran cantidad de información recogida por la COSEA aparece en los libros *Via Crucis* y *Avarizia*, escritos por los periodistas Gianluigi Nuzzi y Emiliano Fittipaldi, puestos a la venta solo unas horas después de la detención de Vallejo y Chauoqui. Los libros demuestran la resistencia de parte de la curia ante los esfuerzos de Bergoglio por terminar con el despilfarro

y la mala gestión de las finanzas de la Iglesia.

Hace solo unos días, el Vaticano anunció que los periodistas serían acusados por su posible "complicidad en el delito de difusión de noticias y documentos reservados". Los autores de los libros respondieron que en su ánimo nunca estuvo ir contra el Vaticano o contra el Papa, sino hacer "lo que cualquier periodista haría, poner a disposición de los lectores una serie de docu-

mentación de indudable interés". La fiscalía vaticana los llamó a declarar. Fittipaldi decidió acudir al Vaticano y Nuzzi, no.

La primera audiencia se celebrará el 24 de noviembre, coincidiendo con el primer viaje del papa Francisco a África. Según el artículo 116 bis del Código Penal del Vaticano, se considera delito la divulgación de noticias reservadas y de resultar condenados, las penas pueden oscilar entre los cuatro y los ocho años de cárcel.



Sala i Martín es posa l'última americana d'«Economia en colors» L'espai de TV3 analitzarà les ajudes al desenvolupament

NÚRIA JUANICO
BARCELONA

Vestit amb una americana verda, Xavier Sala i Martín s'acomiada avui del programa *Economia en colors*. TV3 emetrà, a dos quarts d'onze de la nit, el vuitè i últim episodi de l'espai, que estarà dedicat a les ajudes al desenvolupament. Com en les anteriors entregues, el periodista Tian Riba acompanyarà Sala i Martín al davant de la càmera i li plantejarà diversos interrogants sobre aquesta qüestió.

L'episodi, titulat *La noia dels caramels*, analitzarà els resultats dels programes d'ajudes al desenvolupament i es preguntarà sobre quina és

la millor manera perquè els països rics millorin el benestar dels ciutadans dels països pobres. El verd serà l'últim color d'una paleta cromàtica que ha servit per tocar temàtiques diverses, des de l'economia financera fins a la riquesa, l'educació i els diners.

L'estrena d'*Economia en colors* el 4 d'octubre va ser també el moment en què el programa va obtenir les seves millors xifres d'audiència. Amb aquell primer episodi, dedicat a la innovació, l'espai va aplegar 673.000 espectadors i un 21,2% de quota de pantalla, i es va convertir en el líder de la seva franja. Des d'aleshores, però, l'audiència d'*Economia en colors* ha seguit una tendència decreixent que va anotar

Audiència
L'evolució en espectadors del programa ha caigut des de l'estrena



Xavier Sala i Martín i Tian Riba en l'últim episodi del programa. CCMA

diumenge de la setmana passada el seu mínim. En aquest cas, el programa no va aconseguir liderar i va reunir 355.000 seguidors i un 12,1% de share.

Més enllà de les xifres, l'espai ha aixecat certa polseguera entre alguns espectadors, que han criticat a Twitter la tendència ideològica de Xavier Sala i Martín. En aquesta

línia, la diputada d'ICV-EUiA al Parlament Marta Ribas va qualificar durant una comissió de control de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) al maig de "cridaner" el fet de "pagar amb diners públics un economista perquè, des de la televisió pública, argumenti que cal retallar o privatitzar els serveis públics".



Un cupón de la ONCE en el Día Mundial de la TV

La Academia ha colaborado en el diseño del billete, que representa una carta de ajuste

S. T.
MADRID

Ayer se celebró en todo el mundo el Día Mundial de la Televisión, celebración que la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE) aprovechó para difundir cinco millones y medio de cupones que contaban con un diseño especial, realizado en colaboración con la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión. Manuel Campo Vidal, presidente de esta institución, y Antonio Mayor, director de comunicación de la ONCE y de su Fundación, presentaron el cupón, que representa una carta de ajuste televisiva.

El Día Mundial de la Televisión se celebra el 21 de noviembre porque así lo proclamó la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1996. Aquel año tuvo lugar el primer Foro Mundial dedicado a este medio. Con la conmemoración, las Naciones Unidas invitan a todos sus Estados miembros a promover

intercambios mundiales de programas relacionados con la paz, la seguridad, el desarrollo económico y social y la promoción de la cultura. La ONCE no se une a la causa por casualidad. La organización también realiza grandes esfuerzos para lograr que las personas ciegas tengan mayor acceso a los contenidos televisivos. La Academia de Televisión, por su parte, siempre ha colaborado con las diferentes iniciativas destinadas a ayudar a las personas ciegas y sordas a disfrutar de los programas.

