



15/12/2015

Recull de Premsa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

20



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
15/12/15	LA GRAN BATALLA POR EL 'COPYRIGHT' EN EUROPA / Expansión -Economía digital	5	1
15/12/15	"USTED NO ES UNA PERSONA DECENTE" / El País	6	1
15/12/15	LA MARATÓ ESPERA ARRIBAR ALS 9 MILIONS / Ara	7	1
15/12/15	PUBLICIDAD QUE «COMPRA» VOTOS / Abc	8	1
15/12/15	COMPROMÍS SACERDOTAL / La Vanguardia.cat	9	1
15/12/15	Tawakkul Karman: EL LIDERAZGO FEMENINO / El Mundo (Ed. Catalunya) -Innovadores	10	1
15/12/15	UNA NUEVA ERA PARA «THE WASHINGTON POST» / Abc	11	1
15/12/15	LA XINA JUTJA EN UN CLIMA DE TENSÍO UN ADVOCAT PRO DRETS HUMANS / La Vanguardia.cat	12	1
15/12/15	MÉS PLATÓS, MENYS PERIODISTES / Ara	13	1
15/12/15	Polémica con la prensa. LA OPOSICIÓN FUERZA A CIFUENTES A DAR COBERTURA DENTAL GRATUITA A LOS NIÑOS / El País (Madrid)	14	1
15/12/15	THE WASHINGTON POST CANVIA DE CASA I INICIA NOVA ERA / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	15	1
15/12/15	LA TELE ENS DÓNA PERMÍS PER GASTAR / Ara	16	1
15/12/15	NO NOS ENGAÑEMOS: LAS NOTICIAS / El Mundo	17	1
15/12/15	ENATIC PREMIA A EXPANSIÓN / Expansión	18	1
15/12/15	ELECCIONS 20-D JORDI ÉVOLE ÉS EL PERIODISTA MÉS INFLUENT / Segre	19	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





La gran batalla por el 'copyright' en Europa

La industria acoge con recelo las propuestas de la Comisión Europea para 'europeizar' el sector. **Por Miquel Roig (Bruselas)**

¿Se imaginan que un video de Youtube disponible para un usuario de California no lo esté para otro de Florida? Clic: "Este contenido no está disponible en su región". Eso mismo es lo que ocurre diariamente en la Unión Europea del mercado único a usuarios que, por ejemplo, residen en España y quieren acceder a contenido protegido que sólo puede verse en Alemania. Pero antes de indignarse hay que tener en cuenta dos cosas: la UE es EEUU y es posible que haya razones, unas buenas y otras no tanto, por las que eso ocurre. Todas ellas salieron de nuevo a la luz la semana pasada en Bruselas, después de que la Comisión Europea presentara la primera de su batería de propuestas para reformar el marco europeo del *copyright*.

Todo parte precisamente de ese concepto, el de *copyright* o derechos de autor, sobre el que el propietario de una obra cede los derechos de explotación o la explota directamente. Hoy en día la industria de la cultura y el entretenimiento se edifica principalmente sobre la capacidad de los autores y productores de vender los derechos de comercialización de sus productos, sea un libro, una película, una serie de televisión, o una canción. Las televisiones, los cines, las editoriales... pagan por los derechos de explotación; los autores reciben una remuneración y la rueda sigue girando.

Fisuras en el modelo

En un mundo sin Internet, donde obra y consumidor están siempre en el mismo sitio, el sistema, mal que bien, funciona. En el mundo de Google, Whatsapp, Facebook y Youtube, donde uno puede acceder a contenido ubicado en cualquier parte del mundo, empiezan a surgir fisuras. Pero igual que la economía

A largo plazo, Bruselas quiere un marco único para la explotación de los derechos de autor

Los productores, canales de TV y autores arguyen que en estos momentos no hay demanda

digital es una realidad ineludible, también lo es que en la UE el *copyright* se regula principalmente a nivel nacional y que los productos culturales y de entretenimiento tienen un mercado también muy nacional.

Y cuando se unen estas dos realidades, la de la economía digital y la venta de derechos territoriales, lo que ocurre son los. "Este contenido no está disponible en su región". Antes tampoco lo estaba, pero ahora, con Internet, somos más conscientes de ello.

Siempre que surge el debate del *copyright* en Bruselas, se desempolva la idea de crear un título de *copyright* europeo opcional, que funcione en paralelo a los *copyrights* nacionales. Ahora mismo, para

comercializar o adquirir los derechos de un producto para toda la UE hay que negociar en 28 países distintos. Con el marco europeo único, bastaría hacerlo una vez.

Pero no es un asunto blanco o negro. Los autores y artistas citan "diferencias culturales, de idioma y de regulación entre Estados Miembros", según la consulta pública sobre el *copyright* publicada el año pasado por la Comisión Europea. Los canales de televisión, por su parte, hablan de "hábitos televisivos de los consumidores, demanda de los consumidores, idioma, capacidad de ofrecer ayuda al consumidor en más de un lenguaje, costes de marketing...". Los productores de cine se aferrarán a la venta de derechos con exclusividad territorial porque es la forma que tienen de financiarse. E incluso los más europeístas defienden la necesidad de que la venta de derechos por territorios juegue un papel en la UE.

Pero hay otras razones por las que a la industria le interesa mantener el *statu quo*: la venta de exclusivas territoriales le permite segmentar mejor el mercado y cobrar más donde más a los consumidores que están dispuestos a pagar más y viceversa. Por ejemplo, la liga de fútbol británica,



Las industrias responsables de crear y producir obras con 'copyright' representan el 3,2% del empleo total de la UE y el 4,2% de su PIB, según datos de 2010.

la Premier League, ingresa 1.400 millones de euros al año por la venta de derechos televisivos en Reino Unido y 150 millones en el resto de los 27 Estados de la UE.

Portabilidad

De momento, la Comisión Europea se ha limitado a lanzar una propuesta que garantice la portabilidad dentro de la UE del contenido legalmente adquirido. Un suscriptor de Netflix en España debe poder acceder a las películas y series del proveedor en cualquier país de la UE al que se desplace de forma temporal, algo que en estos momentos no es posible.

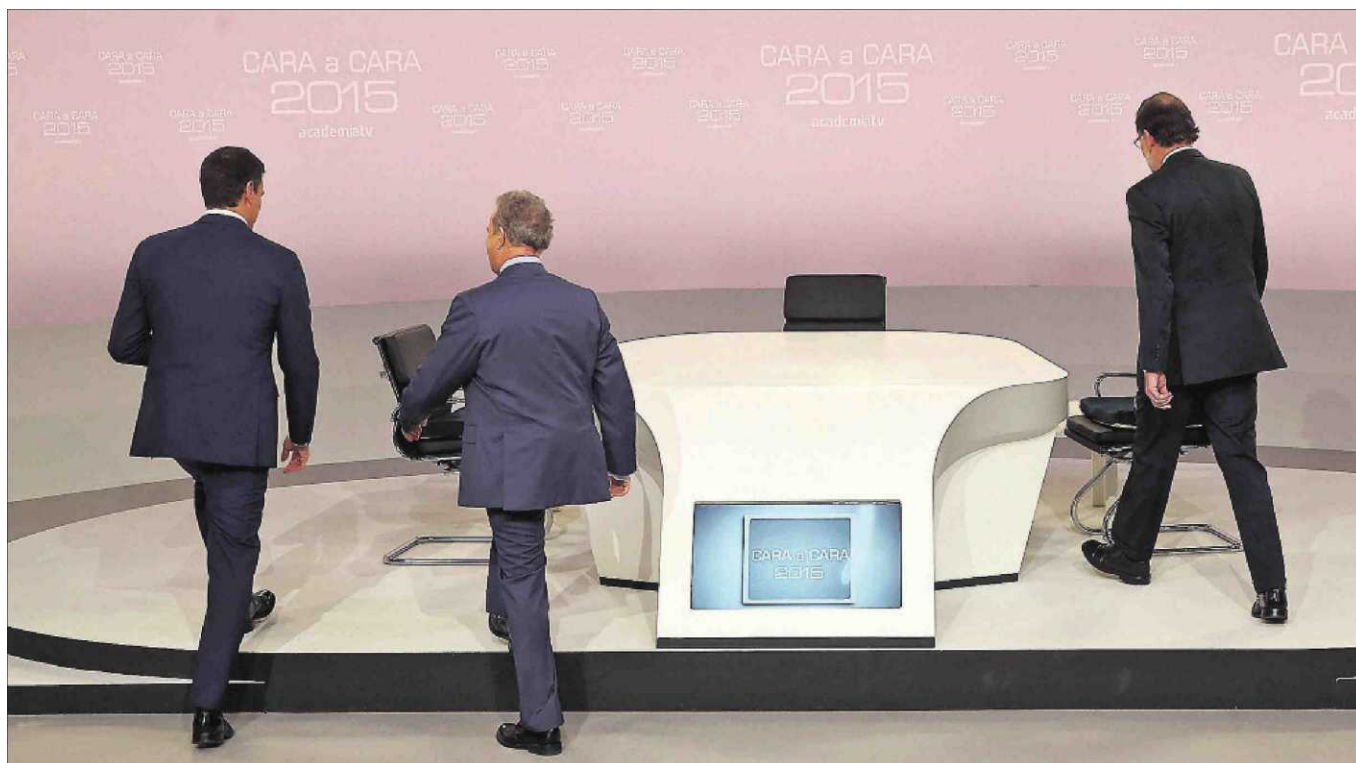
Pero en su comunicación pública, el Ejecutivo comunitario deja claro que su objeti-

