



25/01/2016

Recull de Premsa Cap de Setmana



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

INDEX

PREMSA

2

INTERNET

60



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
23/01/16	UN FUNCIONARI EFICAÇ A QUI ELS PERIODISTES VAN PENJAR LA MOSCA GROSSA / Ara	7	1
25/01/16	ALVES I EL BUTANO / Ara	8	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
23/01/16	L'HEREU DE L'IMPERI PLAYBOY / La Vanguardia.cat -Qui	10	1
23/01/16	MOVISTAR+ COMIENZA CON «LA PESTE» SU APUESTA POR LA PRODUCCIÓN PROPIA / La Razón	11	1
23/01/16	EL PERIODISMO 007 / El País (Catalunya)	12	1
23/01/16	SALTANT ELS PORTERS AMB 140 CARÀCTERS / Ara	13	1
22/01/16	EL FOTOPERIODISTA JORDI BORRÀS PRESENTA 'PLUS ULTRA' / Diari de Rubí	14	1
23/01/16	MOVISTAR+ PRODUIRÀ ENTRE 8 I 10 SÈRIES CADA ANY I JA TÉ 20 PROJECTES SOBRE LA TAULA / Ara	15	1
23/01/16	'AS' LANZA SU EDICIÓN DIGITAL EN ESTADOS UNIDOS / El País	16	1
23/01/16	ELS PERIODISTES DE TVE DEMANEN LA DESTITUCIÓ DEL SEU PRESIDENT / Ara	17	1
23/01/16	TELFÓNICA GANA EL FÚTBOL ARGENTINO PARA REFORZAR SU TV / El Economista	18	1
23/01/16	VALENCIA PIDE UN SEGUNDO CANAL MÚLTIPLE DIGITAL / El Economista	19	1
23/01/16	IBM COMPRA LA PLATAFORMA DE TRANSMISIÓN DE VÍDEOS USTREAM / El Economista	20	1
23/01/16	BIDEN CRITICA QUE S'INTIMIDI ELS PERIODISTES A TURQUIA / Regió7	21	1
23/01/16	PEPA FERNÁNDEZ, PREMI DE PERIODISME MIGUEL DELIBES / Segre	22	1
24/01/16	LUCY SOSA, PERIODISTA DE SUCESOS EN CIUDAD JUÁREZ, SABE QUE LOS NARCOS MEXICANOS QUIEREN ASESINARLA. ¿SU 'PECADO?': RELATAR SUS CRÍMENES. POR SUS DENUNCIAS, EN UNA DE LAS URBES MÁS VIOLENTAS DEL I PLA / Abc -XL Semanal	23	7

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
24/01/16	ABC.ES, ÚNICO MEDIO DE COMUNICACIÓN DEL MUNDO NOMINADO EN LOS GLOBAL MOBILE AWARDS / Abc	30	2
24/01/16	ENTREVISTA A JULIA CAGÉ, ECONOMISTA ESPECIALIZADA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LA INFORMACIÓN ES UN BIEN PÚBLICO" / El País -Ideas	32	1
24/01/16	CIRCO Y PERIODISMO / El País	33	1
24/01/16	SEIXANTA ANYS DE FOTOPERIODISME / Diari de Girona -Dominical	34	2
24/01/16	POLÍTICA-FICCIÓN. LA DEFENSORA DEL LECTOR Lola Galán / El País	36	1
24/01/16	LEILA ALAOU, FOTÓGRAFA DE LA GENTE INVISIBLE / El País	37	1
24/01/16	PATRÓ DE PERIODISTES I COMUNICADORS / La Vanguardia.cat	38	1
24/01/16	CONVOCADA LA 33ª EDICIÓN DE LOS ORTEGA Y GASSET / El País	39	1
24/01/16	LA GUERRA DE LOS 90 SEGUNDOS / Abc	40	1
24/01/16	DEMASIADAS DIVISIONES / El País -Negocios	41	1
24/01/16	Paquita Chinchilla Mercader. ADIÓS A UNA PIONERA Y MADRE DE UNA SAGA DE FOTÓGRAFOS / Diari de Tarragona	42	1
24/01/16	CENTELLES EN GUERRA / La Vanguardia.cat -Magazine	43	1
25/01/16	EL VESTIT DEL PODER / El Punt avui	44	1
25/01/16	CARLOS HERRERA: «MI IDEA ES SALIR EN TRES AÑOS DE LA PRIMERA LÍNEA DE FUEGO» / El Mundo	45	1
25/01/16	LA FUNDACIÓN AFÍN A PODEMOS ASESORÓ A HUGO CHÁVEZ SOBRE ENCARCELAR PERIODISTAS / Abc	46	2
25/01/16	ORANGE APUESTA POR EL FUTBOL COMO RECLAMO COMERCIAL PARA GANAR CLIENTES / El Economista el Superlunes	48	1
25/01/16	HOLLYWOOD SE VENGA DE LA PERIODISTA A QUIEN MÁS TEMÍA / El País	49	1
25/01/16	LA CORRECCIÓ POSTPARTIT / L'Esportiu	50	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
25/01/16	EL PORTAL D'ASSESSORAMENT LINGÜÍSTIC ÉS ADIR COMPLEIX 10 ANYS / Ara	51	1
25/01/16	FOTOGRAFIES DE LA GUERRA CIVIL D'AGUSTÍ CENTELLES, A SANT JOAN / El 9 nou (Ed. Osona i Ripollès)	52	1
25/01/16	GORDILLO / El Punt avui	53	1
25/01/16	'NTV MADRID', UN NUEVO CANAL PARA LOS MUNICIPIOS DEL NORTE DE LA REGIÓN / El Economista el Superlunes	54	1
25/01/16	PEPA FERNÁNDEZ RECOGE EL NACIONAL DE PERIODISMO MIGUEL DELIBES / Abc	55	1
25/01/16	EL DIARI 'AS' LLANÇA UNA EDICIÓ DIGITAL ALS EUA / Ara	56	1
25/01/16	ALEMANIA LIMITA LAS INVITACIONES PARA SUMARSE A LAS REDES SOCIALES / El Economista el Superlunes	57	1
25/01/16	ÉXITO DEL SISTEMA PUBLICITARIO DE FACEBOOK: INGRESA 1.000 MILLONES / El Economista el Superlunes	58	1
25/01/16	DOS DIRIGENTS DE DEMOCRACIA NACIONAL, IMPUTATS PER COACCIONS AL FOTÒGRAF JORDI BORRÀS / El 9 nou (Ed. Vallès Oriental)	59	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





Un funcionari eficaç a qui els periodistes van penjar la Mosca Grossa

Perfil

J.P.
GIRONA

El somriure complagut amb què Albert Ballesta (Figueres, 1961) mostrava ahir a la tarda la vara d'alcalde just després de ser investit és la millor prova que no pensa arronsar-se davant les crítiques a l'estrambòtic procés que ha conduït a la seva elecció. I això que en presentar-se de número 19 a la llista de CiU a Girona ni tan sols li passava pel cap que en aquest mandat pogués ser regidor. No és precisament, o almenys no ho ha demostrat fins ara, un líder carismàtic, però sí que ha exhibit una certa eficàcia i, sobretot, un caràcter obert i conciliador, unes maneres afables que el



Ballesta, sortint de la sala de plens, posarà a prova la seva capacitat política. DAVID BORRAT

2012, quan feia poc més d'un any que dirigia els serveis territorials del departament d'Interior a Girona, li van servir per rebre la Mosca Grossa que el Col·legi de Periodistes gironí atorga a la persona o entitat que més ha facilitat la feina als mitjans.

I és que aquell any va haver de bregar amb la premsa pel gran incendi de l'Empordà, en què van morir quatre persones, i també per l'onada d'assalts violents que van afectar les comarques gironines. Se'n va sortir prou bé, i potser per això, malgrat l'embrollat procés que l'ha dut a ser el quart alcalde de Girona des de la recuperació de la democràcia –després de Joaquim Nadal, Anna Pagans i Carles Puigdemont–, caldrà que disposi d'un marge de confiança per provar quina és la seva capacitat política.

D'entrada assumeix el repte "amb il·lusió", i recorda que va "picar pedra al carrer" per confeccionar el programa electoral de CiU i se sent perfectament legitimat per ocupar un càrrec en què ningú esperava veure'l. Llicenciat en dret per la UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia) i màster en gestió i direcció d'empreses per la UdG, viu a Girona des de fa 25 anys. Abans de dirigir els serveis territorials del departament d'Interior a Girona va ser, durant gairebé 13 anys, cap del servei d'administració de la regió policial de Girona dels Mossos d'Esquadra. Anteriorment, havia exercit de secretari als ajuntaments de Cadaqués, Portbou i Cassà de la Selva, i també havia sigut gerent del Consell Comarcal de la Selva. ■



EL GERMÀ PETIT



JORDI
SUNYER
PERIODISTA

Alves i el Butano

Ho recorda el periodista valencià Vicente Ferrer en la treballada i coral biografia sobre José María García que acaba de veure la llum. L'any 1990, quan el Butanito va ser condemnat a presó per desacatament al llavors president de la Federació Espanyola de Futbol José Luis Roca, la sentència judicial reconeixia l'absoluta veracitat d'una informació emesa per García segons la qual Roca havia cobrat del Parlament de l'Aragó unes 600.000 pessetes de l'època en concepte d'unes despeses de quilometratge no justificades. El que no acceptava el magistrat era l'ús d'expressions com "Pedrusquito Catarata" o "vil vasallo de Pablo Porta", ja que les jutjava ofensives i insultants. Quan, setmanes enrere, Dani Alves va utilitzar el terme *basura* per referir-se de forma general al periodisme esportiu, el brasiler va ofendre de forma clara molts honestos integrants del gremi en un gest sobrer. Però, al mateix temps, va incitar a reflexionar sobre el malmès estat actual de la professió.

S'equivoca qui cregui, dins o fora de l'ofici, que els periodistes que s'ocupen de l'esport han de fer referència, únicament, al desenvolupament estricte de les competicions, als resultats, als aspectes tàctics o a les significacions històriques. És plaent veure, escoltar o llegir sobre aquestes qüestions essencials, i hi ha informadors i mitjans especialment reeixits en la seva presentació. Ocorre, però, que hi ha esportistes professionals que violen codis de conducta, escrits o no, amb afectació al seu rendiment, i que hi ha entitats que han realitzat operacions d'ètica dubtosa en la compra i venda de jugadors beneficiant interessos molt concrets, i que alguns clubs han gaudit d'un tracte institucional preferencial que ha pogut conculcar l'interès públic. I, justament perquè és d'interès públic, i perquè en aquestes situacions es juga amb diners de tots, si Alves o qui sigui creu que la denúncia de males praxis o irregularitats sobra en el periodisme esportiu, ja s'hi pot posar fulles: els periodistes esportius també hi som per a això, si bé qui escriu no és bon exemple del que en l'argot anomenem aixecar telèfons. En va ser García el millor exemple, amb els defectes que enumera Ferrer, que no és cap hagiògraf.