Desde la ONCE, se promueven ideas como la audiodescripción, que son cada vez más sencillas gracias a herramientas como AudescMobile, disponible para los usuarios que cuenten con un teléfono inteligente. La sincronización con la emisión se realiza apoyándose en el audio de la serie o programa, con independencia de la plataforma por la que se emita, TV, cine, DVD, ordenador...





Victoria Prego va guanyar Carmen del Riego per 12 vots. EFE

Victoria Prego, nova presidenta de l'APM

Victoria Prego ha sigut escollida com a presidenta de l'Associació de la Premsa de Madrid (APM). La veterana periodista explicava a l'agència Efe que està "contenta" amb la victòria però al mateix temps assegura que sent la "responsabilitat" d'un càrrec en el qual espera poder complir tot el que va prometre durant la seva campanya.

Prego, que ha guanyat amb 699 vots, enfront dels 687 de la seva antecessora, Carmen del Riego, va afirmar durant la seva campanya que treballaria especialment pels periodistes joves, perquè tinguin "una cobertura adequada" des de l'APM. Preguntada sobre

què li semblava que per l'elecció amb llistes obertes hagin sortit elegits la majoria dels components de la llista de Del Riego en lloc dels seus, ha ressaltat que tots són "col·legues per igual, periodistes". Des del seu punt de vista, treballaran "exactament igual" per les causes necessàries de la professió.

La junta directiva de l'APM queda formada amb els periodistes Nemesio Rodríguez, Javier Olave i Miguel Ángel Noceda com a vicepresidents; María Jesús Chao, secretària general; Alfonso Sánchez, vicesecretari, Andrés Aberasturi, arxiver bibliotecari, i 16 vocals. **J.C.**



EL OYENTE

LUIS OZ

*Verdad,
media
verdad, falso*

Algunos de los grandes medios no se conforman con informar y analizar. También cuentan cómo lo hacen. Útil para periodistas y estudiantes de periodismo. Interesante para los interesados en la cocina del oficio. Un poco caro, 10 euros mensuales (dos tercios del precio que cobra a los suscriptores digitales por todos sus servicios), en el caso del *New York Times*, en el caso del *New York Times*, aunque de gran calidad.

No es que sea nuevo. La BBC encargó a sus cámaras en la invasión de Irak que se filmaran a sí mismos y grabaran sus impresiones mientras cubrían como empotrados la entrada por Kuwait. La hora de *Panorama* que salió de todo ello es una joya documental.

La CNN ha tenido durante muchos años un programa de sus corresponsales contando las peripecias, anécdotas o entresijos de sus trabajos de calle en el extranjero.

Gratis hemos podido leer la lección de Grégoire Lemarchand en el blog *Making-of*, de la agencia AFP, sobre lo que se contó en las redes la noche de los atentados de París. Lemarchand no es cualquiera. Curtido en muchas guerras, licenciado de Sciences Po y en AFP desde 2000, sabe de qué habla.

«Mi adjunta, Amandine Ambregni, de guardia ese viernes en la redacción, empezó a seguir los tuits más interesantes desde el primer minuto», escribe. «Algunas informaciones, como las de tiroteos en Bataclan, parecían serias. Otras mucho menos. La gente tuiteaba sobre disparos o explosiones en Les Halles que nunca hubo. En los primeros momentos es imposible distinguir la verdad, la media verdad y lo completamente falso».

¿Cómo debe responder en estos casos el profesional? ¿Olvidarse de todo lo que sale en las redes?

«No nos engañemos», responde Lemarchand. «En cualquier acontecimiento las redes sociales hoy son un espacio formidable para encontrar información, testigos, contactos e imágenes de primera mano... Tienen un papel central... El reporterismo en los lugares de los hechos y la búsqueda de fuentes siguen siendo los fundamentos absolutos, pero también hay que saber lo que pasa por la red. El problema está en distinguir la verdad en esa masa móvil y gigantesca de datos».

Uno de los principales criterios es la persona que tuitea, pero nadie tiene el monopolio de la información. «Que yo sepa, la primera persona que tuiteó el tiroteo en Bataclan fue Benoit Tabaka, un jurista y especialista en datos al que estoy abonado. No es periodista, pero sé por experiencia que es una persona seria y que jamás tuitearía al tuntún».