vo a largo plazo es lograr una armonización completa, con un código y un título único de *copyright* europeo. Este es el sueño platónico de los federalistas más acérrimos, que confían en que un marco único de *copyright* contribuya a construir un mercado único cultural. Pero de momento la industria cultural europea sigue siendo un mosaico de 28 mercados nacionales, y mientras la demanda sea más nacional que europea, ninguna superestructura legal cambiará esa situación. Otra cosa distinta es que la legislación adecuada pueda contribuir a eliminar las barreras artificiales para que ese mercado único europeo pueda surgir eventualmente.

MERCADO ÚNICO DIGITAL

Los planes de la Comisión

- ▶ **Acceso al contenido.** Potenciar la distribución transfronteriza de programas de TV y la venta de licencias que permitan el acceso desde otros países de la UE.
- ▶ **Excepciones armonizadas.** La Comisión tratará de equiparar las excepciones en las que no hace falta obtener derechos de *copyright* en los 28 países.
- ▶ **Agregadores bajo la lupa.** La Comisión va a analizar si los agregadores online tienen que pagar algún derecho por el contenido al que enlazan.
- ▶ **Agregador de buscador.** Apoyar la agregación de herramientas de búsqueda online y promover la financiación eficiente y el uso de subtítulos.
- ▶ **Cánones digitales.** La Comisión va a analizar cómo funcionan los cánones por copia privada para asegurarse de que no impiden la libre circulación de bienes.
- ▶ **Protección de derechos.** La Comisión analizará la reforma del marco legal para calcular los daños de la violación de la legislación del *copyright*.



Desde la izquierda, Pedro Sánchez, Manuel Campo Vidal y Mariano Rajoy, antes de empezar el debate en el plató de la Academia de Televisión en Pozuelo de Alarcón (Madrid). / ULY MARTÍN

“Usted no es una persona decente”

FERNANDO GAREA, Madrid
Pedro Sánchez lanzó ayer a Mariano Rajoy la acusación más dura hecha a un presidente del Gobierno en un debate televisivo: “Usted no es una persona decente”.

Los candidatos del PP y del PSOE se enfrentaron en el único cara a cara de esta campaña, organizado por la Academia de Televisión y moderado por el periodista Manuel Campo Vidal, con la intención de

mostrarse como únicas opciones posibles de Gobierno, frente a Podemos y Ciudadanos. El jefe del Ejecutivo se escudó en los datos de su gestión económica y en la crítica a los Gobiernos socialistas. El líder de

la oposición le imputó corrupción e insensibilidad con los ciudadanos, recortes de derechos y desigualdad en un debate muy agrio, que incluyó insultos cruzados y descalificaciones personales.

Para Rajoy el arma principal fue la referencia a la gestión de su antecesor, el socialista José Luis Rodríguez Zapatero, y las cifras que él se encontró al llegar al Gobierno en 2011. La de Sánchez fue la corrupción, los escándalos y los recortes en cuestiones sociales. Y la de ambos, el agrio reproche mutuo. El líder del PP arrancó con un tono displicente y luego dio muestras en varias ocasiones de quedar acorralado, sin respuesta a algunas de las acusaciones y, en especial, vulnerable sobre la corrupción.

El secretario general del PSOE mantuvo un tono duro desde el inicio, hasta que en la segunda mitad dio una vuelta de tuerca y le espetó a Rajoy: “Si usted gana, el coste para la democracia es enorme porque el presidente debe ser una persona decente y usted no lo es”. El presidente hizo una pausa, exclamó primero “¡hasta aquí hemos llegado!” y añadió con visible enfado: “Usted va a perder estas elecciones. De una derrota electoral uno se recupera, pero usted no se recuperará de su frase ruin, no se la acepto, ha sido mezquino, deleznable y miserable y no se recuperará nunca de ella”. Fue el momento de mayor dureza y tensión, sin comparación con ningún otro de los cara a cara anteriores.

Sánchez sacó a colación la relación de casos de corrupción de la legislatura, los pagos en b para las obras de la sede del PP, los mensajes de apoyo y la protección a Luis

Bárceñas y los papeles del extesorero del partido, entre otras acusaciones. “Usted no es una persona decente”, le dijo reiteradamente al presidente, asegurando que debía haber dimitido y asumido la responsabilidad política “para no dañar a la institución”.

Economía y empleo

Rajoy le respondió tachándole de nuevo de “ruin, mezquino y deleznable” y acusándole de “no tener cuajo para presentar una moción de censura” en su contra. El socialista leyó la relación de delitos sobre los que se ha investigado al PP para concluir: “Usted está ful-

minando todos los artículos del Código Penal”. “Soy un hombre honrado y limpio”, replicó muy enfadado Rajoy, recalcando molesto que nunca ha sido llamado a ningún juzgado después de 30 años en política.

El líder del PSOE salió directamente al ataque y desde su segunda intervención sacó a relucir la corrupción y el SMS de apoyo que el presidente envió a Bárceñas en marzo de 2013 (“Luis, sé fuerte”), cuando ya se sabía que tenía cuentas en Suiza. Remató acusándole de “esconderse tras el plasma” para no dar explicaciones.

El aspirante socialista acusó reiteradamente a Rajoy de “men-

tir a los españoles” y desde ahí el debate se convirtió en un intercambio de golpes y acusaciones. “Dice cosas poco sensatas”, le respondió el presidente, molesto, y por momentos fuera de sitio.

En el bloque de economía, el candidato del PP aseguró que España “ha superado los desequilibrios y es el que más crece de los Estados grandes de la UE”. Rajoy repitió datos y Sánchez utilizó recursos como la carta de una mujer de Valladolid que lamenta el recorte en ayuda a la dependencia que ha sufrido. El socialista intentó un debate de realidad frente a los datos de Rajoy. Para el líder de la oposición, el balance

Los dos candidatos relegan el desafío de Cataluña

El desafío soberanista, al igual que ha sucedido en los últimos días de campaña, quedó relegado a puntos sobre los que ambos candidatos afirmaron estar de acuerdo: unidad de España, soberanía nacional, igualdad de los ciudadanos y cumplimiento de la ley.

“Un minuto para Cataluña”, llegó a rogar el moderador, Manuel Campo Vidal a los dos oponentes. Fue entonces cuando Pedro Sánchez defen-

dió una “España unida y diversa” y abogó por mantenerla a través de una reforma de la Constitución. Alegó que con su partido no ha habido declaración de independencia catalana y le hizo ver a Mariano Rajoy que el voto independentista ha crecido durante el Gobierno popular.

Rajoy replicó a Sánchez que sus ideas sobre Cataluña se han traducido en una reducción de apoyos del PSOE en las

últimas elecciones y calificó de “frivolidad” la propuesta de trasladar el Senado a Barcelona, que planteó en la última Fiesta de la Rosa del PSC.

Rajoy defendió la vigencia de la Constitución y el progreso que ha supuesto para pronunciarse contra el cambio de la norma que defienden las demás formaciones.

“Es el viejo truco de siempre, ni Rajoy ni Mas, reforma constitucional... Como tantas veces, Sánchez es eslogan”, sostuvo el presidente. “Entiendo que esto a usted le suene a chino porque es un político del siglo pasado”, replicó Sánchez.

de la legislatura del PP es más impuestos, menos derechos laborales y jóvenes que han de salir de España a buscar trabajo. “Usted pinta una España tenebrosa pintada de negro”, le respondió el mandatario. Rajoy calificó los recortes en la cobertura por desempleo como una “leve modificación” y reiteró su compromiso de “crear dos millones de empleos para que haya 20 millones de trabajadores” dentro de un lustro, después de encontrar una España “al borde del rescate y la quiebra”.