Ara bé, si Alves o el *sursuncorda* pensa que el que sobra és la declaració i contradecoració, l'exhibició repetida de les arcades de Messi i les frustracions egoistes de CR7, les rodes de premsa dirigides cap al titular i no cap a l'argumentació, l'omplir tertúlies a base de gestos i espurnes, l'anècdota, el circ i el hi, hi, ha, ha, potser ens toca alçar el braç com el basquetbolista a qui marquen personal i posar fil a l'agulla per sargir un prestigi esparracat. —

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





TOMMASO BODDI / GETTY

XAVIER RIBERA
Barcelona

El creador de la revista *Playboy*, Hugh Hefner, ja té qui el succeïxi. Segons els pròxims al clan, el benjamí de la família, Cooper Hefner, és el gran elegit. El patriarca ha donat la benedicció i la preferència sembla comptar també amb el vistplau de la més gran dels Hefner, Christie, amb qui es porta quaranta anys. Així, Cooper passarà de ser el nen que corria per la casa de les *conilletes* a portar les regnes de la cèlebre mansió *Playboy* i de tots els seus variats negocis.

Nascut a Los Angeles el 1991, Cooper és el petit dels quatre fills del fundador de l'imperi *Playboy*, Hugh Hefner. La seva mare, Kimberley Conrad, va ser una coneguda *playmate* dels anys 80; va començar el 1988 sent la imatge de la revista de gener i va acabar com a noia *Playboy* de l'any i promesa de l'amo de la prestigiosa revista per a adults. L'any següent, el 1989, Kimberley (de 26 anys) i Hugh (de 63 anys) es van casar a la mateixa mansió *Playboy*. Amb l'arribada del primer fill de la parella, Marston, Kimberley va aconseguir domesticar en part el poderós Hugh i imposar noves normes a la mansió; no es va prohibir l'entrada de les populars *conilletes* però sí que aquestes deambulessin lliurement nues per la casa.

Encara que l'ambient de *Playboy* pugui semblar poc idoni per a la cria de Cooper, expliquen els més pròxims que el comportament del petit dels Hefner és summament educat. Sense renunciar al que significa ser hereu

de *Playboy*, a diferència del seu germà Marston, que va tenir problemes amb la llei per colpejar una de les noies *Playboy*, Cooper ha sabut allunyar-se dels embolics i de donar una imatge de nen consentit. Segons ell mateix va explicar al seu dia al *US Today*, el menor de la nissaga té dues cares: "Em sento com Spiderman i el seu àlter ego, Peter Parker, perquè a classe sóc un estudiant anònim més", però a fora viu envoltat dels luxes i el presumpte glamur de

Playboy. Amb la separació dels seus pares, Hugh va manar construir una mansió connectada a la de *Playboy*, de manera que mare i fills van viure sempre propers a un ambient al qual molts de l'època somiaven pertànyer. Recorda Cooper: "El pare no ens permetia accedir a les famoses festes de la mansió". Tot i això, confessa que en alguna ocasió van aconseguir colar-se.

Cooper Hefner ha estudiat en una escola de cinema i té la seva

pròpia empresa de creativitat, Hop Media. Col·labora també amb agències d'esdeveniments i de management. Mai no s'ha distanciat de l'empresa familiar, durant un temps en mans de la gran dels Hefner, Christie, deixant clar que, arribat el dia, estava disposat a assumir-ne la direcció. De moment, exerceix d'ambaixador de la marca a les xarxes socials i acudeix a esdeveniments de *Playboy* i es deixa fotografiar en companyia de les *conilletes*.

L'hereu de l'imperi Playboy

ES VA CRIAR A LA MANSIÓ PLAYBOY PERÒ, LLUNY DE PERDRE EL SENY, EL MENUT DELS FILLS DE HUGH HEFNER ESTÀ PREPARAT PER HERETAR L'IMPERI DEL PARE I ANUNCIA BODA AMB L'ACTRIU SCARLETT BYRNE, FAMOSA PER 'HARRY POTTER'

Més enllà de les fotos, no se li coneixen embolics amb cap noia *Playboy*. Contràriament, als seus tot just 23 anys s'acaba de prometre amb l'actriu Scarlett Byrne, coneguda pel seu paper de Pansy Parkinson en la sèrie de *Harry Potter* o per la sèrie *The vampire diaries*. Hefner júnior va fer públic el seu amor via Twitter: "Moltes més aventures amb aquesta adorable senyoreta", text que va acompanyar amb fotos de la parella i de l'anell de compromís a la mà de l'actriu. Una confessió que va ser ràpidament completada per Scarlett a la mateixa xarxa social: "Vaig ser prou afortunada per enamorar-me del meu millor amic".

Elegant parella, Cooper s'allunya també de l'estereotip de rossa explosiva que tant li agrada al seu pare. Sense anar més lluny, el veterà magnat, de 89 anys, està casat en l'actualitat amb la noia *Playboy* Crystal Harris, que li porta 60 anys.

El benjamí dels Hefner s'ha mostrat disposat a defensar per tots els mitjans si calgués la firma *Playboy* dels habituals atacs de les elits més conservadores nord-americanes. Com el seu pare, no suporta que es defineixi com a pornogràfic el llegat *Playboy*. En el seu cas, fins i tot ha arribat a dir: "Algunes fotografies de *Playboy* haurien de ser als museus".

Ara bé, la situació econòmica de la companyia no travessa pel seu millor moment, fins a l'extrem que ha obligat el patriarca a posar el cartell d'"en venda" a la mansió on Cooper va créixer. Qui sap, potser júnior sigui capaç de salvar la propietat i de reflotar l'imperi.



Por Alona FDEZ. LARRECHI-Madrid

«Queremos enriquecer la oferta de contenidos con series hechas en España, aunque es indiscutible que contamos con series internacionales de prestigio». Con estas palabras Domingo Corral, director de producción original de Movistar+, confirmaba ayer en rueda de prensa el interés de la división de contenidos audiovisuales por la producción propia de series. Conscientes de que el mercado de este tipo está cada vez más disputado en nuestro país, y más con la anunciada llegada de HBO, el primer proyecto de Movistar+ arrancará este enero y se estrenará en 2017.

► BASADA EN EL SIGLO XVI

Para iniciarse en la producción de ficción propia la compañía ha elegido a Alberto Rodríguez, director de largometrajes como «Grupo 7» o «La isla mínima». La serie, que llevará por título «La peste», se ambientará en la Sevilla del siglo XVI, a la que el propio director se refirió como «La Nueva York de Occidente». En clave de thriller, la serie narrará los esfuerzos por encontrar a un niño perdido en la ciudad hispalense que, a pesar de ser una de las más ricas de la época, se enfrenta a una terrible epidemia de peste bubónica. Y el trabajo que llevan a cabo las autoridades para encontrar al autor de seis asesinatos relacionados con la religión y la política.

«La serie va a ser un fresco sobre la Sevilla y la España de entonces, un momento en el que se pueden encontrar paralelismos con la situación que



Domingo Corral, director de producción, junto al director Alberto Rodríguez

«La peste», dirigida por Alberto Rodríguez, será su primera serie, pero la compañía tiene otros 20 proyectos audiovisuales en fase de desarrollo

MOVISTAR+ COMIENZA CON «LA PESTE» SU APUESTA POR LA PRODUCCIÓN PROPIA

vivimos actualmente», comentó su director, que en la actualidad se encuentra trabajando en los últimos detalles de su próxima película. Para llevar adelante este proyecto, al que decidió sumarse gracias a que Movistar le aseguró que tendría el tiempo necesario para hacer una serie de calidad, Rodríguez contará con su equipo habitual de cola-

boradores. José Antonio Féliz en la producción, Alex Catalán en la fotografía y Rafael Cobos a cargo del guión serán algunos de los nombres que trabajarán en la producción, que constará de seis episodios. Preguntado por el presupuesto con el que contará la serie, así como su reparto, Domingo Corral aclaró que la compañía

está a la espera de que se finalice el proceso creativo para ofrecer cifras y nombres al respecto. El interés de Movistar+ por el contenido propio no se ciñe exclusivamente a «La peste». La compañía también anunció que cuenta con una veintena de proyectos en fase de desarrollo, algunos de los cuales no se llevarán a

UN DIRECTOR DE GOYA

Alberto Rodríguez afronta la responsabilidad de ser el director de la primera producción propia de Movistar+ sin ningún miedo, y es que este hispalense de 44 años tiene una corta pero meritoria carrera cinematográfica. Ya con su primer corto «Banco» obtuvo 15 premios. Pero el reconocimiento le llegaría con «La isla mínima», película con la que obtuvo 11 premios Goya en su última edición, entre ellos el de mejor director y mejor guión original.

cabo. La intención de Movistar+ es estrenar entre ocho y diez series al año, la mayoría en español, aunque no se descarta que se produzcan series en otros idiomas. «Queremos trabajar con creadores de aquí. Haremos ficciones en inglés, pero no es el foco. Para ello, ya hemos entablado conversaciones con Canal+ Francia y Sky», reconoció Corral.

► APUESTA DE FUTURO

«Queremos que sean series pensadas para los nuevos formatos de consumo», añadió. Para explicar el compromiso de la compañía con los contenidos de calidad, el director de producción original aclaró que en las nuevas producciones «el guionista será la estrella» y subrayó que la puesta en escena será «cinematográfica» porque «vamos a hacer series como si estuviésemos haciendo buenas películas». «Haciendo esta apuesta por contenido nacional conseguiremos que más gente quiera venir con nosotros», comentó Corral tras explicar que las producciones propias de Movistar+ únicamente podrán verse a través de su plataforma. Este esfuerzo por tratar de fidelizar a los clientes a través de los contenidos exclusivos es un punto de partida tan valiente como necesario en un mercado en el que las grandes compañías estadounidenses cuentan con un amplio catálogo de contenidos. «Es posible que nos equivoquemos, pero apostamos por la innovación y el riesgo», aclaró Corral. Un desafío innovador en un panorama televisivo, el español, más acostumbrado a repetir fórmulas exitosas que a tentar al azar creativo.



LA CRÓNICA

El periodismo 007

CARLES GELI

Ra-ta-ta-ta. Las ametralladoras delanteras asoman bajo los faros; la pantalla de acero antibalas de la luna trasera aparece al apretar el tubo de escape. Y el no va más: el techo se abre y expulsa al copiloto que amenaza con una pistola. Es el Aston Martin DB5, fabricado en 1965 por Corgi Toys, juguete del año, seis millones de unidades vendidas. Primer gran gadget sobre James Bond. *Tengui.*

Pronto dejé de ser fan de Bond: entre otras cosas prácticas, él domina seis artes marciales y yo nunca levanté la pata más allá de 40 centímetros; él controla cinco maneras de matar a un hombre de un golpe: yo, a burdos mamporros de teclado para sendas necrológicas, solo he enterrado vivos a dos, Torrente Ballester y Cela, y eso por sus lentas agonías. Lo del sibirismo acabó también mal: los Huevos Benedict con salsa holandesa lo cortó de raíz mi mujer a base de la semana de la patata hervida, frecuentes al principio de la hipoteca. El Martini con vodka (*"shaken, not stirred"*) me tumbaba solo olerlo. Salté al champagne, ya saben: Taittinger, Bollinger..., a no más de tres grados. Con la primera, se acabó: tragué el sueldo de una jornada.