Reporteros de guerra

Los medios de comunicación siempre han desempeñado un papel importante en la información de cualquier tipo de evento, pero quiero referirme a los reporteros de guerra, a esos periodistas que desde zonas en conflicto son capaces de aparcar sus necesidades bá-

sicas para informarnos con objetividad. Atentados como el del avión ruso derribado en Egipto, los del Líbano y más recientemente los de París, así como el éxodo desde Siria hasta la vieja Europa, los niños ahogados en el Mediterráneo y un sin fin de sucesos del mismo nivel de crueldad deberían hacernos reflexionar. Esto es

lo que pretenden esos reporteros, a veces dejando en ello hasta su propia vida.— **José Enrique Perdomo García.** Alcorcón (Madrid).



ANIVERSARI

Radio Clásica compleix 50 anys en l'aire

RNE-Radio Clásica compleix avui mig segle com a emissora especialitzada. Aquesta oferta radiofònica ja veterana va ser pionera en el seu gènere, amb una fórmula desconeguda a Espanya, a més de ser la primera a emetre en freqüència modulada (FM) a tot l'Estat. Al principi, oferia música lleugera i clàssica, però va acabar sent només de música clàssica. ≡



La CNMV investiga un 'agujero' de casi 450 millones en el Grupo Planeta

El 'holding' valora su capital en Sabadell 4 veces más que el precio de mercado

Antonio Lorenzo MADRID.

La Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) ha mantenido al menos dos reuniones con directivos del Grupo Planeta para interesarse por las minusvalías latentes que el grupo aplica sobre sus acciones del Banco Sabadell. Según ha podido saber *elEconomista* de fuentes conocedoras de la situación, el organismo supervisor pretende dilucidar el impacto que podría tener sobre las cotizadas Banco Sabadell y Atresmedia el precio con el que contabiliza Planeta los títulos del banco catalán. A grandes rasgos, "dicho importe resulta cuatro veces más elevado que el que considera el mercado desde hace años". Esa desviación en el precio actual de cada acción de Sabadell respecto al adquirido en 2006 arrojaría unas minusvalías latentes próximas a los 450 millones de euros, según estimaciones de las referidas fuentes. En concreto, la compañía que preside José Creuheras valora en sus libros cada título del Sabadell a 8 euros, frente a los aproximadamente dos euros en los que cotiza desde hace cinco años. El pasado viernes, el Banco Sabadell cerró la sesión en 1,72 euros

Otras compañías, que se encon-

traban en una situación similar a la del Grupo Planeta, ya contabilizaron dichos agujeros contables en sus respectivas contabilidades, como es el caso de Mango. Así, el grupo textil fundado y controlado por Isak Andic reconoció el pasado enero un impacto negativo de 362 millones de euros por la pérdida de valor de su inversión del 3,8 por ciento en la entidad financiera catalana.

Informe

La World Federation of Investors (WFI), entidad que agrupa a las asociaciones nacionales de accionistas minoritarios de diferentes países europeos, advirtió de "conductas no precisamente alineadas con las que debería darse en un entorno económico y financiero tan globalizado como el actual". En concreto, la WFI se refería a la tasación de la participación del Grupo Planeta en el Sabadell. Y así se lo hizo saber el pasado julio a la CNMV, además del Banco de España y el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC, organismo dependiente del Ministerio de Economía).

El presidente y secretario general de WFI envió una carta a los referidos organismos públicos sin que hasta la fecha haya recibido ninguna res-



Sede del Grupo Planeta en Barcelona. DARZ MOL

Planeta compró acciones del Sabadell a 8 euros y desde hace cinco años se cotizan a 2 euros

puesta. Sin embargo, todo apunta a que el contenido del informe del WFI no ha quedado olvidado en un cajón de la entidad que preside Elvira Rodríguez debido a los dos encuentros mantenidos por representantes del supervisor de los mercados con altos cargos de Planeta. En ambos casos, dichas reuniones pretendían aportar información de primera ma-

no sobre presuntas *malas praxis*.

Fuentes de la CNMV declinaron realizar declaraciones en cuanto a la existencia o no de investigaciones por parte del organismo supervisor sobre las cuentas de Planeta o sobre sus encuentros con los directivos del primer grupo editorial y de comunicación español de capital familiar. De la misma forma, este diario se puso en contacto el pasado viernes con el Grupo Planeta sin obtener respuesta de sus directivos.