Se enzarzaron de forma recurrente sobre el rescate porque el candidato del PSOE le reprochó que pidiese el rescate para los bancos, esgrimiendo las portadas de EL PAÍS y *Financial Times* que utilizaron esa expresión. El jefe del Ejecutivo negó que la ayuda al sector financiero fuera un rescate con el argumento, precisamente, de que uno de sus méritos es haber evitado tal rescate.

Hasta la violencia de género, los refugiados, Europa y Cataluña les sirvieron para enfrentarse. En este último asunto, Sánchez acusó a su oponente de inmovilismo y de fomentar el independentismo; Rajoy cuestionó la reforma constitucional del PSOE por ser “un eslogan” y carecer de concreción y defender “frivolidades”.

En su mensaje final, Sánchez habló de un cambio para el que “el PSOE es la única alternativa” y Rajoy de “estabilidad, seguridad y certidumbre”.



La Marató espera arribar als 9 milions

TV3 es felicita pel resultat i valora especialment la gran mobilització social a l'entorn del programa

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

Durant els dies previs ja s'havia advertit que la diabetis i l'obesitat són percebudes socialment com malalties menys greus que d'altres, com ara el càncer, i que això es podia veure reflectit en el marcador final de *La Marató* d'aquest diumenge. I, efectivament, els 7.015.367 euros amb què es va tancar el programa, poc després de la 1.00 de la matinalda, són la xifra més baixa des de l'any 2009.

De totes maneres, des de TV3 remarquen que es tracta d'una quantitat molt notable: "Tancar el marcador amb set milions d'euros és una molt bona notícia", assenyalava, en declaracions a l'ARA, el president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i de la Fundació La Marató de TV3, Brauli Duart. "És millor no comparar-ho i pensar en tot el que es podrà fer gràcies a la gent que hi ha col·laborat", reflexiona Ana Boadas, que va presentar *La Marató* al costat de Toni Cruanyes. A més, com recorda Duart, aquesta xifra encara no és definitiva, ja que fins al 31 de març hi ha temps per fer donacions.

Si es manté la línia dels últims anys, en què, de mitjana, el marcador final s'ha incrementat en dos milions més fins al tancament definitiu, és probable que la recaptació global del programa s'acabi situant a l'entorn dels 9 milions d'euros. En cas que superi aquesta barrera, *La Marató* del 2015 es convertirà en la quarta que més diners ha aconseguit en els 24 anys d'història del programa. Si no, es mourà entre el cinquè i el setè lloc. Una altra fita que s'assoliria en cas d'arribar als 9 milions d'euros és la de superar el *Téléthon* de la televisió francesa en diners recaptats per habitant, de manera que el programa de TV3 es mantindria al primer lloc d'Europa en aquest rànquing i en el segon del món, per darrere del *Teletón* xilè.

Duart considera que aquest fet "ens hauria d'omplir d'orgull com a país", però insisteix en un punt: "Mai no s'ha plantejat *La Marató* com una competició en què cal superar les xifres. Si en alguna cosa volem superar-nos any rere any no és en la recaptació, sinó en la capacitat de mobilitzar la gent", diu el president de la Fundació. I en aquest aspecte, *La Marató* d'aquest any té ben poc a envejar a les anteriors: se-



El programa es va tancar amb 7.015.367 euros, però la xifra encara creixerà. CCMA

gons el recompte –encara provisional– de la Fundació, s'han organitzat 2.170 activitats solidàries arreu del país, una xifra molt pròxima al rècord de 2.235 aconseguit el 2014.

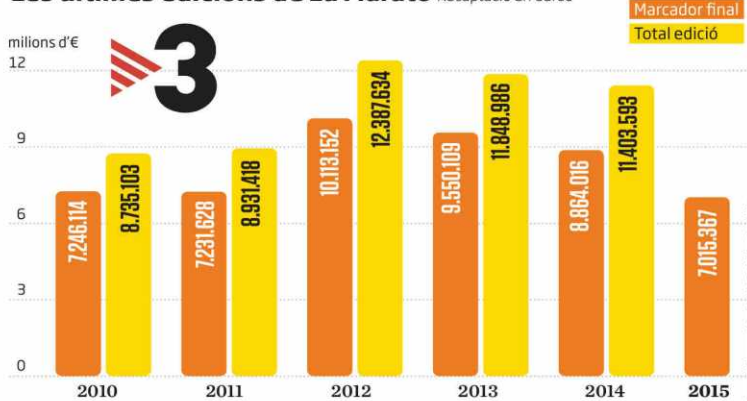
Somriures i llàgrimes

"Va ser una experiència brutal professionalment i emocionalment", diu Toni Cruanyes, i afegeix: "A nivell personal, estic content perquè no em vaig entrebancar ballant, que em feia patir una mica!" Boadas, per la seva banda, es mostra "contentíssima" i "molt satisfeta" d'haver presentat *La Marató*, i considera que va fer "un bon tàndem" amb el seu company. "Jo li aportava rauxa, i ell a mi serenor", explica.

D'entre les 15 hores de programa, Boadas recorda tres moments especialment emotius: l'entrevista a la Jana, de 7 anys; la de l'Elvira Sardà, que va parlar de la "marginació" que es deriva d'una malaltia com l'obesitat mòrbida, i la visita del Josep Ortoneda, a qui li han hagut d'amputar les dues cames per culpa de la diabetis. "Va ser l'entrevista que més em va costar: em vaig emocionar, tenia els ulls plorosos. Però estic segura que el seu testimoni va fer adonar molta gent de les conseqüències que pot tenir la diabetis", continua.

Per a Cruanyes, el moment més emotiu va ser la conversa amb la Berta Gómez, una periodista de Ràdio Begur que per culpa de la diabetis "s'ha quedat sense visió i té insuficiència renal". "És un exemple de la impotència que provoca una malaltia que no controles i que, encara que ho facis tot bé, es pot complicar. Vaig pensar: podries ser tu", assegura Cruanyes.

Les últimes edicions de La Marató



El programa va tenir 311.000 espectadors

La Marató va tenir 311.000 espectadors i un 15,1% de quota de pantalla mitjana al llarg de les 15 hores que va durar, unes xifres que queden per sota de les cinc edicions anteriors. El programa, que es va situar al vuitè lloc del rànquing diari, va liderar en diversos moments i, de fet, va convertir TV3 en el canal més vist en les franges del matí, la tarda, el vespre i la nit. En total, 2.496.000 persones van veure com a mínim un minut del programa, que va aconseguir el seu màxim a les 22.27 hores, amb 569.000 seguidors i un 16,5% de share.



Publicidad que «compra» votos

La Junta Electoral reparte los tiempos entre los partidos y vela por que se cumpla la ley

F. MARÍN MADRID

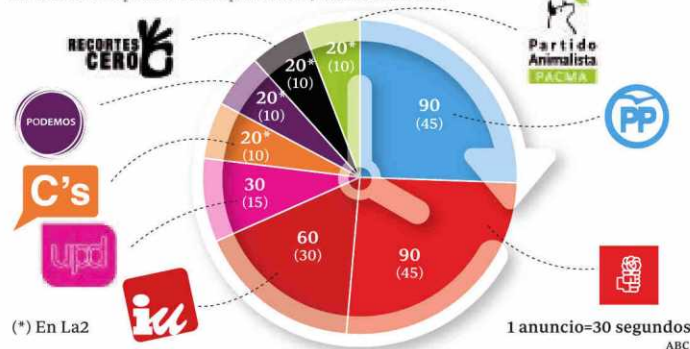
¿Cuántos anuncios electorales se emiten cada vez que se acercan unos comicios? ¿Quién los paga? ¿Cómo se regula el reparto de tiempos entre los partidos? ¿Hay algún organismo pendiente de que se cumpla la ley? En general, la respuesta a estas preguntas nos lleva a la Junta Electoral Central, organismo con sede en el Congreso de los Diputados, compuesto por ocho vocales magistrados del Tribunal Supremo y por otros cinco vocales catedráticos de Derecho o de Ciencias Políticas y Sociología.