Tampoco pude reflejarme en su padre, Ian Fleming. Y eso que sonaba bien: periodista (empataados), estaba en la agencia Reuters; saltó al *The Times* (bueno, por ahí íbamos), viajó para el diario a Moscú (ya no le pillo) y algo vio porque empezó a informar para el Foreign Office, para acabar fichando por la Inteligencia Naval (nunca el CNI se ha interesado por mis sagaces apuntes tras las ruedas de prensa, creo).

Mi DB5, decíamos. Me acordé de él tras ratificar en *Spectre* la ruina del coche. Imposible recons-



Francesc Servent (sentado) y Joan Casanovas, en el pisito que el primero pone a sus 4.000 piezas de Bond. / J. BARBOSA

truirlo. Acto freudiano: tengo la memoria en el corazón y fui a desempolvar el juguete como ahora miro el fútbol, buscando al niño que lo miraba, para recuperar un mundo perdido. Me ocurre lo mismo con el periodismo. Lo que más me interesó de *Spectre*: el malo malísimo quiere cargarse el programa de agentes 00 e implantar un sistema informático de vigilancia que permite, a unos pocos y desde un centro de control a lo *Enterprise*, dominarlo (y manipularlo) todo; y muy deprisa. El símil con el oficio, preclaro: primero, 140 *twitter*eranos caracteres; luego, titulares con gancho forzado

(los algoritmos de los buscadores en la Red son los jefes ahora) y tácticas referencias picantes, decálogos (el clic compulsivo exige), "párrafos cortos, no tesis doctorales" y nunca más de dos folios; la marca individual sobre la cabeza colectiva, mesas centrales omnipotentes y desaparición física de las secciones: *teclados calientes*. Aquí pasa, aquí escribo, aquí mato. *Intro*. Bond, tiene la obsoleta, según sus imberbes superiores, licencia para matar pero, también por ello, criterio para saber cuándo y si hacerlo o no. Hoy no importa conocimiento o puntería, solo cuán rápido desenfundas...

Como un día compartimos blason (*Orbis non sufficit*), revisité al amigo inmarcesible: ojeé la flamante *Enciclopedia James Bond*, de John Cork y Collin Stutz (Planeta Cómico), y remiré *Casino Royale* y *Vive y deja morir*, que ECC Ediciones, con nueva traducción y cadencia bimestral, recupera hasta completar los 14 volúmenes que escribió Fleming (Bond más machista y sexual en las novelas, pero también más torturado: *Me gusta*).

Momento de presente continuo, sólo el pasado se me antoja futuro. Por eso busqué a Francesc Servent, socio honorífico del Club Archivo 007 y presidente del Gru-

po de Amigos de James Bond. Descubrió al superagente en 1976 con *Desde Rusia con amor*. Justo 40 años después, le pone pisito en Barcelona a los "más de 4.000 objetos" que tiene sobre él: desde cerillas, una serie de 12 encendedores BIC y muñecas rusas con los actores Bond al anillo de Spectra de 1963 de *Desde Rusia con amor*, pasando por la réplica del bikini de Halle Berry en *Muere otro día*, colonias (impagable la *007 for women*), un fotocromo de *Goldfinger*, clips 007, los 134 coches a escala de todas las películas... Y la joya, un huevo de Fabergé, serie limitada a 100, de *Octopussy*. No hay precios: no quiere divorciarse.

Añora y anhela Servent los cromos sobre *Moonraker* de 1979 que iban con los pastelitos Phoskitos mientras disfruta con la reproducción de la Walther PPK 7.65 milímetros que, de tan fiel, requiere de notificación a la Guardia Civil cuando la lleva de charla. Juguetea con ella Joan Casanovas (bautismo con *Moonraker*, con 13 años, en 1989), presidente del Club Archivo 007. "Despertamos células dormidas de fans", dice sobre su labor y el centenar de socios. Promueven los "buenos" valores de Bond: "El triunfo del bien contra el mal, proteger al débil, ser instruido, elegancia, respeto al enemigo...".

El *masaje* Bond anima. Una imagen final de *Spectre*, también. Además, mi DB5 está en e-Bay a 880,37 euros y el Instituto Tecnológico de Massachussets (MIT) prueba ya el *Terrafugia TF-X*, primer coche volador autónomo. Digno de Bond, ¿no? "Es mejor viajar lleno de esperanzas que llegar a tu destino", escribe Fleming en *Sólo se vive dos veces*. Curioso: De coche en coche, periodismo crepuscular mediante, habrá pasado una vida.



Saltant els porters amb 140 caràcters

Entre l'assemblea de la CUP i la investidura del nou president van passar les dues setmanes més depriments i crispades a les xarxes que s'han viscut des de fa temps. Hi havia moments en què em preguntava si era així com començaven les guerres.

Estem entrant en un nou període de maduresa a les xarxes. Només han faltat unes quantes incidències perquè la gent entengui que Twitter no és cap broma, no és cap banalitat i, sobretot, no és cap WhatsApp. El que hi passa és eminentment públic i susceptible de ser compartit, fins i tot quan és anònim.

Com es pot saber, en un sistema que aprecia el valor de l'anonimat, en qui pots confiar? La resposta rau en la credibilitat, que un mateix té el poder de construir o destruir segons la seva destresa. La credibilitat a les xarxes és una mena de moneda de canvi del segle XXI, i és la base del *self-made twitterer*. No cal ni es pot heretar ni comprar. La credibilitat a Twitter es crea tuit a tuit, amb informació, amb humor, amb incisió, amb constància, i també amb la intimitat ambiental –aquells tuïts que revelen el caràcter autèntic del tuitaire, el que li importa fora de la feina, fora dels interessos–. Després de llegir un tuitaire un temps, arribes a conèixer-lo i a confiar-hi (o a desconfiar-ne).

Hi ha articles que es llegeixen de manera diferent segons qui els fa circular. Hi ha declaracions de polítics que es llegeixen de manera diferent segons qui els cita. L'autoritat de la font és fonamental, i a Twitter, per primera vegada, aquesta autoritat està a l'abast de tots. De tu i de mi. I a alguns els molesta molt aquest fet.

**LIZ CASTRO**

EDITORA

Ara combinem aquest fenomen amb la situació a Catalunya: un sistema polític enormement complicat, amb múltiples partits, incompatibles aliances creuades, i una història llarga i tortuosa; un Estat que durant 40 anys es va basar en l'opressió policial, la censura i la manipulació per fer callar un poble i amagar-lo del món i que encara es nega a escoltar-lo i deixar que s'expliqui (segons el *WSJ* aquesta setmana); un Estat on el 85% de persones s'interessen per les notícies però només el 34% se'n fien; un idioma que es va prohibir i que continua sent un obstacle per als periodistes estrangers; una professió periodística en plena crisi amb salaris minsos, audiències en caiguda lliure i èmfasi en el més sensacional, i, per si no fos prou, un assumpte d'una importància incalculable per al món sencer, per a Espanya, per a l'estabilitat de l'euro i per a l'economia europea, només per començar. No és casualitat que els periodistes de Madrid siguin un 25% menys propensos a pensar que la independència de Catalunya és possible que els que viuen a Barcelona.

Tot i així, tenim una gent que ha decidit que vol canviar el seu futur

polític, o com a mínim votar-lo. I han fet mans i mànigues per fer-ho pacíficament i democràticament. I han xocat frontalment contra tot el que acabo d'explicar –un *statu quo* com una casa de pagès–, que el mira i se'n riu, i que s'equivoca de ple en la supèrbia.

Twitter permet saltar tots els porters tradicionals. Per primera vegada, els mortals podem accedir directament als que fan la història i als que l'escriuen. No fan falta a priori ni diners ni connexions. Ningú no s'hauria de sorprendre si exigim a la premsa (local i internacional) i als polítics que mirin curosament i detingudament un procés com el nostre. És normal i bo que els fem preguntes, que revelem arguments esbiaixats, que demanem correccions i que exigim precisió. No només és correcte i saludable: és essencial per construir aquesta nova democràcia forta i transparent.

Però compte. Twitter només funciona quan hi són tots els jugadors: els poderosos i nosaltres. Perquè hi continuï sent tothom, hem de jugar-hi amb el màxim de respecte i el mínim d'increpacions. És bo demanar, exigir!, respostes, però no podem tornar a aquestes setmanes d'acusacions infundades i a la fixació per apuntar *zasques*. El meu cunyat sàviament diu que s'escolta més el que parla tranquil que el que s'esvera. No té res a veure amb el fet de parlar fort o fluix; té a veure amb el to. I als polítics i periodistes els recordo que és una eina útil per compartir les seves campanyes i promeses, i, en el cas dels segons, articles, però que també tenen una responsabilitat d'escoltar-nos i fins i tot contestar-nos les preguntes i rectificar en públic quan ens han fallat. Seguim.



El fotoperiodista Jordi Borràs presenta 'Plus Ultra'

REDACCIÓ

El fotoperiodista i il·lustrador Jordi Borràs presentarà el seu llibre 'Plus Ultra. Una crònica gràfica de l'espanyolisme a Catalunya' al Centre Rubinenc d'Alternatives Culturals (CRAC). Borràs col·labora habitualment amb mitjans de comunicació com Nació Digital, La Directa o Crític.

A 'Plus Ultra', el foto-

periodista ha fet un treball d'investigació buscant les connexions entre l'extrema dreta i el moviment espanyolista sorgit a Catalunya arran del creixent independentisme.

Segons l'autor, l'obra retrata les connexions entre

El llibre és una crònica gràfica de l'espanyolisme a Catalunya i la seva vinculació a l'extrema dreta

l'espanyolisme en la seva màxima expressió i els vasos comunicants que hi ha entre el moviment unionista que no es considera nacionalista i l'extrema dreta". 'Plus Ultra' és una crònica gràfica de l'espanyolisme a Catalunya, que combina la fotografia do-

cupacional, el periodisme d'investigació i la recerca històrica i analitza com els moviments unionistes van afrontar la consulta del 9-N. El llibre compta també amb textos del periodista i escriptor Matthew Tree, així com dels historiadors Carles Viñas i Roger Prim.