Pese a los problemas de transparencia por un contabilidad confusa, fuentes del sector aseguran que "no existe irregularidad" por parte de Planeta en torno a las discrepancias de los precios de mercado de ciertas acciones y su valor en libros, pero

siempre que los títulos no pretendan ponerse a la venta. Otras fuentes indican que las minusvalías latentes, próximas a los 450 millones, llevarían a Planeta a una situación crítica si no se produce una ampliación de capital. Lo anterior también se pone de relieve en una carta remitida al presidente del Banco Sabadell, Josep Oliu, y a la presidenta de la CNMV, Elvira Rodríguez, por parte de María Fernández Conradi, directora ejecutiva de la Asociación Española de Accionistas Minoritarios de Empresas Cotizadas (Aemec) -miembro a su vez de WFI-. En la referida misiva, la Aemec indica que "la valoración que a través de sus diferentes participadas mantiene el grupo Planeta de su participación en el Sabadell difiere sustancialmente del valor razonable". Acto seguido, la misma asociación afirma que "si se contabilizara dicho valor correctamente, el Grupo Planeta estaría bajo causa legal de disolución, y que esa situación se ha mantenido en las diferentes refinanciaciones realizadas en los últimos años".

Informe

Tal y como ya informó este periódico el pasado 23 de julio, el quebranto por el que ahora muestra interés la CNMV se remonta a 2006, cuando el Grupo Planeta adquirió el 15 por ciento del Banco Sabadell a cambio de 1.300 millones. En ese momento, los títulos de la entidad financiera se valoraban a 8 euros por acción. Sin embargo, en 2010, el Sabadell sufrió un varapalo bursátil que redujo el valor de los títulos de la entidad a apenas dos euros, sin que hasta la fecha haya recuperado lo perdido hace cinco años. Pero esas minusvalías, según la WFI, han sido obviadas en las cuentas del grupo, sin que Deloitte, auditor de Planeta, hubiera puesto objeciones.

Entre otras sociedades, Planeta es el accionista de referencia del diario *La Razón* y de Atresmedia.



La indemnización por propiedad intelectual admite los daños morales

El autor afectado puede exigir también que se compense la lesión a su reputación

Pedro del Rosal MADRID.

La condena al pago de una indemnización por la vulneración de los derechos de propiedad intelectual no excluye que el perjudicado pueda reclamar, además, una indemnización en concepto de daños morales. Así lo determina el abogado general del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE), Wathelet, en unas conclusiones presentadas el 19 de noviembre tras una consulta efectuada por el Tribunal Supremo (TS) español.

La cuestión prejudicial versaba sobre la interpretación del artículo 13.1 de la Directiva 2004/48, relativa a las medidas y procedimientos destinados a garantizar el respeto de los derechos de propiedad intelectual. El Alto Tribunal revisaba el recurso presentado por el director, guionista y productor de un documental, que reclamaba a una productora y una cadena de televisión una indemnización por la utilización en un reportaje de una serie de planos de su obra sin su consentimiento.

El demandante solicitaba dos cantidades: una por la infracción de los derechos de explotación y otras por el daño moral que afirmaba haber sufrido.

Es compatible

El abogado general aboga el análisis del artículo 13.1 de la Directiva, que, en su párrafo segundo, propone "fijar los daños y perjuicios mediante una cantidad a un tanto alzado sobre la base de elementos, *cum grano*, el importe de los cánones o derechos que se le adeudaran si el infractor hu-

iera pedido autorización para utilizar el derecho de propiedad intelectual".

Así, señala Wathelet, este artículo "autoriza expresamente la toma en consideración de factores distintos a los cánones o derechos normalmente adeudados".

Una interpretación que se refuerza con el análisis del primer párrafo del artículo 13.1, que indica que la indemnización debe ser "adecuada a los daños y perjuicios efectivos", un contexto que, para el abogado general, "conduce a aceptar que se tenga en cuenta el posible daño moral". Lo contrario, afirma, reflejaría "sólo parcialmente el daño realmente sufrido por el titular del derecho".

Excluir los daños morales, según aseveran las conclusiones, también sería ir en contra de los objetivos de la Directiva 2004/48, que busca garantizar un nivel de protección "elevado, equivalente

La consulta había sido presentada por el Tribunal Supremo ante la Justicia europea

y homogéneo" en el mercado interior. "Tal exclusión tendría como consecuencia eliminar cualquier efecto disuasorio de la condena", porque el infractor únicamente abonaría lo que habría dejado de ganar si hubiera actuado lícitamente, asevera el texto.

Por todo ello, el abogado general propone al TJUE resolver a favor de considerar que la Directiva permite al perjudicado por una infracción de un derecho de propiedad intelectual reclamar también una indemnización por daño moral sufrido.