REPARTO DE TIEMPOS. Los minutos destinados a espacios gratuitos de propaganda electoral se regulan a partir del artículo 64 de la Ley Orgánica de Régimen Electoral General. En la actual campaña, la JEC repartió el tiempo en televisión de la siguiente manera: 90 para PP y PSOE (hora y media para cada uno), 60 minutos para la Coalición Unidad Popular (IU), 15 minutos para UPyD y 20 minutos para otras cuatro formaciones: Ciudadanos, Podemos, Partido Animalista y Recortes Cero, sin representación parlamentaria.

DURACIÓN DE LAS PIEZAS. Ante la evidente falta de interés que tenían los bloques de hasta 30 minutos, servidos en un único «mitin», TVE propuso en 2008 a los partidos cambiar el sistema por diversos anuncios televisivos o cuñas radiofónicas más breves. La fórmula, aceptada por todos, «ha sido beneficiosa tanto para los partidos políticos como para RTVE», aseguran fuentes de la corporación pública, «ya

Reparto de anuncios gratuitos en TVE

En número de piezas. Entre paréntesis, total de minutos



Prohibición a Atresmedia

La Junta Electoral Central (JEC) prohibió anoche a Atresmedia difundir, tras el debate entre Mariano Rajoy y Pedro Sánchez, los resultados de encuestas sobre el líder político mejor valorado y sobre intención de voto después de la medianoche por incumplir los plazos establecidos en la Ley Electoral. La JEC tomó esta medida tras una consulta de Atresmedia sobre la publicación de una serie de preguntas realizadas sobre los candidatos que participaron en el «cara a cara» con la intención de publicarlos a partir de la medianoche pasada.

que no se ve afectada la audiencia y el mensaje de propaganda se distribuye a lo largo de toda la parrilla, en pequeños bloques con una duración de 30 segundos a 2 minutos».

AUDIENCIA. Cuando se emitían bloques más largos, era fácil medir su éxito de público, por lo general no muy elevado. Con su fragmentación se ha conseguido aumentar su eficacia, pero es más difícil medir los resultados.

INFORMATIVOS. La cobertura en los telediarios no tiene un tiempo tasado, y el medio, según confirman fuentes de TVE, «dispone de cierta flexibilidad a la hora de programar los debates, entrevistas y programas específicos de naturaleza electoral que pretenda realizar». Deberá preservar, eso sí, los «principios de pluralismo político y social, igualdad, proporcionalidad y neutralidad informativa citados anteriormente».

CONFLICTOS. En caso de discrepancia, la JEC se reúne con la máxima rapidez y decide en el mismo día. El debate a nueve, por ejemplo, se cambió de hora para equilibrarlo con el «cara a cara» de anoche entre Rajoy y Sánchez. También se limitó el número de partidos a nueve. «Un debate con más representantes no hubiera tenido lógica informativa y se hubiera diluido el sentido del propio debate», aseguran desde TVE.



Un documental recupera el paper de l'Església catalana de base en la lluita antifranquista i a favor de les llibertats

Compromís sacerdotal

JOSEP PLAYÀ MASET
Barcelona

L'església de Sant Medir de Barcelona, el convent dels Caputxins de Sarrià o la parròquia de Sant Joan Baptista al barri del Fondo de Santa Coloma de Gramanet són alguns dels escenaris emblemàtics de la lluita contra el franquisme. Una història en la qual el protagonisme el tenen joves sacerdots i religiosos. Una història massa oblidada, que ara reivindica el documental *Santuaris de l'antifranquisme*, de la Fundació Periodisme Plural, dirigit per la periodista Llúcia Oliva i realitzat per Miguel Mellado (s'estrena avui, a les set del vespre als Cinemes Girona de Barcelona).

Llúcia Oliva tenia la intenció de fer un documental sobre la teologia de l'alliberament a l'Amèrica Central, però quan fa dos anys ho va plantejar al teòleg Ignacio González Faus, ell li va fer veure que no feia falta anar tan lluny per descobrir una nova lectura de l'evangeli més propera a la gent. Als anys seixanta i setanta una part de l'Església cata-

Els dos episodis amb més repercussió a l'exterior van ser la Caputxinada i la tancada de Montserrat

ana va entendre que els privilegis que li donava el concordat els havia de posar al servei dels treballadors, dels sindicats, de la llibertat d'expressió que reclamaven des de la Nova Cançó fins als grups de teatre, dels que treballaven en la clandestinitat. Així ho explica el documental mossèn Josep Bigordà, exrector de Sant Medir, al barri de la Bordeta. Allà, a la seva església, amb el suport

de mossèn Vidal Aunós, es va celebrar l'assemblea fundacional de CC.OO., el 20 de novembre del 1964. Una altra església, la de Sant Agustí, al Raval, de la qual s'ocupava Mn. Josep M. Juncà, va allotjar la fundació de l'Assemblea de Catalunya el 7 de novembre del 1971, sense que se n'assabentés la policia. No sempre hi va haver la mateixa sort i dos anys després una reunió a l'església de Maria Mitjancera va acabar amb 113 detinguts. I va passar el mateix el 1974 al col·legi de les Escolàpies de Sabadell. La religiosa Maria de la Pau Trayner explica com malgrat la seva oposició la policia va desafiar les regles del concordat i va entrar al convent per detenir 67 persones, "tot i que vam poder amagar els més compromesos darrere l'altar".

Els dos episodis amb més repercussió a l'exterior van ser la Caputxinada, nom amb què es coneix l'assemblea per a la creació del Sindicat Democràtic d'Estudiants de la Universitat de Barcelona (Sdeub) celebrada al convent dels Caputxins el 1966, i la tancada d'intel·lectuals al monestir de Montserrat el 1970 en protesta pel judici de Burgos.

Altres actuacions analitzades al documental són les dels sacerdots Jaume Sayrach i Lluís Hernández a les parròquies obreres de Sant Joan Baptista i del barri de les Oliveres, a Santa Coloma de Gramanet, respectivament; i la d'Eduard Fornés (que més tard va deixar el sacerdocí) al barri de Ca n'Oriac de Sabadell. A la seva església, el 1967 Fornés va albergar-hi els manifestants d'un Primer de Maig que fugien de la policia. Va ser detingut, juntament amb el també sacerdot Josep M. Garrido i el jesuïta Andreu Vidal, i empresonat a Burgos. També van acabar a la presó quatre monges (ho explica una d'elles, Montserrat Solà), Mn. Joan Soler, del Poble Nou, i el periodista Huertas Claveria, per



THOMAS HÖPKER

Els sacerdots catalans surten de la catedral per iniciar una manifestació de protesta el 1966

Una manifestació de sotanes

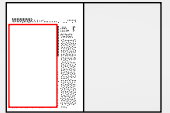
■ Les detencions i tortures d'estudiants després de la Caputxinada va provocar una manifestació d'un centenar de sacerdots des de la catedral de Barcelona fins a la comissaria de Via Laietana. Uns 60 policies van respondre-hi amb cops de porra. Els sacerdots Antoni Tutusaus, Josep Dalmau i Ricard Pedrals i el caputxí Jordi Llimona van ser detin-

guts i condemnats a un any de presó, i després indultats. El periodista Ignacio Agustí els va anomenar "bonzos incordi-antes". *The New York Times* va portar el tema a portada i *Stern* va desplaçar-hi un fotògraf que ha aportat quatre imatges. El consolat dels EUA a Barcelona va enviar un telegrama i un informe al Departament d'Estat. Ara es revelen.

haver acollit en un pis de Barcelona uns refugiats bascos, uns dels quals va resultar ser l'etarra Wilson.

Un altre testimoni sorprenent és el de la monja benedictina Catalina Terrats, que explica com des del monestir de Sant Pere de les Puel·les es va acollir la capella ardent de l'abat Aureli M. Escarré o com des de la seva modesta copisteria sortien centenars de papers clandestins.

Un compromís social i polític que, com remarquen els autors del documental, no ha tingut mai "el reconeixement de la jerarquia catòlica". ●



La Premio Nobel de la Paz asistió al ciclo de conferencias 'Rebeldes con Causa' que Mazda organizó en Barcelona. EL MUNDO



> PERSONAJES ÚNICOS / Tawakkul Karman

La Premio Nobel de la Paz Tawakkul Karman habla con INNOVADORES sobre la lucha por los derechos de la mujer. Considera que existe una oportunidad en la revolución tecnológica para trabajar conjuntamente. Por **Lidia Montes**

El liderazgo femenino

Fue la primera mujer árabe y la segunda mujer musulmana en ganar el Premio Nobel de la Paz. En el año 2011, este galardón reconocía la labor de Tawakkul Karman en la lucha por los derechos y la seguridad de las mujeres. De la misma forma, el galardón considera el rol que esta periodista y activista de derechos humanos jugó en aras de luchar por la democracia y la paz en Yemen. Todo ello, a través de métodos pacifistas y que abogaban por evitar el uso de la violencia.