L'acte de presentació a Rubí, que comptarà amb la presència del fotoperiodista, serà el 25 de gener a les 19.30 hores al CRAC. / DdR



Una de les il·lustracions que apareixen al llibre.



elradar



Alberto Rodríguez (segon per la dreta) dirigirà la sèrie *La peste*. MOVISTAR+

Movistar+ produirà entre 8 i 10 sèries cada any i ja té 20 projectes sobre la taula

Movistar+ es llança amb força a la producció de sèries. La plataforma de televisió de Telefónica va presentar ahir la seva estratègia en aquest camp, que inclou estrenar cada any "entre vuit i deu sèries" originals, entre els quals hi haurà títols en espanyol i altres en anglès, fruit de la col·laboració entre Movistar+ i altres estudis europeus. La plataforma assegura que actualment ja té "20 projectes en fase de desenvolupament" i que alguns es començaran a rodar aquest mateix any i s'estrenaran el 2017.

És el cas de *La peste*, el primer projecte de Movistar+ que comença a caminar, que està previst que inauguri el rodatge durant la tardor. Es tracta d'una sèrie creada i dirigida per Alberto Rodríguez -guanyador del Goya a mi-

llor director i millor guió l'any passat per *La isla mínima*- situada a Sevilla al segle XVI, en plena epidèmia de pesta bubònica. "És una història de detectius, però en el fons tracta sobre conflictes relacionats amb el poder, la política i la religió ocorreguts en una època llunyana però que es poden traslladar a l'actualitat", explica el director. La sèrie constarà de sis episodis de 45 minuts. Movistar+ ja havia avançat fa un any que Rodríguez lideraria el seu primer projecte de ficció pròpia.

La presentació d'aquesta nova aposta de Telefónica per les sèries arriba la mateixa setmana que l'HBO ha anunciat la seva arribada a Espanya, la qual cosa suposarà que Movistar+ ja no podrà estrenar les noves ficcions produïdes pel canal nord-americà. —



‘AS’ lanza su edición digital en Estados Unidos

La delegación de Miami tendrá contenidos propios y de la actualidad de la Liga

EL PAÍS, Miami
El diario deportivo AS aterriza en Estados Unidos. En búsqueda de una audiencia global, el periódico español ha lanzado una edición digital dirigida, fundamentalmente, a los 55 millones de his-

panos que residen en EE UU. La nueva delegación, la cuarta en el continente americano, tiene su sede en Miami y en ella trabajarán siete personas y estará dirigida por el periodista Daniel Hidalgo. La nueva web combinará las

informaciones sobre las ligas europeas, especialmente la española —la rivalidad de Real Madrid y Barcelona es seguida al milímetro por miles de hispanos en toda América— con el seguimiento de las competiciones futbolísticas de Estados Unidos y Latinoamérica. También se dará información detallada de deportes de gran impacto en EE UU como la NBA, el béisbol y el fútbol americano.

La presentación de la web de AS (propiedad de Prisa, grupo editor de EL PAÍS) se produjo ayer en la residencia del cónsul general de España en Miami. La periodista Ana Cobos ha dirigido esta noche la presentación de un acto al que acudieron más de 250 personas, entre ellas el alcalde de la ciudad, Tomás Regalado, y en el

que han intervenido el cónsul de España en Miami, Cándido Creis, y el director de AS en Estados Unidos y México, Alejandro Gómez.

Audiencia creciente

En lo que va del mes ya se superaron los veinte millones de usuarios únicos, aseguró Gómez. “De esos usuarios el 30% lo aportan las otras plazas fuera de España, contando a Chile, con un crecimiento espectacular, así como a México, Colombia y Estados Unidos. Hablar de ese 30%, cuando apenas arrancamos este proyecto en América, habla de la importancia y del atractivo del fútbol español, de LaLiga para otras partes del mundo”, agregó.

Posteriormente, el director de

AS, Alfredo Relaño; el mítico exfutbolista del Real Madrid, Raúl González, quien recientemente colgó las botas como jugador del Cosmos de Nueva York tras más de 20 años de carrera profesional; y el presidente de la Liga de Fútbol Profesional, Javier Tebas, han mantenido una conversación sobre la situación actual del principal deporte del planeta.

La web de AS en Estados Unidos se nutrirá de informaciones propias, así como de los contenidos más destacados de las demás ediciones digitales del periódico y de ASTV, con las imágenes de la liga española. El diario tiene en la actualidad delegaciones en Colombia, Chile y México, a la que se suma ahora la de Miami.



José Antonio Sánchez és el president de Radiotelevisió Espanyola. KIKO HUESCA / EFE

Els periodistes de TVE demanen la destitució del seu president

El consell d'informatius de TVE ha demanat als diputats escollits el 20-D que "afrontin urgentment la regeneració ètica i professional dels informatius" de RTVE i, específicament, els ha instat a "procedir a la destitució de l'actual president de la Corporació", José Antonio Sánchez, i a escollir "per consens" un substitut "amb un perfil professional i independent". En un comunicat, aquest organisme que representa els periodistes de la televisió pública lamenta que "els actuals responsables estan deslegitimats per continuar al capdavant" de la cadena, "a causa de la profunda degra-

dació ètica i deontològica a què han sotmès" els informatius de TVE.

En aquest sentit, el consell recorda als nous diputats que, a l'octubre, tots els partits -tret del PP i Unió- van signar un document en què manifestaven el seu "compromís amb la independència" de RTVE i es mostraven favorables a tornar a l'anterior model d'elecció dels seus directius, que obligava a triar-los "per consens" i no per majoria absoluta, tal com passa actualment arran de la reforma aprovada pel govern del PP, que ha permès que aquest partit imposi els seus candidats. —



Telefónica gana el fútbol argentino para reforzar su TV

Traslada el modelo que ya aplica en España para ganar suscriptores

A. L. MADRID.

Telefónica ha decidido replicar en Argentina la estrategia de compra de contenidos audiovisuales *premium* que desarrolla en España. Por lo pronto, el operador de telecomu-

nicaciones se ha adjudicado gran parte de los partidos de la Liga argentina de fútbol, que incluyen los partidos en exclusiva de los clubes River Plate, Boca Juniors, Independiente y Racing de Avellaneda. El objetivo del operador pasa por disponer de los mejores contenidos con los que alimentar las futuras redes de banda ancha fija y satélite. Esos mismos se convertirán en el motor para las futuras contrataciones de servicios de telecomunica-

ciones convergentes. Hasta el momento, al televisión pública ofrecía todos los partidos de la Liga argentina, con el coste que eso supone para las arcas del estado.

Ahora, bajo la presidencia de Mauricio Marcri, el gobierno de aquel país ha decidido rebajar dicha factura y permitir la entrada de operadores privados. Se trata de *Telefé* (propiedad de Telefónica) y Canal 13, del grupo Clarín. Entre los dos operadores ofrecerán en un mode-

lo de pago los choques de los clubes de fútbol con mayor número de seguidores de Argentina. En las zonas del país en las que no alcanza la cobertura de *Telefé* y Canal 13 será la televisión pública quien garantice la retransmisión de los partidos, dentro del programa Fútbol Para Todos. Según informa la edición online de *Palco 23*, "los derechos del fútbol en Argentina están en manos del Estado desde el 2009, pero es la Asociación de Fútbol de Argentina (AFA)

la que recibe el pago y la que, tras quedarse una parte para financiar su actividad, reparte el dinero entre los distintos clubes en función de su masa social y resultados deportivos. Para este año, ya se sabe que se destinarán 1.894 millones de pesos (128,5 millones de euros) para que el actual esquema se mantenga. En estos siete años, se han gastado más de 9.000 millones de pesos de dinero público (alrededor de 610,6 millones de euros).



Valencia pide un segundo canal múltiple digital

Para licencias privadas y para las emisiones de contenidos de TV3 e IB3

O. F. VALENCIA.

La Generalitat Valenciana va a solicitar al Ministerio de Industria “la reserva y asignación del uso de un segundo canal múltiple digital de cobertura autonómica”. La vicepre-

sidenta, Mònica Oltra, explicó ayer que el objetivo es que la comunidad vuelva a contar con dos canales múltiples, uno dedicado a las emisiones de Radio Televisión Valenciana (RTVV), cuyo proceso de recuperación está en trámite, y otro “para las licencias privadas y para las emisiones de las televisiones públicas de otras autonomías con las que existe un acuerdo para la reciprocidad” en uso de contenidos.

En estos momentos, existen con-

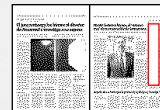
venios con la televisión TV3 de Cataluña y la IB3, de Islas Baleares.

Se volvería así a la situación previa al cierre de RTVV (Canal 9, Radio 9 y sus canales y emisoras vinculados), acordado por el Gobierno valenciano en noviembre de 2013. Debido a esta decisión, la comunidad perdió la asignación de este segundo canal múltiple en el proceso de reordenación del espectro radioléctrico, abordado en 2014.

Además, se solicitará a Industria

“la asignación del espacio radioeléctrico necesario para poner en marcha servicios de comunicación audiovisual y radiofónicos comunitarios sin ánimo de lucro”.

Las Cortes Valencianas aprobaron, a finales de octubre, la proposición de ley que deroga las normas dictadas para el cierre de RTVV, con el objetivo de recuperar el sistema audiovisual valenciano, “con todas las garantías jurídicas”. Se fijó para ello el plazo máximo de un año.



IBM compra la plataforma de transmisión de vídeos Ustream

Ofrece servicios a la Nasa, Facebook, Samsung y Nike

elEconomista MADRID.

La empresa de tecnología IBM anunció ayer la adquisición de la plataforma de transmisión de vídeos en directo Ustream, con sede en la ciudad de San Francisco (EEUU), en un acuerdo valorado en 130 millones de dólares (119 millones de euros), según el diario *The Wall Street Journal*. IBM aseguró en un comunicado que la compra busca ayudar a sus clientes a aprovechar el potencial del vídeo, "un medio digital que está evolucionando rápidamente".

IBM no reveló los detalles financieros de la operación pero el diario indicó que la compra se

20.346

MILLONES DE DOLARES

Fueron los ingresos que cosechó IBM en el cuarto trimestre del año, un 10% menos.

había cerrado por 130 millones de dólares (alrededor de 119 millones de euros).

IBM recordó ayer que Ustream tiene unos 80 millones de espectadores al mes y entre sus clientes se encuentran empresas como la agencia espacial NASA, las tecnológicas Samsung y Facebook, la firma deportiva Nike y el canal de televisión Discovery Channel. La empresa indicó que la división de vídeo estará dirigida por Braxton Jarratt y apuntará al mercado de servicios de software y servicios de vídeo en la nube, que según las estimaciones de IBM alcanzará este año los 105.000 millones de dólares (96.000 millones de euros).



Biden critica que s'intimidi els periodistes a Turquia

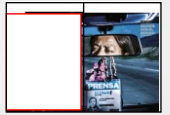
► El vicepresidente dels Estats Units, Joe Biden, va criticar ahir la intimidació que pateixen a Turquia la premsa i també les veus dissidents amb l'exercici del poder del govern islamista.