PERIODISTAS Y DESEMPLEO



La columna invitada

José Luis Fraile

Jefe de Redacción

Desde hace años, hablar de periodismo en España es hacerlo de crisis, de desempleo, de contratos *basura*, de presiones políticas, económicas y empresariales, de insuficiente formación universitaria y profesional, de mera generación de licenciados para engrosar el paro, de cambios tecnológicos aún no asumidos y de una evolución incompleta en el paradigma de la comunicación en la nueva era digital. Si a todo ello le sumamos la recesión de los últimos tiempos, con recortes publicitarios, cada vez menor venta en quioscos, desaparición de medios en papel y transición hacia modelos aún no claramente definidos, sobre todo en lo que a la monetarización de contenidos se refiere, vemos que la situación no es demasiado halagüeña... y además amenaza con convertirse en endémica. Así, mientras en

otros sectores duramente afectados por la crisis, una vez dejan atrás la *burbuja* se puede ver de nuevo la luz, con los periodistas no pasa lo mismo. Desde 2008 se han producido unos 12.000 salidas de profesionales, después de ajustes de plantilla, despidos selectivos, bajas incentivadas o ERE. Si nos vamos a la Encuesta de Población Activa (EPA), hay registrados unos 30.000 periodistas o profesionales del mundo de la comunicación en paro. Para dignificar esta profesión, para intentar que supere una crisis casi existencial, mucho tiene por delante **Victoria Prego**, al asumir tras las elecciones de la pasada semana la Presidencia de la Asociación de la Prensa de Madrid, con sólo doce votos de diferencia sobre **Carmen del Riego**, que aporta gran número de su equipo a la nueva junta directiva. Formación, asesorías, nuevos medios, primer empleo, que no todo va a ser defender algo que funcionaba bien, como la asistencia médica. Y, sobre todo, mejorar una imagen que se va perdiendo, en un colectivo que ni va a votar para escoger a sus directivos (sólo un 19 por ciento en las dos últimas elecciones) ni crece en número de socios, 7.833 censados ahora mismo en la APM, cuando hace cuatro años éramos ya 7.683.



Irán condena a un periodista de EE UU sin aclarar a cuántos años

ÁNGELES ESPINOSA, **Teherán**
Un portavoz judicial iraní reconoció ayer que el periodista irano-estadounidense Jason Rezaian está condenado a prisión, según informó la agencia de noticias estatal IRNA. El responsable no reveló, sin embargo, la duración de la condena, que se le impuso el pasado octubre por “espionaje y propaganda contra la República Islámica de Irán” en un juicio secreto y de cuyo resultado Rezaian se enteró por televisión. El caso pone de relieve las tensiones políticas internas dentro de Irán y constituye

un punto de fricción para las nascentes relaciones con EE UU.

La noticia ha sorprendido a la propia abogada del periodista, Leila Ahsan, quien dijo desconocer el veredicto y a quien además no se ha permitido acceder a las pruebas contra su cliente. Además, tiene prohibido hablar del caso.

Rezaian, de 39 años, corresponsal en Teherán de *The Washington Post* desde 2012, fue detenido en julio de 2014 junto a su esposa, Yeganeh Salehi, también periodista, y a un matrimonio de fotógrafos amigos. Todos menos

él quedaron en libertad bajo fianza. Nueve meses después, las autoridades dieron a entender que afrontaba cuatro cargos, entre ellos espionaje y propaganda contra Irán.

La situación del periodista constituye un punto de fricción entre Teherán y Washington. EE UU ha pedido su puesta en libertad y la de otros dos norteamericanos encarcelados. Rohani y el presidente del Parlamento iraní, Ali Lariyani, han sugerido la posibilidad de un intercambio de estos por iraníes presos en EE UU.



TRIBUNALS

L'Iran condemna per espionatge un corresposnal nord-americà

Jason Rezaian, de
'The Washington Post'

[TEHERAN] La Justícia iraniana va confirmar ahir la condemna a Jason Rezaian, periodista de *The Washington Post* detingut a Teheran el juliol del 2014, a una pena de presó per espionatge, si bé va assenyalar que els detalls de la sentència del Tribunal Revolucionari de Teheran es donaran a conèixer "en el futur".

Rezaian va ser acusat per la fiscalia d'espionatge per "haver recopilat informació sobre temes de política interna i exterior" iraniana i subministrar-la a "persones indesgudes". També se'l va acusar de "cooperar amb estats hostils" i "emetre propaganda contra la República Islàmica".