Como periodista, Karman informó de los abusos contra los derechos humanos y la inestabilidad política en Yemen. A la temprana edad de 26 años, en el año 2005, Karman fue cofundadora de Women Journalists Without Chains. Su finalidad era, ni más ni menos, que desde una perspectiva social, preparar a otros periodistas para promover los derechos humanos y la libertad de expresión.

La activista, nacida en 1979 en, Taiz, la tercera ciudad más grande de Yemen; fue testigo de la unificación del Sur y Norte de Yemen en 1990, la posterior guerra civil

entre las dos partes y la tenue paz que siguió bajo el gobierno autoritario del Norte de Yemen.

La activista asegura a INNOVADORES que fue en este periodo cuando «heredé el alma de la responsabilidad de mi padre. De que debemos cuidar todo lo que nos rodea y, a la par, tomar la iniciativa está en nuestras manos», relata echando la vista atrás Karman.

Tomó mucha presencia en su carrera como activista la perspectiva de que debía ser una persona honesta y justa. Así pues, en esta lucha por innovar y generar cambios en la sociedad, afirma que fue dando pasos para convertir los retos en oportunidades: «en un país conservador como éste, no permiten a las mujeres abandonar el país. Fui encarcelada, atacada por el gobierno...sin embargo, como mujer, debe existir la posibilidad de que mi liderazgo sea aceptado», resalta Karman. Y con la pasión en sus palabras levanta esta pacifista la voz para reivindicar: «cambiamos, de un mundo que no permitía a las mujeres liderar una sociedad; a una sociedad que les posibilita li-

derar la revolución».

Otro de los desafíos con los que se tropezó se relaciona directamente con su resistencia pacifista. «Yo no creo en la violencia», sentencia. Explica la yemení que otro de los grandes retos en su camino hacia la innovación social se encontraba en detener la lucha armada: «Cambiar la mente de la gente por la paz». En este camino explica Karman que empezó a escribir artículos y hacer discursos: «Decidí salir yo a la calle, despertar a la gente para fomentar el diálogo frente a la tiranía».

«Para tratar cuestiones de género, primero debes presentarte como ciudadano»

La activista acudió al ciclo de conferencias *Rebeldes con Causa* que Mazda organizó en Barcelona, en una sesión que abogaba el pasado por el liderazgo de las mujeres.

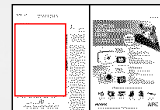
Parte de una concepción, Karman, en la que reivindica el papel de una mujer la cual tiene que creer que es la responsable de tener una buena vida en una sociedad sana.

«Si ella se ve como una líder, la sociedad la aceptará como tal», refuerza esta yemení.

Para tratar esta desigualdad entre géneros, Karman manifiesta que la mujer no puede luchar sólo por sus derechos. Por el contrario, este argumento puede redundar en una separación acerca de cómo tratar una injusticia entre hombres y mujeres, según considera Karman.

De hecho, su enfoque va más allá: «Cuando hablas como mujer en estos países, debes presentarte como líder, buscando la equidad por todos los colectivos en el país. Para tratar cuestiones de género es importante presentarte como mujer, pero primero debes presentarte como ciudadana».

En todo este contexto, y en aras de alcanzar un mundo que viva en paz, la activista ve un gran oportunidad en la revolución tecnológica: «Gracias a ella la gente se esta acercando cada vez más. Promueve la capacidad de trabajar juntos», concluye Karman.

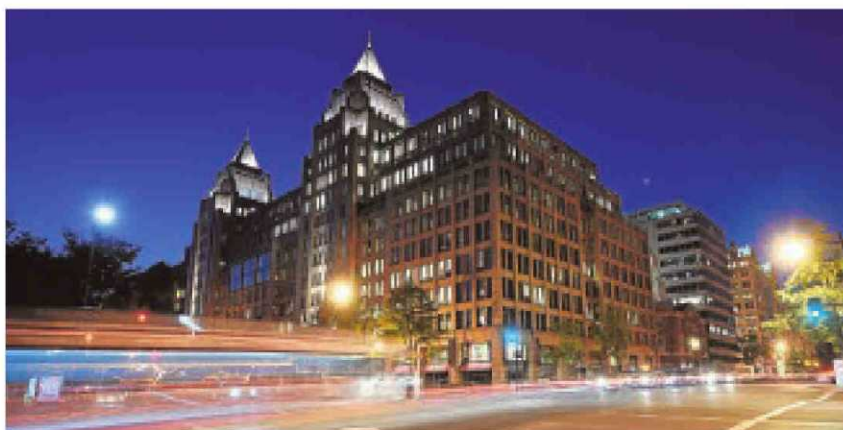


EL PULSO DEL PLANETA

Una nueva era para «The Washington Post»

El mítico diario que forzó la dimisión de Nixon al destapar el «Watergate», afronta los retos digitales en una nueva sede en Washington

MANUEL ERICE
CORRESPONSAL EN
WASHINGTON



Uno de los grandes del periodismo está de mudanza. Todos lo estamos. Son tiempos de tribulaciones, pero también a la redacción del «The Washington Post» le conviene saltarse el consejo ignaciano y buscar la respuesta idónea a las demandas del lector del siglo XXI: mayor coordinación de contenidos de papel y digital, continuidad en las 24 horas de noticias, capacidad de desarrollo y agilidad en las miles de historias que están por contar... Más de 43 años desde que su entonces propietaria, Katharine Graham, acomodara la actividad periodística al céntrico edificio de 1150 15th Street, en Northwest, el nuevo «Post» se adapta a la era tecnológica bajo la propiedad de Jeff Bezos, el dueño de Amazon, con un pequeño gran movimiento. Se va cerca, apenas a tres manzanas, pero gana en espacio y en comodidad. Ya no es el edificio en propiedad que requería la actividad industrial, hoy externalizada, sino un espacio diáfano de 2.090 metros cuadrados de alquiler que convivirá en el nuevo complejo con despachos de abogados.

Los casi 700 profesionales que elaboran «The Washington Post» en todas sus plataformas, más otros tantos que completan la plantilla en los diferentes servicios, viven días de excitación. Aunque oficialmente la nueva redacción se estrenó este fin de semana, el equipo de dirección que comanda Marty Baron ya tenía mando en plaza desde el miércoles. En los días de «emociones agrídules» que confiesa Tracy Grant, coordi-



Arriba, la nueva sede; debajo, Bernstein y Woodward se despiden

«TWP»

nadora del proceso de traslado de la redacción, una noticia ha venido a actuar como viento de cola. El «Post» acaba de superar a su eterno rival, «The New York Times», en audiencia en internet, espaldarazo de los datos de noviembre registrados por el sistema de medición estándar ComScore. En la tendencia de estos tiempos, el «Post» ha pasado estos años de vender un millón de copias en papel a 400.000, pero a cambio ha alcanzado en la Red los 67 millones de usuarios únicos al mes. Un hito para la marca nacida en 1877 y que acumula 61 premios Pulitzer.

Aunque la mirada esté en el porvenir, son días para hacer historia. Para recordar el lugar donde Bob Woodward y Carl Bernstein, bajo la dirección del legendario Ben Bradlee, descosieron con miles de llamadas telefónicas, tesón y pacien-

cia la tupida red de conspiración republicana tejida en los apartamentos «Watergate». Cuando los periodistas de investigación por excelencia se acercaron hace unos días a despedir las instalaciones, uno de los veteranos, Marc Fisher, tuvo que confesar que «este edificio da una sensación de grandeza y de poderío». La misma que un servidor siente cuando contempla por última vez en el recibidor de la vieja sede los «siete principios» periodísticos del fundador, Eugene Meyer, y una copia en plata con este titular a toda plana: «Nixon dimite».

En un editorial de despedida y bienvenida, el «Post» admite haberse sentido el «epicentro del mundo en aquellos años 70», pero, también, apuesta por mantener en la nueva era y con el nuevo propietario «el mismo compromiso con la verdad».



La Xina jutja en un clima de tensió un advocat pro drets humans

El judici es va desenvolupar sota fortes mesures de seguretat i violència policial

ISIDRE AMBRÓS

Hong Kong. Corresponsal

La tensió i la violència policial van protagonitzar ahir el judici a un dels principals advocats defensors dels drets humans de la Xina. Pu Zhiqiang va comparèixer davant del tribunal acusat d'incitar a l'odi ètnic i provocar aldarulls, uns presumptes delictes que li podrien suposar fins a vuit anys de presó.