RNE

Pepa Fernández, premi de periodisme Miguel Delibes

■ La directora i presentadora de *No es un día cualquiera* de RNE, Pepa Fernández, natural de Cervera, va recollir dijous el XX Premio Nacional de Periodisme Miguel Delibes, que concedeix l'Associació de la Premsa de Valladolid. El jurat ha valorat "la seua constant defensa de la llengua espanyola en els quasi 17 anys d'emissió d'aquest espai radiofònic durant els caps de setmana".

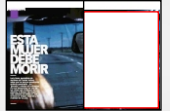


38 **MAGAZINE** A fondo

ESTA MUJER DEBE MORIR

Lucy Sosa, periodista de sucesos en Ciudad Juárez, sabe que los narcos mexicanos quieren asesinarla. ¿Su 'pecado'?: relatar sus crímenes. Por sus denuncias, en una de las urbes más violentas del planeta, la llaman «la mujer más valiente de México». Así ve Sosa al 'Chapo' Guzmán y la realidad de su país.

POR FERNANDO GOITIA
FOTOGRAFÍAS: TIMOTHY FADEK



**REPORTEANDO
ENTRE CADÁVERES**

Lucy Sosa lleva 28 años de reportera en Ciudad Juárez, principal puerta de entrada de la droga que llega a Estados Unidos. Dos de sus compañeros han sido asesinados por orden de los narcos. Tras sus muertes, ella sigue trabajando.



40 MAGAZINE A fondo

MÉXICO, EN MARCHA

«La gente ya no se queda cruzada de brazos», dice Sosa, animada por movilizaciones como *La marcha por la paz*, en 2011, o la respuesta a la muerte de 43 estudiantes en Iguala. «La paz es algo que tenemos que construir, depende de nosotros».



E

EL GOBIERNO DICE QUE AHORA TODO ESTÁ BIEN, que esta es una ciudad en recuperación. Y yo te digo que cuando mi hija anda en la calle nunca estoy tranquila y que si salgo con mi nieta no la pierdo de vista un segundo. Claro que

estás hablando con alguien que ha visto lo peor de Ciudad Juárez. Es posible que mi nivel de psicosis sea muy elevado».

La risa de Lucy Sosa es contagiosa, vital; descoloca viniendo de una mujer que se sabe amenazada por narcotraficantes sanguinarios como el *Chapo* Guzmán, capo del Cártel de Sinaloa, o sus rivales del Cártel de Juárez. Su voz, además, resuena dulce, tranquila, en contraste brutal con las historias que brotan de sus labios: asesinatos, secuestros, cuerpos mutilados, personas quemadas vivas, niñas violadas, cadáveres que aparecen en casas abandonadas a modo de fosa común, periodistas eliminados, amenazas de muerte, narcotráfico, impunidad y, repiqueteando sobre todas ellas, la raíz, a su juicio, del gran problema mexicano: la corrupción.

A sus 46 años, la mitad pasados como reportera de seguridad [sucesos-local] en *El Diario de Chihuahua*, cabecera del estado mexicano cuya capital, Ciudad Juárez, de 1,3 millones de habitantes, ha ostentado durante años el deshonoroso título de ciudad más peligrosa del mundo, Lucy Sosa, bien valga el tópico, ha visto de todo. Aquí llegaron a producirse más de 3600 homicidios en un solo año: 2010; y más de 11.000 en un lustro.

CORDON / E.R.



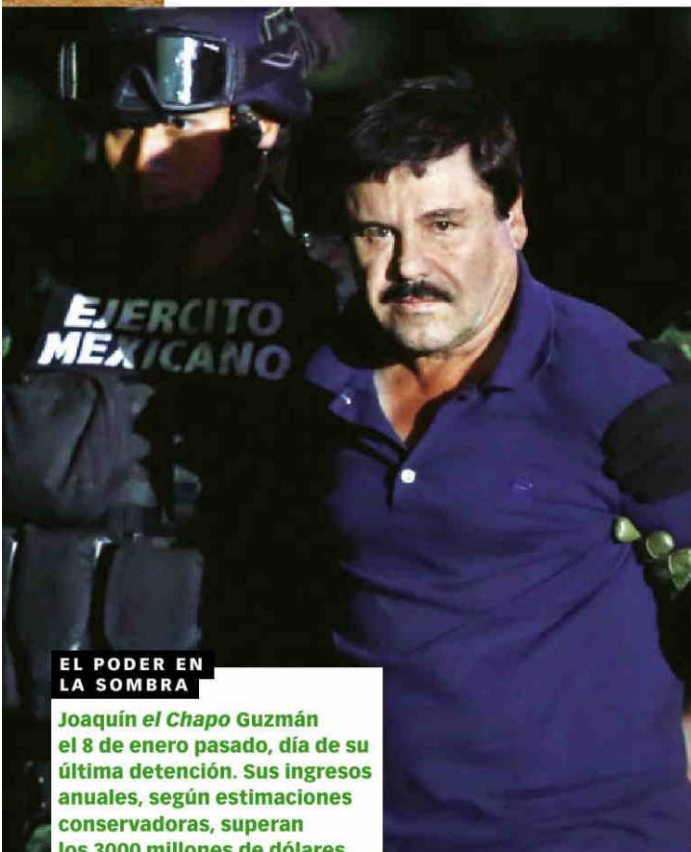
"SI EXTRADITAN AL CHAPO A EE.UU., NO RESPONDERÁ POR SUS CRÍMENES EN MÉXICO. ¡ES INDIGNANTE!"



41

TRABAJAR PEGADOS

«En Juárez, los periodistas de diferentes medios formamos una piña. Por seguridad, nunca salimos solos, compartimos informaciones, reportas tu posición con frecuencia...».



EL PODER EN LA SOMBRA

Joaquín el Chapo Guzmán el 8 de enero pasado, día de su última detención. Sus ingresos anuales, según estimaciones conservadoras, superan los 3000 millones de dólares.

Fue un tiempo en que la urbe fronteriza, gran puerta para la droga que entra en Estados Unidos, acogió el principal escenario bélico del narcotráfico mundial, cuando el Cártel de Sinaloa arrebató al de Juárez, a sangre, fuego y machetazos, el puesto de gran patrón de las drogas en México, mientras el presidente Felipe Calderón movilizaba a sus Fuerzas Armadas y a la Policía Federal contra el Narco en una batalla que sumió a buena parte del territorio mexicano en una guerra civil larvada. «Un día llegué a cubrir 20 asesinatos. Solo en mi turno. En toda la jornada fueron 35», revela Sosa.

HOY, MIENTRAS LAS TRIBULACIONES DEL CHAPO

copan portadas por medio mundo, Juárez vive una relativa calma. Si por 'calma' se entiende, claro está, que el Narco siga campando a sus anchas —ahora reinan los de Sinaloa, victoriosos sobre los de Juárez— o que en 2015 se registraran 311 homicidios, casi uno al día. «En cifras, hemos vuelto al escenario que teníamos en 2007, antes de la guerra entre narcos y la campaña de Calderón —explica Sosa—, pero los problemas de Juárez son los mismos. ¡O peores! El tráfico y la impunidad persisten, apenas el 42 por ciento de los asesinatos, ni la mitad siquiera, se resuelven. Y, además, la pobreza se ha multiplicado, lo que ha creado más delincuencia e inseguridad».

Así las cosas, bajo la nueva *pax mafiosa* del narco ▶



42 **MAGAZINE A fondo**

**LA NOTICIA
 CUESTA VIDAS**

«Los días tras el asesinato de nuestro colega, el fotógrafo Luis Carlos, fueron muy al límite. México estaba perdido, a la deriva, pero nos dijimos que no íbamos a rendirnos».

de Sinaloa —«el Chapo seguía operando y controlándolo todo desde prisión», subraya Sosa—, las autoridades se han embarcado en una campaña para asear la reputación juarense. El presidente Enrique Peña Nieto, de hecho, se refiere a Juárez como un lugar ‘en recuperación y seguro’ y lo pone como ejemplo nacional, mientras se critica a Sosa y a sus colegas por «dar una mala imagen de la ciudad». Nada nuevo bajo el sol del desierto de Chihuahua. Calderón en su día, mientras la nación se consumía bajo la espiral de violencia que marcó su mandato, ya conminó a los periodistas —89 asesinados desde 2000, según Reporteros Sin Fronteras— a que hablaran bien de México. «Sí, sí, pues claro —ironiza Sosa con su alegre acento mexicano—. Somos los responsables de la crisis económica, de ahuyentar la inversión, de las estadísticas del crimen, de las violaciones de derechos humanos o de que, como demuestra toda esta historia con el Chapo, México sea hoy un Estado fallido».

UN ESTADO FALLIDO IMPLICA UN GOBIERNO QUE no controla todo su territorio y un lugar donde reinan la corrupción, la criminalidad y la impunidad, y donde la miseria y la pobreza marcan la vida cotidiana de la mayoría de la población. Justamente el escenario que Sosa describe al comentar las peripecias del Chapo.

«Dicen que hay que extraditarlo rápido a Estados Unidos, que México no garantiza que no haya otra fuga —argumenta—. Y es verdad, pero nadie ve lo que eso significa. Porque este señor no va a responder por sus crímenes en México. Al pueblo mexicano se le debe una sentencia condenatoria y una reparación del daño que causó. Miles de familias han perdido a hijos, padres y amigos por su culpa; un país entero que ha sufrido su crueldad no tendrá una reparación. No habrá un debido proceso en México contra el Chapo. Y ¿por qué? Pues porque el Estado no puede garantizar la justicia a sus propios ciudadanos».

Sosa conoce de primera mano esa sensación de la víctima no reparada. La tiene desde que vio cómo extraditaban al vecino del Norte al supuesto responsable de la muerte de su compañero y jefe de sección durante 16 años, el periodista Armando Rodríguez, asesinado en 2008

CORDÓN / D.R.