The Washington Post ha repudiat la condemna de presó dictada per l'Iran, que va considerar simplement i planerament com una "farsa". "El seu judici i la seua sentència han estat una farsa, i hauria de ser alliberat immediatament", va afirmar.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

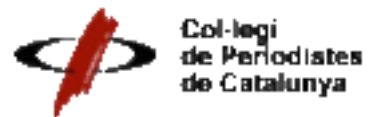
acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/11/15	Sálvame Deluxe vende humo con el caso de Ylenia Carrisi / PRNoticias	53	2
22/11/15	Premios Rory Peck 2015 para periodistas de Irak, Pakistán y Siria / Periodistas en Español	55	2
23/11/15	Premios COLPIN 2015 reconoce lo mejor del periodismo de investigación en Latinoamérica. / PRNoticias	57	1

Periodisme i Mitjans de comunicació



Sálvame Deluxe vende humo con el caso de Ylenia Carrisi

Sábado, 21 de noviembre de 2015

El programa presentado por Jorge Javier Vázquez parece que continúa rigiéndose por la máxima de que todo vale en la guerra por la audiencia. Sobre todo ahora que el espacio de corazón se encuentra en caída libre tras la bajada en 7 puntos de share en su última emisión y a pesar de tener como telonero un partido de la selección española que consiguió eclipsar a Tu cara me suena. Y si ya se saltó a la torera la ética periodística por conseguir en exclusiva la primera entrevista televisada a la supuesta madre de Chabelita, Sálvame Deluxe repite la jugada con el caso Ylenia y la presencia de su hermano Yari Carrisi en el plató. La hija de los cantantes italianos Al Bano Carrisi y Romina Power desapareció hace más de 20 años tras perderse su pista en EEUU. Y es allí donde en los últimos días se ha encontrado un cuerpo que podría ser el de Ylenia, por lo que las autoridades norteamericanas han solicitado a la familia que se sometan a las pruebas de ADN para identificar el cadáver de una mujer que podría haber sido víctima de un asesino en serie. Sin embargo ni Yari ni sus padres creen que la mujer hallada sea su hermana y la reapertura del caso por la policía de Florida se debe a la publicidad que quiere tener el presunto homicida. Son muchas las teorías en torno a la desaparición de Ylenia y mientras parte de la familia espera que la joven siga viva, Al Bano prefiere pensar que su hija no va a volver nunca y no quiere hablar del tema. Sobre todo después del circo mediático que se vivió cuando Lydia Lozano aseguró hace unos años que tenía pruebas de que la joven vivía, para más tarde desdecirse cuando el daño a la familia ya estaba hecho. Es por eso que la periodista fue vetada en muchas entrevistas y se ha convertido en persona non grata por la familia. A pesar de anunciar a bombo y platillo la presencia de Yaris Carrisi, contar con la presencia de un experto forense para aclarar dudas sobre el análisis de ADN y realizar una conexión en directo desde Roma, Sálvame Deluxe ha vuelto a vender humo en relación al caso Ylenia, haciendo lo que mejor se les da, crear expectación sin aportar mucho más de lo que ya se sabía. Su manera de tratar una información tan sensible roza el sadismo hacia una familia que no ha podido cerrar heridas, pero que sin embargo sigue prestándose a colaborar alimentando a la bestia con carnaza. Los Contreras se someten al polidéluxe. Continúa la guerra dialéctica entre los Contreras y los Rivera. Tras el paso de padre e hijo por el programa, Fran Rivera no ha querido morderse la lengua y les acusa de mentir y de querer hacer caja de cara a las navidades. Es por eso que Julián Contreras Sr y Jr han vuelto a Sálvame Deluxe para enfrentarse al temido polígrafo de Conchita. Pero el cuestionario al que se han sometido ha quedado en un segundo lugar al sufrir los envites de los colaboradores. En especial de Kiko Matamoros, quien se ha erigido como el portavoz de Fran para tener una conversación que el torero no se ha atrevido a tener cara a cara. El tertuliano ha sido duramente criticado por el resto de sus compañeros, que le han acusado de ser fácilmente manipulable. Otra de las periodistas más agresivas ha sido María Patiño, acusando a Julián Contreras Padre de ser el topo que filtraba información a la prensa sobre Fran Rivera, mientras que Julián Jr

Audiencia: 98.465

Ranking: 6

VPE: 1.418

Página: 2

Tipología: online

reconoce que pensaban ir al espacio del corazón antes de ir a la boda de Cayetano, para hablar sobre los detalles del enlace. Además, asume que él es el culpable del distanciamiento de sus hermanos pero admite que Fran Rivera ha iniciado una persecución contra él. Julián Contreras padre cree que los Rivera tienen mala memoria si dicen que no he hecho nada por ellos. Dudo mucho de que sea el hermano que Fran y Cayetano se merecen se lamenta Julián. Y finalmente no puede reprimir las lágrimas al sincerarse de los verdaderos motivos que le empujan a asistir a programas de corazón. Vivo y soluciono mis problemas como puedo porque tengo que salir adelante y se siente culpable por conceder este tipo de entrevistas. Contrariamente a este arrepentimiento, es más que probable que el hijo menor de Carmina Ordóñez continúe alimentando el ego de Sálvame Deluxe , hablando de su familia y de sus sentimientos, en vez de alejarse de una vez por todas de este tipo de vida que tanto daño ha hecho a su entorno. Seguiremos informando...