Els voltants del tribunal número dos de Pequín van arrabassar ahir el protagonisme del cas que es jutjava a l'interior. Desenes de policies es van dedicar a dispersar durant les tres hores que va durar el judici, algunes vegades amb certa violència, diplomàtics, periodistes i seguidors pro drets humans que hi havien anat a seguir el judici contra el prestigiós advocat defensor de dissidents Pu Zhiqiang.

Els xocs van començar involuntàriament després que el tribunal negués l'entrada a la sala a un grup d'uns deu diplomàtics amb l'excusa que era plena, segons van indicar diversos testimonis a la premsa.

Els representants dels EUA, diversos països europeus i Nova Zelanda havien acudit al jutjat amb la intenció de seguir la vista contra Pu Zhiqiang, ja que consideraven que es tractava d'un judici als drets humans a la Xina, atesa la personalitat de l'inculpat. Se l'acusava d'incitar a l'odi ètnic i de provocar aldarulls i



Partidaris de l'advocat Pu Zhiqiang van cridar eslògans a favor seu davant del tribunal

conflictes amb set comentaris fets al seu compte de Weibo, el Twitter xinès. Per això, aquest advocat de 50 anys podria ser condemnat a una pena de fins a vuit anys de presó, segons el seu advocat, Mo Shaoping. No obstant això, s'espera que la sentència sigui lleu, com ha suggerit la mateixa Fiscalia, segons va indicar el lletrat.

Aquest cas havia aixecat una

gran expectació pel fet que aquest jurista, detingut el maig del 2014 després de participar en una trobada commemorativa del 25è aniversari de la matança de Tiananmen, és considerat un dels advocats pro drets humans més prestigiosos de la Xina. Es tracta del lletrat que va defensar el cèlebre artista dissident Ai Weiwei, així com les causes de víctimes dels camps de reeduca-

ció. Però mentre Pu admetia ahir davant els jutges que havia enviat els set missatges, oferia les seves disculpes i demanava un judici just, als voltants del jutjat es produïen escenes de violència. Les forces de seguretat intentaven evitar per la força demostracions de solidaritat amb l'acusat.

Desenes de policies es mostraven contundents per impedir que alguns activistes desplegues-

sin pancartes que proclamaven la innocència de l'acusat i que les càmeres de televisió gravessin les escenes. Un reporter va ser tirat a terra violentament i d'altres van rebre cops a l'esquena, segons va denunciar el Club de Corresponsals de Premsa Estrangera de la Xina (FCCC, per les seves sigles en anglès).

Aquesta organització, no reconeguda per les autoritats xineses, va demanar al règim comunista d'"aturar el seu assetjament contra els periodistes estrangers i que respecti les seves pròpies lleis", segons un comunicat difós a internet.

Els diplomàtics estrangers tampoc no es van salvar de les empentes policials. Un va ser el representant dels Estats Units Dan Biers, que va ser víctima dels

L'advocat Pu Zhiqiang podria ser condemnat a vuit anys de presó per set tuits crítics amb el règim

excessos de les forces de seguretat mentre declarava que "els advocats i els representants de la societat civil no haurien de ser objecte d'una repressió contínua" i reclamava a la Xina que respectés els drets civils fonamentals. I un diplomàtic europeu va córrer més mala sort i va ser interromput abruptament per la policia quan començava a manifestar les seves queixes.

D'altra banda, el Ministeri d'Afers Exteriors va refutar les acusacions de violència. "Les autoritats judicials van mantenir l'ordre segons la llei", va dir el seu portaveu, Hong Lei, que va subratllar que "les persones haurien de cooperar, i no fer el contrari."●



Més platós, menys periodistes

La campanya facilita la proximitat, però alguns candidats mantenen les distàncies amb la premsa

SARA GONZÁLEZ
BARCELONA

Mariano Rajoy jugant a futbolí amb Bertín Osborne. Pablo Iglesias cantant i tocant la guitarra a *El hormiguero*. Albert Rivera fent de copilot de ral·li de Jesús Calleja. Pedro Sánchez confessant a Maria Teresa Campos les cançons de la seva vida. Aquesta ha sigut, sens dubte, la precampanya i la campanya del boom dels platós televisius. Però, paradoxalment, mentre l'espectacle electoral ha anat guanyant pes, hi ha determinats candidats que tenen reticències a l'hora de relacionar-se amb els periodistes durant la campanya –quan el context de proximitat es dona més que mai– més enllà dels contactes formals quan els fan entrevistes. En aquest grup hi hauria tres caps de llista catalans amb un perfil polític propi molt marcat: la del PSC, Carme Chacón; el d'Unió, Josep Antoni Duran i Lleida, i el de Democràcia i Llibertat, Francesc Homs.

Dinar amb els periodistes que segueixen la campanya, pujar a l'autobús que els porta als mitings per comentar com porten personalment la frenètica cursa electoral o, sim-

plement, intercanviar impressions sobre els sondejos són estampes habituals d'aquests 15 dies en què dirigents polítics i treballadors dels mitjans de comunicació tenen més contacte directe que mai.

Chacón no està tenint una bona campanya, a jutjar per les enquestes. Queda lluny la força discursiva i l'efecte sobre el públic que aconseguia l'any 2008 i, una mica menys, l'any 2011. I això que va arrencar amb algun sondeig que la situava amb opcions, fins i tot, de guanyar a Catalunya. És cert que l'exministra ha tingut preocupacions familiars, però des del punt de vista polític està fent una campanya plana que no revifa ni aconsegueix arrencar grans titulars. La candidata procura exposar-se poc al contacte directe amb els periodistes, tot i que intenta fer esforços. Va pujar un dia a l'autobús en un trajecte molt curt, però el tradicional dinar amb els periodistes va quedar a càrrec de la secretària d'organització del PSC, Assumpta Escarp, quan normalment es fa amb la candidata o, en tot cas, amb el cap de campanya. A Chacón fins i tot li ha portat maldecaps alguna referència a algun mitjà de comunicació en un míting.



Carme Chacón i Josep Borrell, tots dos exministres, diumenge al míting de Mataró. QUIQUE GARCÍA / EFE

Per la seva banda, el cap de llista d'Unió ni tan sols ha arribat a trepitjar l'autobús dels periodistes. Ho té "pendent", reconeixen des del seu equip. Ahir havia de tenir un dinar amb els professionals dels mitjans que segueixen la campanya però per un "refredat" hi va anar el seu número dos, Josep Sánchez Llibre. El líder democristià també va mostrar la seva irritació quan dijous, en una roda de premsa per parlar de recerca, els periodistes van fer-li preguntes sobre l'actualitat política i no sobre l'àmbit del qual acabava de parlar.

Ni a l'autobús ni a dinar

Finalment, com a exportaveu del Govern, Francesc Homs té un llarg bagatge en el tracte amb els periodistes, però en aquesta campanya –la seva primera com a candidat– ha marcat distàncies. A quatre dies de donar per acabat el *tour* electoral, ni ha pujat a l'autobús dels periodistes ni ha compartit un dinar amb ells, cosa insòlita en les campanyes de Convergència. Per ara el contacte amb els professionals és mínim més enllà de l'agenda estipulada. Ningú diu que no a mostrar-se en els platós. Entre bambolines hi ha més fredor amb els periodistes. —



La oposición fuerza a Cifuentes a dar cobertura dental gratuita a los niños

BEATRIZ GUILLÉN, Madrid
La Comunidad de Madrid, presidida por Cristina Cifuentes (PP), tendrá que dar cobertura dental gratuita a los niños entre 7 y 16 años, a pacientes con necesidades especiales (parálisis cerebrales o displasias) y a personas sin recursos con necesida-

des perentorias. Este plan de salud bucodental, dotado con 8,6 millones, ha sido aprobado por los tres grupos políticos en la oposición. El PP rechaza que esta cuantía provenga de la supresión del convenio médico que la Comunidad tenía con la Asociación de la Prensa de Madrid.

“Se ha aprobado el dinero”, explica el portavoz socialista de Sanidad, José Manuel Freire. “Ahora falta que la Comunidad desarrolle el plan. El papel de la oposición es monitorizar que se cumpla y se lleve a cabo dignamente, porque Madrid está ahora a la cola en lo referente al estado de su salud dental”. El PSOE ha sido el impulsor de esta enmienda parcial a los presupuestos de Salud —aprobada con el apoyo de Ciudadanos y Podemos—, que ha permitido trasladar los 8,6 millones del convenio médico con la Asociación de la Prensa a subvencionar la atención de niños y necesitados.