"SE ACUSA A LA PRENSA DE DAR MALA IMAGEN. PERO QUE MÉXICO SEA UN ESTADO FALLIDO NO ES CULPA NUESTRA"



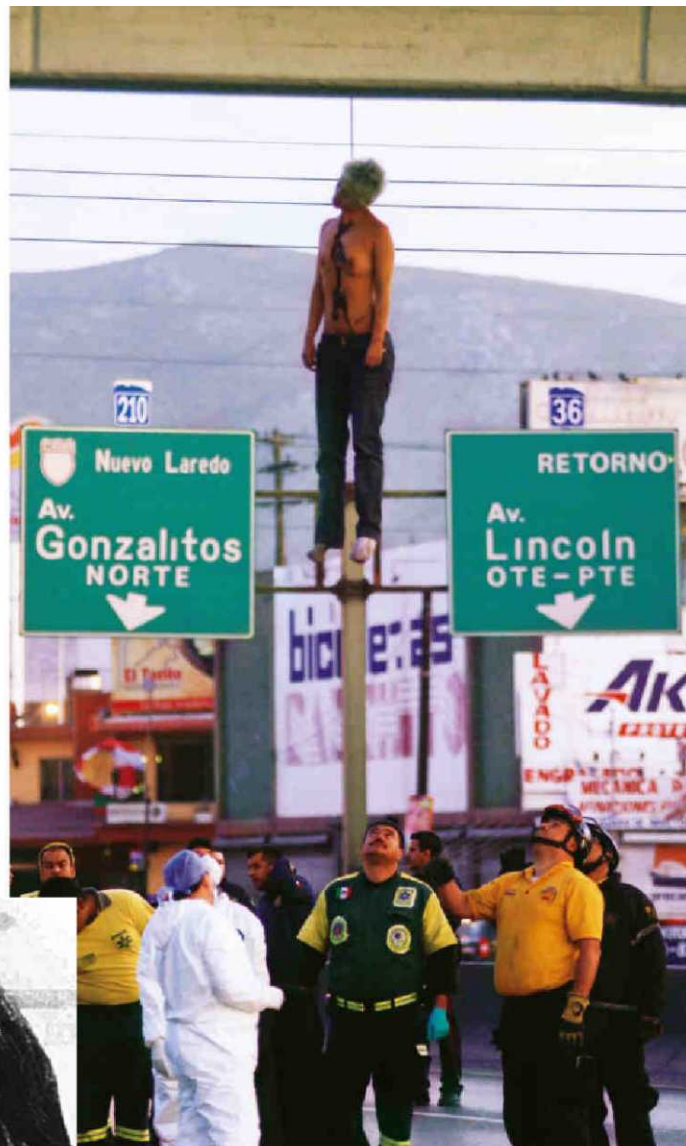
cuando salía de casa para llevar al colegio a su hija.

A Rodríguez lo mandó matar, supuestamente, José Antonio Acosta, jefe del brazo armado del Cártel de Juárez, detenido en 2011 y reclamado en EE.UU. por 11 cargos. Cuando fue condenado a cadena perpetua por un tribunal de El Paso (Texas), un año después, la sentencia le dejó a Sosa un agrídulce regusto.

«Este sujeto mandó matar a Armando, ¡y por ese crimen no va a pagar! —rabia Sosa, que relevó a Rodríguez como máximo responsable de investigaciones policiales, redactando como primera noticia en el puesto el asesinato de su amigo—. La Procuradora de Justicia dijo que Acosta era responsable por más de 2000 crímenes en Juárez. ¡Y no pagó uno solo! Pues ahora, con el Chapo, sucederá igual. Eso deja una sensación devastadora de que en este país nada funciona».

A OJOS DE SOSA, LAS PERIPECIAS DEL GRAN CAPO conforman un catastrófico retrato de México. «Durante el año y medio que el Chapo estuvo preso, todo siguió igual —denuncia—. Dicen que es uno de los hombres más ricos del mundo, pero ¿dónde está esa plata? ¿Se están intentando localizar y bloquear sus bienes? La estructura financiera del narco, después de tantos años de guerra, sigue intacta».

En tiempos en que los gobiernos rastrean y bloquean por el mundo las cuentas y fuentes de financiación de terroristas de todo pelaje como premisa básica para estrangular sus actividades, la denuncia de Sosa culmina



CRUELDAD INTOLERABLE

Las exhibiciones de crueldad son usadas por el Narco para salir en medios y amedrentar a la población y a sus enemigos. «Tardamos en darnos cuenta de que nos estaban usando vilmente», admite Sosa.

con una desalentadora conclusión: «En México asistimos a una enorme simulación, una gran farsa que, más grave todavía, ha colocado a la población en un fuego cruzado; así es como yo veo el combate al Narco».

Por su trabajo y sus opiniones, Sosa lleva años recibiendo amenazas, si bien «ya no es algo tan recurrente –contemporiza, reacia a teñir de épica sus andanzas–. En 2011 o 2012 recibía muchas más». En dos ocasiones, al menos, Sosa esquivó la muerte a manos de secuaces del Chapo. «Hay un hombre detenido en El Paso que comenta por ahí que me salvé de ser asesinada en dos



CON ÉL EMPEZÓ TODO

A Amado Carrillo, jefe del Cártel de Juárez fallecido en 1997, se le atribuye convertir México en potencia mundial del Narco tras la muerte del colombiano Pablo Escobar.

ocasiones gracias a él, pero no sé, creo que lo decía así como por presumir –matiza Sosa–. No sé, son cosas pues que pasan, las normalizas y sigues adelante».

Por seguir adelante, a Sosa la llaman «la mujer más valiente de México». Honor del que reniega. «Sí, ya sé que me dicen así, ¡pero es que están locos, pues! –replica entre risas–. He cubierto muchos homicidios, sí, la verdad es que ya perdí la cuenta, pero esto es cosa de la redacción entera, que aquí no ha habido una sola renuncia de reporteros o fotógrafos por miedo».

Todo un mérito si tenemos en cuenta que las instalaciones del periódico han sido baleadas o la querencia del narco por advertencias dementes como dejar una cabeza decapitada envuelta en un ejemplar de *El Diario de Chihuahua* en el centro comercial más frecuentado de Juárez. Más traumático fue, sin embargo, el asesinato de Luis Carlos Santiago, fotógrafo de apenas 21 años

"ES INCREÍBLE QUE LA ESTRUCTURA FINANCIERA DEL NARCO, TRAS TANTOS AÑOS DE GUERRA, SIGA INTACTA"



44 MAGAZINE A fondo



LA MUJER MÁS VALIENTE DE MÉXICO

Dos de sus compañeros han sido asesinados, su diario fue baleado y las amenazas contra ella han sido constantes. Pero Sosa, madre de dos hijos y abuela de dos nietos, nunca se ha planteado renunciar.

gente con formación militar trabajando ahí, personas que ves que su violencia es profesional». Algo extensible a los nueve cárteles que, según la Procuraduría General de la República, operan en México.

Fue en los noventa cuando la ciudad inició la espiral violenta que la ha hecho famosa.

acribillado en un parking en 2010. Otro crimen sin resolver en la extensa lista de la impunidad en Ciudad Juárez.

Porque la violencia en esta ciudad viene de lejos. Aquí nació el Cártel de Juárez, la organización que, al mando de Amado Carrillo –alias el Rey del Oro Blanco, o el Señor de los Cielos–, se convirtió en el Narco más poderoso del planeta tras la muerte del colombiano Pablo Escobar, en 1993, controlando entonces casi todo México y amasando, según la DEA, una fortuna astronómica a razón de 200 millones de dólares por semana.

DE LOS COLOMBIANOS SE DICE QUE LOS CHARROS, junto con el negocio de la droga, heredaron también el gusto por las exhibiciones macabras. Diana Washington Valdez, una periodista de *El Paso Times*, al otro lado del Río Grande, que investigó los feminicidios en Juárez, sostiene, sin embargo, que las raíces de esta crueldad se adentran en la propia tierra mexicana.

«Todo viene de la guerra sucia que vivió México en los sesenta y setenta –afirma–, cuando se usó el terror contra sospechosos de comunismo». Valdez apunta a La Brigada Blanca, el grupo paramilitar y policial que ejecutó aquellos crímenes de Estado. «Miembros de esa brigada, disuelta en 1983, se llevaron al Narco su *modus operandi*, aplicando allí sus métodos para eliminar disidentes».

Hoy en día, confirma Sosa, «hay muchos policías y

Primero, con los feminicidios, a partir de 1993; más tarde, con las guerras entre narcos tras la muerte, en 1997, de Amado Carrillo. Estas se desataron apenas un mes después de su defunción, en un hospital de México, tras una operación de estética –los cirujanos fueron asesinados cuatro meses más tarde–, con la masacre en un restaurante de Juárez en la que fallecieron seis personas.

«Aquí siempre hubo violencia, pero antes no era tan pública –rememora Sosa–. La forma de operar de Carrillo siempre fue la desaparición. Crímenes aún impunes, pero que no atrajeron atención». Quizá porque durante su reinado su poder de intimidación fue tan aplastante que pocos periodistas se atrevían a escribir sobre él. Antes de todo aquello, el 23 de enero de 1993, apareció en un descampado el cadáver violado, golpeado y estrangulado de Alma Chavira Farel, una niña de 13 años. Hoy, la cuenta de asesinadas bajo patrones similares –jóvenes pobres y empleadas la mayoría en las maquiladoras que multiplicaron la población de Juárez en los setenta y ochenta– supera las 700 víctimas.

Fue en esa época, precisamente, cuando Sosa inició su carrera en la crónica policial. «Empecé a reportear a los 18 años y en 1992, con 22, me hicieron fija en seguridad, poco antes de que arrancara el conteo de mujeres. Una de aquellas chicas fue, de hecho el primero de mis cadáveres. Sí...». Sosa, madre de una chica de 19 años y un chico de 24, se detiene, como si la imagen le percutiera en la memoria. Desde entonces, los cadáveres se han ido acumulando bajo su cráneo, abarrotado de visiones atroces cuya evocación siempre relaciona con lo que considera el gran cáncer mexicano: la corrupción. Un mal que, dice Sosa, le otorga carta blanca al narco para impregnar todas las arterias del Estado. ■

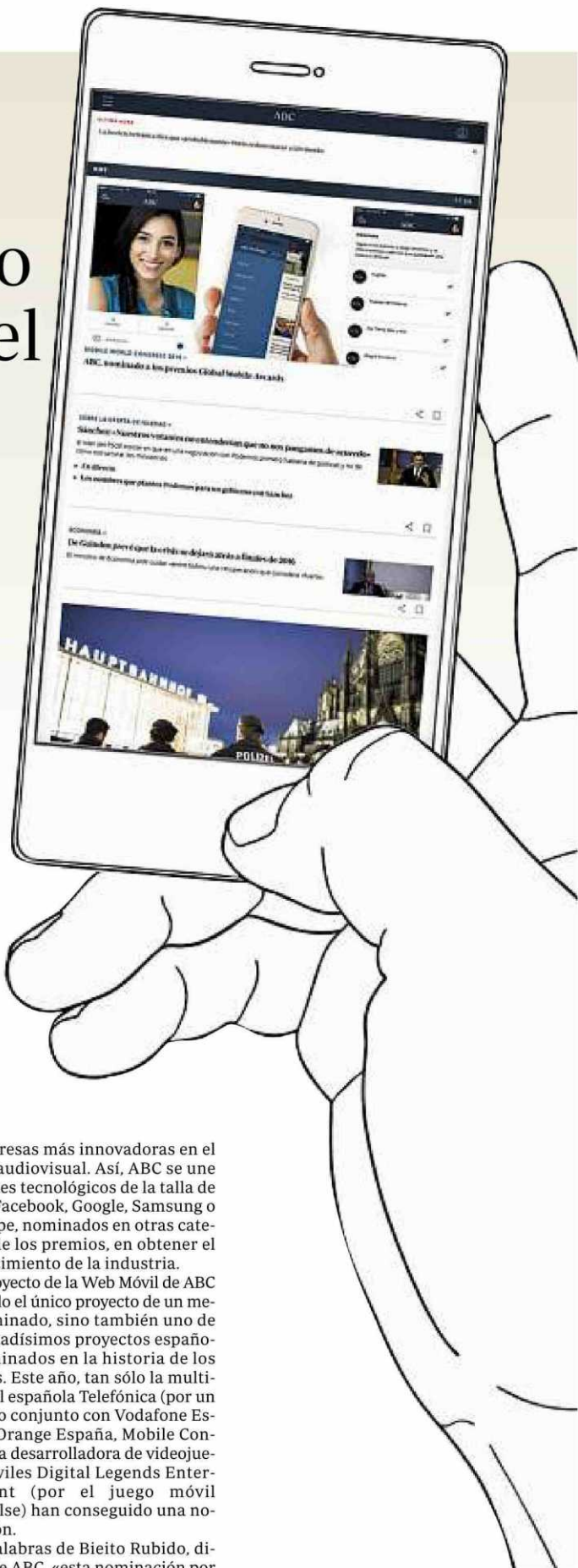
"ESTOY ORGULLOSA DE TODA LA REDACCIÓN, EN ESTOS AÑOS AQUÍ NO HA HABIDO UNA SOLA RENUNCIA POR MIEDO"