Premios Rory Peck 2015 para periodistas de Irak, Pakistán y Siria

Domingo, 22 de noviembre de 2015

La Fundación Rory Peck ha galardonado este 2015 a periodistas independientes del norte de Irak, Pakistán y Siria, como muestra de confianza en los periodistas locales para cubrir los conflictos y las historias más inaccesibles. La ceremonia, celebrada el pasado 18 de noviembre de 2015 en Londres (Reino Unido), celebraba también el vigésimo aniversario de la Fundación en respaldo a los periodistas independientes de todo el mundo, y fue presentada por la corresponsal especial de Sky News, Alex Crawford. Foto de Zein Al-Rifai en Alepo (AFPTV) El premio Rory Peck en la categoría de Noticias lo obtuvo el periodista sirio de 27 años, Zein Al-Rifai, por la cobertura del conflicto actual en su ciudad natal de Alepo. Aleppo: Life in Ruins (Alepo: una vida en ruinas), encargado y emitido por AFPTV, tras haberse rodado entre junio de 2014 y febrero de 2015, muestra las consecuencias de los bombardeos casi diarios y la realidad de la vida de aquellas personas que viven en la zona rebelde de la ciudad. El jurado declaró que el material de Zein era impactante, ya que mostraba heridas, la muerte y el dolor «sin perder nunca la visión más humana, lo que impulsa a la gente a seguir luchando en las peores circunstancias. El premio lo entregó la jefa corresponsal internacional de la BBC Worldwide Lyse Doucet. Fotografía de Zmnako Ismael El premio Rory Peck en la categoría de Mejor reportaje se otorgó al periodista iraquí Zmnako Ismael por On the Road with Yazidis Fleeing Islamic State (En la carretera con yazidíes huyendo del Estado Islámico), una inscripción autofinanciada emitida por Channel 4 News. Zmnako filmó el éxodo de decenas de miles de yazidíes desde las montañas Sinjar en el norte de Iraq durante dos días en agosto de 2014, viajando todo el trayecto desde el campamento de refugiados de Newroz en Siria hasta la montaña y de vuelta; los jueces describieron su material como «muy emotivo». «Te sentías completamente inmerso en esa historia increíble de lo que podría parecer prácticamente un éxodo bíblico. Lo captó de una forma hermosa y causó una verdadera impresión». El premio lo entregó el periodista independiente y anterior ganador de los premios Rory Peck, Sorious Somoura. Fotografía de Haider Ali El premio Sony Impact en la categoría de Actualidad fue entregado al cámara independiente Haider Ali. Haider ganó por su obra Pakistans Hidden Shame (La vergüenza oculta de Pakistán) que revela cómo decenas de miles de jóvenes vulnerables en todo el país se han convertido en víctimas de depredadores pedófilos, muchos de ellos conductores de autobuses y camiones, que admiten abiertamente haber tenido relaciones sexuales con los niños. El jurado comentó que la película fue estremecedora y potente: «Causó una gran impresión ver la tranquilidad con la que el cámara dejaba hablar a la gente. Era comprensiva y discreta, me sentí como si estuviera al lado de aquellos niños». La película fue producida por Clover Films para Channel 4. Este año, el premio Martin Adler, patrocinado por Hexagon, se adjudicó a Hassan Ashwor, un técnico independiente de Duhok, en el norte de Irak. Hassan se ha convertido en un contacto clave para visitar a periodistas y organizaciones de derechos humanos, especialmente a aquellos que investigan las atrocidades perpetradas