Dentro de esta dotación, alrededor de dos millones de euros irán destinados a crear la unidad de salud bucodental del Sermas y

a preparar un programa de atención dental infantil para la Comunidad de Madrid (PADI), que se pondría en marcha en enero de 2017. Este plan para niños de entre 7 y 16 años se implantará progresivamente por cohortes; es decir, el primer año se atenderá a los niños de siete, el segundo, a los de siete y ocho, y así sucesivamente. “No se puede abordar todo el programa de golpe, así que se tiene que implantar de forma gradual”, explica Freire, que considera “increíble” que la Comunidad todavía no tuviera una unidad central de salud bucodental que controlara estos asuntos.

Este tipo de programas bucodentales ya existe en otras ocho comunidades autónomas: Andalucía, Aragón, Baleares, Canarias, Extremadura, Murcia, Navarra y

País Vasco. Esta última comunidad, que fue la primera en implantar el PADI en 1990, tuvo que realizar un amplio muestreo por los colegios vascos con un equipo de dentistas que examinaba a los escolares para ver si tenían problemas bucodentales y en qué grado. Freire insta a que se realice también en la región: “Cada año nacen aquí 65.000 niños, no puede ser que la Comunidad de Madrid no tenga datos sobre cómo está su salud dental. Lo primero es tener información”.

En el caso de los adultos, hasta ahora solo tenían derecho a un tratamiento odontológico público en caso de inflamación aguda por un flemón o por la necesidad de extracción. Ahora los pacientes madrileños sin recursos y aquellos que necesiten cuidados

Polémica con la prensa

La dotación para niños y necesitados deja sin financiación el convenio médico con la Asociación de la Prensa de Madrid. El PP registró ayer dos votos particulares destinados a asegurar durante 2016 el servicio médico de estos afiliados. El PSOE y Ciudadanos presentaron el viernes una enmienda para mantener por un periodo transitorio (seis meses) la atención a los periodistas hasta que se incorporaran al Sermas.

especiales en la boca —derivados de enfermedades como displasia o parálisis— tendrán la atención bucodental gratuita. Para ello, la Comunidad destinará alrededor de 4,5 millones de euros.

El PSOE exhorta a empezar “lo más rápido posible” este plan

de ayuda a las personas sin recursos y con graves déficits en salud dental. “Hay que empezar a atender ya a las personas pobres que tienen necesidades agudas de salud dental y están abandonadas. Hay personas sin dientes y con problemas muy graves en la boca que no pueden tratarse porque no pueden pagar un dentista. No podemos hacer como si no existieran”, asegura Freire.

Necesidad urgente

Para el socialista, esta es una de las necesidades más urgentes, ya que se trata de un “área olvidada” de la salud pública. “Un informe en Reino Unido desveló que las personas sin recursos tienen hasta ocho piezas dentales menos que la población más rica. Las sociedades desarrolladas no podemos permitir eso”, asegura.

Aunque el plan concreto todavía está sin desarrollar —corre a cargo del Gobierno regional—, el PSOE propone incluir como servicios públicos para estos tres colectivos el sellado dental, la reparación de fracturas y el tratamiento de caries permanentes. Además, los profesionales que atiendan pueden ser tanto trabajadores del sector público como del privado. “Podrían ser dentistas a los que se les paga por consulta y atención a cada paciente”, sostiene Freire.



'The Washington Post' canvia de casa i inicia nova era

El diari estrena nova redacció a tres illes de la històrica seu on hi ha estat 43 anys

JORDI BARBETA

Washington. Corresponsal

"*The Washington Post* arriba al final d'una era, però la seva missió continua sent la mateixa". Així va anunciar en l'editorial el diari de referència de la capital dels Estats Units el canvi de la històrica seu per una redacció moderna, adaptada als temps. Amb nostàlgia i amb resignació a les noves exigències del periodisme en l'era digital, els periodistes del *Post* van abandonar ahir el vell edifici de maó en el 1150 del carrer 15 NW, on durant 43 anys es van escriure les notícies que van fer trontollar els Estats Units i el món sencer. "De vegades ens sentim aquí com en l'epicentre del món", reconeixia el *Post* en el seu editorial.

El diari es trasllada tres illes més enllà, a un edifici de lloguer de 22.500 metres quadrats a One Franklin Square, a prop dels centres

rències del *Washington Post Live*.

La mudança marca efectivament l'inici d'una de nova era impulsada pel magnat Jeff Bezos, fundador del portal de vendes Amazon, que va comprar el diari el 2013 per 250 milions de dòlars a la família Graham que va regentar el diari durant 80 anys. "Avui dia, camerògrafs, dissenyadors web i molts d'altres s'han unit a l'equip, però la missió no ha canviat, i no ho farà. Encara que la nostra seu, amb tots els seus records, es reduirà a runa, tenim la intenció de continuar perseguint les mateixes veritats complexes amb un nou propietari i una nova oficina per a una nova era", prometia el *Post* en l'editorial intentant superar l'ambient nostàlgic del moment. "Sorgeixen sentiments agradolços en deixar aquest lloc", admetia Tracy Grant, editora general adjunta i coordinadora de la transició. "Hi ha una gran afeció a la història



Un aspecte de la nova redacció del *Post*

de poder, a menys d'un quilòmetre de la Casa Blanca i no molt més lluny del Capitoli i el Tribunal Suprem.

La constructora sueca Skanska ha dissenyat una redacció adaptada a la narrativa digital amb capacitat per a 1.400 empleats, dels quals 700 són periodistes. Compartiran espais tots els actors de la producció multimèdia, periodistes, especialistes en producció en línia, equips de vídeo... "El periodisme avui dia no és una empresa solitària... els periodistes i els editors treballen íntimament amb càmeres, editors de fotografia, especialistes en gràfics interactius, dissenyadors i tecnòlegs," explica Martin Baron, editor executiu del *Post* al web del *Post*.

La sala de redacció tindrà quatre sets en viu per a televisió en línia, així com monitors al voltant de la sala mostraran anàlisi en temps real de com les històries es desenvolupen en múltiples plataformes. El nou edifici consta a més d'un auditori de dos pisos per a confe-

de l'organització, i l'edifici és part d'això" -va opinar Robert Mitchell editor del diari des de fa gairebé 20 anys- "però l'organització és més gran que l'edifici. Crec que la majoria de la gent està emocionada per la mudança".

The Washington Post va ser fundat el 1877, però la seva era moderna va començar el 1933 quan va ser adquirit per l'empresari Eugene Meyer. Ara ven 400.000 exemplars de paper però el seu web acaba de superar el de *The New York Times* amb 67 milions de lectors a tot el món.

Amb la mudança es traslladen també els records: 61 premis Pulitzer, la placa amb els "set principis" d'Eugene Meyer i la planxa original titulada "Nixon Resigns" (Nixon renuncia), fruit de la investigació del cas Watergate que van dur a terme Carl Bernstein i Bob Woodward, que no van voler perdre's la cerimònia de comiat del vell edifici on es van convertir en herois del periodisme universal.●

**críticatv**

MÒNICA PLANAS - PERIODISTA

La tele ens dona permís per gastar

Els estudis de consum i les enquestes de carrer sembla que coincideixen: la gent està gastant més diners aquest Nadal que el passat. I, lògicament, els informatius se'n fan ressò. Ahir a les notícies de diferents cadenes ho confirmaven. A Cuatro visitaven unes galeries comercials i preguntaven als clients que passejaven si aquest any estaven sent més generosos amb els regals. Tothom assentia. Fins i tot hi havia una dona que precisava amb alegria que aquest any s'havia gastat vint euros més que el Nadal anterior en obsequis. A continuació una altra notícia també ens informava que la gent estava comprant més loteria que l'any passat. La mestressa d'una administració de Madrid explicava a càmera que el Nadal del 2014 gairebé tothom compartia els números, mentre que aquesta vegada la tendència era no repartir la sort i que ara cadascú es comprava els seus propis bitllets.