Los «Oscar» de la industria móvil

ABC.es, único medio de comunicación del mundo nominado en los Global Mobile Awards

► Coincidiendo con su nueva edición digital, el periódico renovó su versión móvil el pasado octubre y compite ahora por el galardón a la mejor APP



ABC
MADRID

El rediseño de ABC empieza a tener reconocimiento. Su nueva web para «smartphones» ha sido nominada en los Global Mobile Awards 2016. Los premios, que convoca la GSMA, la asociación que representa los intereses de los operadores móviles mundiales y que une a más de 800 operadores y 250 compañías líder del ecosistema móvil, son considerados los Oscar de la industria móvil por los expertos. ABC.es ha sido nominado a la mejor APP de medios y en este caso se trata del único medio de comunicación que optará al premio.

Las nominaciones a los Premios Globo (como se les conoce en el sector) se han fallado esta semana, si bien no se sabrá el nombre de los ganadores hasta el próximo 23 de febrero en una ceremonia que tendrá lugar en el marco de la feria tecnológica más importante del sector, el Mobile World Congress 2016, que se celebra en Barcelona entre los próximos 22 al 25 de febrero.

La nueva Web Móvil de ABC compite en la categoría Best Mobile App Media, Film, TV or Video. El proyecto estratégico por el que la compañía del grupo Vocento ha sido nominada ha sido llevado a cabo junto a la empresa Fjord,

Ocho categorías

1. THE CONNECTED LIFE AWARDS PREMIO VIDA CONECTADA
2. MOBILE SERVICES MEJORES SERVICIOS MÓVILES
3. SOCIAL&ECONOMIC DEVELOPMENT SOCIAL Y DESARROLLO ECONÓMICO
4. MOBILE APPS MEJORES APLICACIONES MÓVILES
5. MOBILE HANDSETS & DEVICES TELÉFONOS MÓVILES Y DISPOSITIVOS
6. BEST MOBILE TECHNOLOGY MEJOR TECNOLOGÍA MÓVIL
7. GOVERNMENT EXCELLENCE GOBIERNOS Y SU EXCELENCIA
8. OUTSTANDING ACHIEVEMENT LOGRO EXCEPCIONAL

consultora de Diseño e Innovación perteneciente al grupo Accenture.

Categoría más ambiciosa

Hasta el año pasado, los medios de comunicación tenían una categoría propia, Best Mobile Media & Publishing App (premio que en 2015 ganó News Republic). No obstante, en la presente edición, la prensa compite en una categoría más amplia con algunas de

las empresas más innovadoras en el campo audiovisual. Así, ABC se une a gigantes tecnológicos de la talla de Apple, Facebook, Google, Samsung o Periscope, nominados en otras categorías de los premios, en obtener el reconocimiento de la industria.

El proyecto de la Web Móvil de ABC no es sólo el único proyecto de un medio nominado, sino también uno de los contadísimos proyectos españoles nominados en la historia de los premios. Este año, tan sólo la multinacional española Telefónica (por un proyecto conjunto con Vodafone España y Orange España, Mobile Connect) y la desarrolladora de videojuegos móviles Digital Legends Entertainment (por el juego móvil Afterpulse) han conseguido una nominación.

En palabras de Bieito Rubido, director de ABC, «esta nominación por



Periodismo a la medida del teléfono



Personalizable

Hay una pestaña, en la parte superior derecha de la portada móvil de ABC, desde la que el usuario se registra y configura su edición de lectura al gusto personal.



Portada depurada

Fácil de leer, la portada ha sido depurada y los formatos están optimizados para el consumo móvil



Compartir cada contenido

Los contenidos pueden compartirse en cualquier red social y sistema operativo. Además, el lector puede elegir a los columnistas y blogueros que en concreto desea seguir

Barcelona, capital del móvil

OMAR GONZÁLEZ
El mayor encuentro mundial sobre telefonía móvil, el Mobile World Congress, se celebrará un año más en la Fira de Barcelona del 22 al 25 de febrero con una afluencia estimada de 95.000 asistentes. La cita tendrá un impacto económico de más de 460 millones de euros y proporciona 13.000 puestos de trabajo temporales. En la edición de este año se espera la mayor afluencia –hasta la fecha– en número de expositores. Serán 2.100, y entre ellos destacan marcas como Alcatel, Intel, Nokia, Samsung, Sony, ZTE, Qualcomm, Ericsson, Google, Sony, Huawei o LG. El grafeno, un material todavía en desarrollo que promete grandes avances en las pantallas, baterías, sensores y chips de los dispositivos, tendrá su propio espacio en el congreso. Otro atractivo serán las conferencias. Como las de Mark Zuckerberg, fundador de Facebook, que vuelve por tercer año a Barcelona; Mark Fields, consejero delegado de Ford, para hablar de los coches inteligentes; y William Ruh, consejero delegado de General Electric (GE).



Representación española

ABC, junto con Telefónica y la desarrolladora de videojuegos Digital Legends Entertainment, serán las únicas empresas españolas que opten a un galardón

Investigación y desarrollo

Tras un arduo trabajo de la mano de la empresa Fjord, ABC presentó una versión novedosa para «smartphones» con una portada depurada y contenido personalizable

La consultora que cambió el «look» de ABC para el lector en su móvil

Héctor Ibarra, director de Fjord Madrid, habla así de la nominación: «Como consultora de diseño e innovación, el proyecto de la web móvil de ABC ha supuesto una experiencia única, al ser la primera vez que trabajábamos con un medio de comunicación español. Ha sido un verdadero esfuerzo conjunto de cocreación en el que el equipo de ABC nos abrió las puertas de par en par y se volcó en ayudarnos a

entender las necesidades de sus lectores y su redacción». Ibarra considera que fue esa «estrecha colaboración» la que permitió a esta empresa, fundada en 2001 y con un equipo de más de 750 personas en cuatro continentes, entregar un diseño limpio y personalizable para cada tipo de usuario, en el que el contenido, que es lo verdaderamente importante para ABC, brilla por sí mismo.

parte de la industria tecnológica a la nueva oferta móvil de ABC nos anima a seguir innovando para atender mejor a nuestros lectores, quienes cada vez consumen más la información, el análisis y los servicios que les proporcionamos 24 horas al día en sus dispositivos móviles».

Nueva edición digital

La nueva versión de la APP de ABC está disponible para los sistemas operativos iOS y Android, y competirá con otras cuatro herramientas: Magistó, editor de vídeo; Netgem for EETV, plataforma audiovisual; PTCL, para Smart TV; y el reproductor de vídeo Quickplay.

ABC renovó su edición móvil en octubre de 2015, coincidiendo con el lanzamiento de la nueva versión web del rotativo. El periódico estrenó una edición digital con contenidos y funciones diferenciados para ordenador y móviles, con el fin de ofrecer a sus lectores la mejor experiencia de usuario en cada formato. Tras un profundo trabajo de investigación y desarrollo con Fjord, ABC.es presentó una nueva versión para teléfonos inteligentes con una portada más depurada, formatos optimizados para el consumo y contenidos personalizables. Un periódico a la carta.



CONVERSACIONES CON FUTURO

Doctora por la Universidad de Harvard y profesora en París, propone un modelo híbrido entre fundación y compañía para salvar a la prensa tradicional

Julia Cagé

Economista especializada en medios de comunicación

“LA INFORMACIÓN ES UN BIEN PÚBLICO”

Por ALEX VICENTE



Eric Hadj

Economista especializada en medios de comunicación, Julia Cagé (Metz, Francia, 1984) es profesora del Instituto de Estudios Políticos de París y doctora por la Universidad de Harvard. En estos tiempos convulsos para la prensa tradicional, Cagé expone en su ensayo *Salvar los medios de comunicación* (Anagrama) las claves de un modelo económico alternativo que debería permitir su supervivencia, y que no implica necesariamente el abandono del papel. Thomas Piketty, economista estrella —y esposo de Cagé—, afirma en el prólogo del libro que sus teorías invitan “a repensar la noción de propiedad privada y la posibilidad de una superación democrática del capitalismo”.

Pregunta. ¿Viviremos algún día en un mundo sin medios de comunicación?

Respuesta. Siempre habrá plataformas dedicadas al entretenimiento, pero no necesariamente a la información. Lo que me da miedo es terminar viviendo en un mundo en el que no haya acceso a un mínimo de contenidos sobre lo que sucede en el mundo, o en el que nadie investigue sobre nuestros políticos. Seguramente no llegaremos a ese extremo, pero sí tendemos, cada vez más, a eso. Nunca ha habido tantos medios de comunicación, pero tampoco han sido nunca tan frágiles como ahora.

P. Pese a todo, su libro no es fatalista.

R. La prensa sobrevivió a la radio y a la televisión. La caída de la publicidad en los periódicos no es un fenómeno tan reciente. En realidad, comienza a partir de los años cincuenta, cuando empieza a emitirse

publicidad en la televisión. Incluso antes, los periódicos se negaban a publicar la programación de la radio. La diferencia con Internet es que no solo supone más competencia, sino que es un soporte nuevo. El desafío es más complejo que otras veces.

P. ¿Por qué no diferencia entre periodismo en papel y el digital?

R. La mayoría de lectores ya no prestan atención a esas cosas. Yo leo indistintamente en un soporte u otro. Se ha dado un peso excesivo a Internet porque se creyó que iba a revolucionar la manera de elaborar la información. Y es cierto que permite hacer cosas distintas, como el hipertexto, los vídeos o la infografía móvil, que convierten el resultado en algo un poco más interactivo. Pero lo que cuenta al final es el contenido, y es muy parecido en ambos formatos.

P. ¿No cree que ha habido una relación innegable entre el nuevo soporte y el contenido? Muchos medios digitales han apostado por contenidos generadores de clics que, en la mayoría de casos, no hubieran tenido cabida en su versión impresa.