Dom, 22 de nov de 2015

Audiencia: 12.151

Ranking: 5

VPE: 44

Página: 2

Tipología: online

contra la comunidad yazidí por el Estado Islámico. El premio Martin Adler rinde homenaje a un periodista independiente local que haya contribuido de manera significativa a la recopilación de noticias en circunstancias complejas y delicadas dentro de su propio país. Tina Carr, directora de la Fundación Rory Peck, comentó: «Después de veinte años, la misión de la Fundación Rory Peck continúa proporcionando apoyo práctico y financiero a los periodistas independientes de todo el mundo y a sus familias. Los finalistas y ganadores de esta edición demuestran por qué: nos acercan a historias a las que nadie podría acceder o contar, y sin su talento, determinación y valentía nuestro conocimiento del mundo sería limitado. Mientras que los periodistas siguen estando a la vista en todo el mundo, los periodistas independientes no dejan de ser los más vulnerables. Merecen nuestro reconocimiento, apoyo y protección más que nunca». «El trabajo de los ganadores y finalistas de los premios Rory Peck ha causado una verdadera conmoción en todos nosotros porque nos sumergen en un viaje que va más allá de las imágenes», declaró Michael Harrit, director de marketing de Media Solutions en Sony Professional Solutions Europe. «Sin duda son historias importantes que revelan las distintas caras de la humanidad y el mundo en el que vivimos hoy en día, nos conectan desde una perspectiva humana con situaciones que a menudo no tienen nada que ver con la nuestra. Filmar en países como Siria, el norte Irak y Pakistán es un desafío cada vez mayor que requiere habilidad, creatividad y valentía, que es por lo que seguimos apoyando los premios Rory Peck y la importante labor de su Fundación». Premios Rory Peck Los premios Rory Peck, patrocinados por Sony, reconocen la labor de reporteros gráficos independientes en el mundo de las noticias y la actualidad. Fundados en 1995 y nombrados como tributo al cámara independiente Rory Peck, asesinado en Moscú en 1993, el evento destaca la contribución que hacen los periodistas independientes a la recopilación de noticias y por qué merecen apoyo y protección. La ceremonia de entrega de los premios es la principal vía de recaudación de fondos de la Fundación Rory Peck, que proporciona apoyo financiero y práctico a los periodistas independientes de todo el mundo y sus familias, ofreciéndoles asistencia en tiempos de crisis y ayudándoles a trabajar de un modo más seguro y profesional.

Premios COLPIN 2015 reconoce lo mejor del periodismo de investigación en Latinoamérica.

Lunes, 23 de noviembre de 2015

Los mejores investigadores de la región fueron reconocidos este sábado en el Premio Latinoamericano de Periodismo de Investigación 2015 entregado en el marco de la Conferencia Latinoamericana de Periodismo de Investigación (COLPIN), organizada por el Instituto Prensa y Sociedad (IPYS) y Transparencia Internacional. La investigación periodística sobre una residencia conocida como la casa blanca , propiedad del presidente mexicano Enrique Peña Nieto y su esposa Angélica Rivera, realizado por Daniel Lizárraga, Rafael Cabrera, Irving Huerta, Sebastián Barragán y Carmen Aristegui, ganó el primer lugar y se hizo acreedor a un premio de 15.000 dólares. Este reconocimiento latinoamericano se suma al Premio Gabriel García Márquez de Periodismo y al Nacional de Periodismo, obtenidos por el mismo reportaje. Al recibir el galardón a nombre del equipo, Lizárraga lo dedicó a los periodistas que han sido asesinados en México en el ejercicio de su profesión. El segundo lugar fue otorgado para el trabajo sobre quiénes mataron a Bassil Dacosta , desarrollada por Tamoá Calzadilla, Cesar Batiz, Laura Weffer, Carjuan Cruz, Cristina González, Lisseth Boon, Airam Fernández y Albinson Linares, de Venezuela. La serie identificó a los agentes estatales que asesinaron a dos personas durante una manifestación estudiantil en febrero del 2014, en Caracas. La investigación desmontó la versión oficial que acusaba a los manifestantes y obligó al presidente de Venezuela a admitir la participación de los cuerpos de seguridad de Estado en ese crimen. En tanto, el tercer lugar fue para "Las escandalosas compras del sector salud", trabajo realizado por el periodista Alex Flores, de El Heraldo, Honduras. La investigación reveló el favorecimiento con contrataciones directas y sobrepagos a compañías de papel vinculadas a familiares de la Secretaria de Salud de Honduras. El jurado estuvo integrado por Santiago ODonnell, de Argentina; Marcelo Beraba de Brasil; Lise Olsen, de Estados Unidos; Gustavo Gorriti, de Perú; y Ewald Scharfenberg, de Venezuela; Giannina Segnini, de Costa Rica; y Fernando Rodrigues, de Brasil, quienes evaluaron los mejores trabajos para el encuentro que organiza el Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS) y Transparencia Internacional. De 209 trabajos de prensa, televisión, radio e internet, fueron preseleccionados 37. Y de estos, por su calidad, el jurado decidió otorgarle menciones honoríficas a 10 y premiar a tres ganadores. Seguiremos Informando...