Aquestes notícies seguides, amb tants testimonis de carrer confirmant el que prometen els estudis econòmics, provocaven en l'espectador un efecte de con-

tagi i optimisme. Hi apareixien persones que admetien un cert dispendi, gent que feia cua davant dels locals de loteria, dependents que asseguraven que han venut molt més que anys anteriors... És com si la tele ens estigués donant permís per gastar-nos més diners. Si els altres poden, deu ser que jo també puc, pot



pensar l'audiència. Una invitació a perdre la por. S'ha dit en moltes ocasions al llarg d'aquesta crisi que hi havia un factor psicològic en la voluntat de no gastar diners. I ara sembla que el poder mediàtic actua en sentit invers. La informació sobre el consum nadalenc s'està utilitzant d'una manera subtil, potser involuntària, per transmetre'ns sensació d'alleujament econòmic global a tots els nivells socials.

Els més contents amb aquestes notícies deuen ser els del PP, que fa setmanes que no paren de repetir-nos la lletania que Rajoy ens ha salvat a tots de la crisi. Els vídeos dels programes informatius els estan donant la raó creant la percepció que el tràngol econòmic ja ha passat i que tothom ha tornat a les botigues amb més diners al moneder. La tele no només ens informa dels fets sinó que pot acabar per condicionar-nos la nostra pròpia realitat més immediata i etèria: influir-nos en la carta que els escriurem als Reis encara que per a molta gent els números del compte corrent no siguin gaire diferents dels de l'any passat.

Influència

La tele no només informa sinó que pot condicionar la nostra realitat més immediata



HOJEANDO / ZAPEANDO

VÍCTOR DE LA SERNA

*No nos
engañemos:
las noticias*

Este cronista agradece mucho la atención de sus lectores, pero sabe que no han comprado un ejemplar de EL MUNDO o han entrado en el sitio de este periódico en internet, *elmundo.es*, atraídos en primer lugar por una columna de opinión, y no digamos una tan pegada al difícil, especializado y atribulado de la comunicación como es ésta. Sin duda hay en todos los periódicos columnas literarias o políticamente notables, con firmas famosas, que se leen con fruición. Pero a la hora de la verdad lo que marca la personalidad y la credibilidad de un medio informativo es la cantidad y calidad de las noticias propias que consigue publicar: interesantes, escandalosas, emocionantes... y, sobre todo, escondidas por personas o entidades poderosas, hurtadas al conocimiento de los ciudadanos, y solamente conocidas porque un medio ha logrado un soplo, un documento, ha tirado de él como del hilo de Ariadna y la ha sacado a la luz pese a todos los esfuerzos que se habían hecho por ocultarla.

Las noticias, las exclusivas, las historias que muchos no se atrevían siquiera a buscar –o en las que no entraban ni después de ser conocidas...– han marcado la historia de EL MUNDO desde sus inicios hace 26 años. Y, en medio de las turbulencias de los siete últimos, han seguido marcándola; ahora mismo, por ejemplo, con las revelaciones sobre las actividades extracurriculares de un embajador y un político, o sobre las de un famoso presidente de federación deportiva.

Ahora que estamos a medio camino entre la era de la prensa escrita y la de la prensa totalmente electrónica –o con el periódico impreso como producto *premium* añadido–, esa verdad básica del periodismo sigue rigiendo. Basta leer las informaciones sobre las admoniciones a los redactores de los nuevos medios en internet: es fundamental obtener y publicar tanta información exclusiva como sea posible para poder competir.

Nos enfrentamos, eso sí, a una situación paradójica: se ha multiplicado el número de cabeceras de prensa al proliferar las nuevas electrónicas, con lo que la competencia es más feroz que nunca, al mismo tiempo que los medios materiales y humanos para cumplir con esa perentoriedad informativa se han reducido. Más medios, más atomización de los ingresos, imparable reducción de las tarifas publicitarias en el entorno internet, menos personal en un exasperante goteo de reducciones provocadas por la realidad económica... Hasta que un nuevo equilibrio se encuentre –y parece que será un equilibrio basado en redacciones mucho más reducidas que antaño–, la necesidad es tan sencilla de expresar como ardua de satisfacer: mantener el ritmo de las noticias con menos medios que antes. Y no defraudar al lector.



P.Dávila

ENATIC PREMIA A EXPANSIÓN La Asociación de Expertos Nacionales de la Abogacía TIC (Enatic) otorgó el premio al mejor medio de comunicación de derecho digital a EXPANSIÓN Jurídico. De izq. a dch., Tino Fernández, redactor jefe de EXPANSIÓN; Almudena Vigil, redactora de Wolters Kluwer y EXPANSIÓN; Eneko Delgado y Rodolfo Tesone, miembro y presidente de Enatic; y Víctor Moreno, redactor de EXPANSIÓN Jurídico. También fueron galardonados Javier Puyol (mejor jurista) e Incibe (mejor organismo).



ELECCIONS 20-D

Jordi Évole és el periodista més influent

El 80,3% dels espanyols segueix la informació relativa a la campanya electoral del 20 de desembre a través de la televisió; i el 46% creu que el periodista Jordi Évole és el més influent, segons una enquesta realitzada per Acceso. El conductor de *Salvados* de La Sexta encapçala una llista que segueix amb Iñaki Gabilondo (43%), Ana Pastor (42%); El Gran Wyoming (38%); Carlos Herrera (35,4%); Julia Otero (30,6%); Pedro J. Ramírez (17%) i Eduardo Inda, amb el 7 per cent.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
15/12/15	Autopromoció disfressada de periodisme / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	23	1

Periodisme i Mitjans de comunicació



Autopromoció disfressada de periodisme

Martes, 15 de diciembre de 2015

El passat dimecres 10 de desembre, les portades dels dos diaris de més difusió del país van coincidir a l'hora de collir quina era la notícia més important del dia. El Periódico de Catalunya va dedicar la part central de la seva portada al debat electoral que el propi diari havia organitzat el dia abans. La Vanguardia va fer exactament el mateix: va obrir la primera plana amb el debat que havia emès 8TV, el canal del seu grup multimèdia. És a dir, tots dos van decidir que el més important eren actes que havien muntat les seves pròpies empreses. Òbviament, com que eren els fets més importants, tots dos van ocupar molt de l'espai interior. En el cas d'El Periódico, el seu debat era el Tema del dia i ocupava cinc pàgines i un editorial. A La Vanguardia obria la secció de política i n'ocupava les quatre primeres pàgines. Coses de la vida, les coincidències no acabaven aquí. Resulta que el dia abans la capçalera de Grupo Zeta també havia convidat Pablo Iglesias a participar en el seu Foro Primer Plana. Però és que resulta que aquell dia Pablo Iglesias també va participar al Barcelona Tribuna, on el diari de Godó és col·laborador. Resultat? El Periódico dedica dues pàgines al seu acte i La Vanguardia altres dues al seu. En cap de les dues edicions vaig ser capaç de trobar cap referència al que havia passat en els actes ni debats que havia organitzat l'altre mitjà. Aquest dia va ser molt cridaner perquè va coincidir en dos grans mitjans, però és un mal força estès. Antena 3 va estar fent referència a El Debate definitiu a les seves notícies sobre la campanya molts dies després d'haver-se celebrat. A l'endemà del debat històric d'El País, la portada de elpais.es estava gairebé tota dedicada al debat: havies de fer un scroll sencer per trobar continguts diferents. També li van dedicar un editorial, no fos cas. Quan els mitjans fan això estan deixant de costat la tasca d'informar del més important del dia i prioritzen la promoció de la pròpia marca: com a lector, no saps si al debat de l'altre mitjà hi ha res interessant i ni tan sols tens garanties que l'acte organitzat pel mitjà que llegeixes fos més rellevant que l'altre. De fet, aquestes maneres de fer són una comercialització de la informació: la notícia ja no és un bé públic sinó una mercaderia que cal vendre i fer caixa, directament o indirecta. El fet noticable ja no és el que han dit els polítics; ho és l'acte que tu has muntat. Organitzar fets-notícia per dedicar-los atenció central a l'endemà. Et venen el seu producte, ras i curt. Hi haurà qui dirà que assenyalar això és molt naïf: vivim en una economia de mercat i els diaris i els mitjans privats han de fer el que calgui per vendre exemplars i tenir audiència. Probablement té raó, però potser aquestes pràctiques (també) tenen alguna cosa a veure amb què el periodisme no sigui una de les professions més valorades i que els nostres mitjans surtin com els menys creïbles quan els pregunten a ciutadans de diferents països sobre la seva premsa. Potser perquè hi ha (molts) dies en què els lectors tenen al·lucinat que es prioritzen altres interessos i no els seus. I deixar de fer la teva feina pot ser, a la llarga, molt mal negoci.