R. Es cierto, pero se trata de un error del que todo el mundo empieza a darse cuenta. Siguiendo el modelo de *The New York Times*, la mayoría de los grandes medios de comunicación tienden hacia fórmulas de suscripción digital, porque han visto que es difícil monetizar los clics. Aunque ha habido una proliferación de contenidos ligeros en medios que persiguen la viralidad, se inscriben más en el mundo del entretenimiento que en el de la información. Además, esas compañías tienen una economía distinta a la de los

grandes medios: tienen menos periodistas y hacen menos investigación, aunque parte de sus contenidos sean periodísticos.

P. Muchos dan por muerta la prensa en papel, pero hay señales que apuntan en otra dirección, como la compra de *The Washington Post* por el fundador de Amazon, o en Francia, los magnates que han salvado de la quiebra a *Le Monde* y *Libération*.

R. Es innegable que el dinero ha vuelto a la prensa tradicional. De entrada, porque muchas cabeceras están en venta por cantidades no muy altas. Poseer un diario sigue siendo percibido como una forma de tener influencia política. Además, existe un efecto de contagio, una especie de moda, de estatus. Si Xavier Niel no hubiera comprado *Le Monde* en 2010, Patrick Drahi no habría adquirido *Libération* en 2014, y Bernard Arnault tampoco se habría interesado por *Le Parisien* el año pasado. Se necesita a esos accionistas externos, porque tener un diario que haga bien su trabajo cuesta mucho dinero, pero hay que impedir que esas adquisiciones tengan un coste en la independencia del medio.

P. Defiende que un medio de comunicación no es una empresa más, y que tiene que estar protegida por el Estado.

R. Los medios producen información de interés general, que debería ser considerada un bien público, y lo tendríamos que proteger. Igual que nadie se plantea privatizar completamente la educación, no entiendo por qué no sucede lo mismo con la información. En la mayoría de países democráticos, consideramos que la transmisión de un mínimo de conocimientos es algo a lo que todo el mundo debe tener acceso gratuito. Con la información pasa lo mismo: tener acceso a ella resulta imprescindible para el buen funcionamiento de una democracia.

P. Usted propone un nuevo modelo: la fundación, a medio camino entre las fundaciones sin ánimo de lucro y las sociedades participadas.

R. Hay que inventar un nuevo sistema que permita repartir más el poder. En el modelo que propongo, a diferencia de lo que sucede en las sociedades con accionariado, no habría una distribución de dividendos y el capital estaría congelado. A cambio, el Estado

“Nunca ha habido tantos medios de comunicación, pero tampoco han sido tan frágiles como ahora”

concedería una deducción fiscal a los donantes. El accionariado estaría formado también por periodistas y lectores, que podrían participar a partir de pequeñas cantidades. La propiedad se renovaría cada año, a diferencia de lo que sucede en las fundaciones sin ánimo de lucro, donde a menudo es una sola familia la que escribe los estatutos y se perpetúa en el poder.

P. Pero su modelo parece irrealizable sin el acuerdo de los actuales propietarios de los medios. En el contexto del capitalismo, ¿no resulta algo utópico?

R. No. Todo es cuestión de voluntad política. Por ejemplo, el Estado francés concede ayudas públicas a los medios de comunicación. Podría proponerse limitarlas a los medios que adopten este sistema. Suena un poco extremo, pero se podría hacer. Si se quiere salvar a los medios, hay que encontrar soluciones.

P. El Gobierno francés ha aprobado una exención fiscal para las empresas de comunicación sin ánimo de lucro. *Charlie Hebdo* es el primer medio que ha adoptado ese estatus. ¿No le convence la medida?

R. Va en la buena dirección, pero me parece demasiado tímida: solo permite donar cantidades pequeñas. Es una lástima que no hayan ido más lejos, porque tras el atentado contra *Charlie Hebdo* había cierto margen de maniobra. La confianza de los ciudadanos en los medios aumentó por primera vez desde hacía años, aunque estoy segura de que no tardará en volver a bajar. Me pareció curioso que en la gran manifestación que sucedió al atentado se escuchara “soy judío, soy policía” o “soy Charlie”, pero nunca “soy periodista”...



PIEDRA DE TOQUE

La entrevista de Sean Penn al Chapo Guzmán sólo se entiende por la frivolidad que contamina la vida política, que conduce al reemplazo de las ideas por el espectáculo

Circo y periodismo

MARIO VARGAS LLOSA

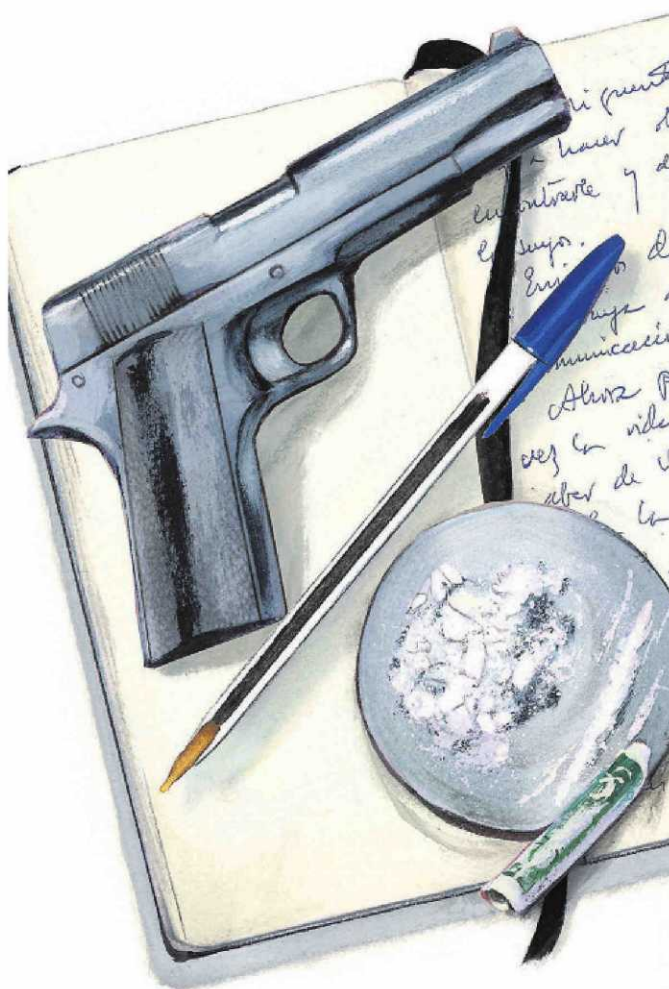
Una de las profesiones más peligrosas en el mundo de hoy es el periodismo. Cada año aparecen, en los balances que hacen agencias especializadas, decenas de reporteros, entrevistadores, fotógrafos y columnistas secuestrados, torturados o asesinados por fanáticos religiosos y políticos, dictadores, bandas de criminales y traficantes, o dueños de imperios económicos que ven como una amenaza para sus intereses la existencia de una prensa independiente y libre.

Este contexto explica, sin duda, la indignación que ha causado la entrevista que llevó a cabo el actor Sean Penn al asesino y narco mexicano, el Chapo Guzmán—cuya vertiginosa fortuna lo ha hecho figurar entre los hombres más ricos del mundo según la revista *Forbes*—, poco antes de ser capturado por la infantería de marina de México. La entrevista, que apareció en la revista *Rolling Stone*, es malísima, una exhibición de egolatría desenfundada y payasa y, para colmo, desbordante de simpatía y comprensión hacia el multimillonario y despiadado criminal al que se le atribuyen cerca de tres mil muertes además de incontables desafueros, entre ellos gran número de violaciones.

Sean Penn es muy buen actor y tiene fama de “progresista”, término que, tratándose de gente de Hollywood, suele significar una debilidad irresistible por los dictadores y tiranuelos tercermundistas. Lo ha mostrado, en un magnífico artículo, Maité Rico (*Fascinación eterna por el déspota*, EL PAÍS, 17/1/2016), quien recuerda los ditirambos del actor (y de Michael Moore y Oliver Stone) a Fidel Castro y a Hugo Chávez: “Una de las fuerzas más importantes que hemos tenido en este planeta”, “líder fascinante”, “le tengo amor y gratitud”, etcétera. ¿Cómo explicará el actor, entonces, que en los últimos comicios el setenta por ciento de los electores venezolanos haya repudiado de manera tan categórica al régimen chavista? Probablemente, ni se ha enterado de ello.

El caso de Sean Penn sólo se entiende por la extraordinaria frivolidad que contamina la vida política de nuestro tiempo, en el que las imágenes han reemplazado a las ideas y la publicidad determina los valores y desvalores que mueven a grandes sectores ciudadanos. Elogiar a Fidel Castro, “el hombre más sabio del mundo” según Oliver Stone, es una patética exhibición de cinismo e ignorancia, equivalente a sentir admiración por Stalin, Hitler, Mao, Kim il Sung o Robert Mugabe, y defender como modélica a una dictadura de más de medio siglo que ha convertido a Cuba en una prisión de la que los cubanos tratan de escapar como sea, incluso desafiando a los tiburones. Y no lo es menos considerar una estrella política planetaria al comandante Chávez, cuyo régimen transformó a Venezuela en un país pobre, violento y reprimido, cuyos niveles de vida caen cada día más por culpa de una inflación galopante—la más alta del mundo— y donde la corrupción y el narcotráfico se han enquistado en el corazón mismo del Gobierno.

Qué cómodo es para estos personajes, desde Hollywood, es decir, desde la seguridad jurídica—nadie irá allá a despojarlos de sus casas, negocios, inversiones, ni a tomarles cuenta por lo que dicen y escriben—, el confort y la libertad de que gozan, jugar a ser “progresistas”, aceptando invita-



FERNANDO VICENTE

Los “progresistas” de Hollywood defienden regímenes opresores y a delincuentes comunes

ciones de sátrapas ineptos, que los tratan como reyes y los adulan, halagan y regalan, y a defender regímenes opresores y brutales, que hacen vivir en el miedo, la escasez y la mentira a millones de ciudadanos a los que han quitado la palabra y los más elementales derechos. Ahora, además de dictadores, los “progresistas” de Hollywood defienden también a delincuentes comunes y asesinos en serie, como el Chapo Guzmán,

pobre hombre que, según Sean Penn, llegó al delito porque era la única manera de sobrevivir en un mundo atrofiado por la injusticia y los oligarcas.

El periodismo, por desgracia, es también una de las víctimas de la civilización del espectáculo de nuestros días, donde aparecer es ser y la política, la vida misma, se ha vuelto mera representación. Utilizar esta profesión para promoverse y difundir ideas frívolas, banalidades ridículas y mentiras políticas flagrantes es también una manera de agraviar un oficio y a unos profesionales que hacen verdaderos milagros para cumplir con su función de informar la verdad por salarios generalmente modestos y corriendo grandes peligros. Gentes como Sean Penn, Oliver Stone y congéneres ni siquiera advierten que su actitud re-

vela un desdén prejuicio hacia Venezuela, Cuba, México y, en general, el tercer mundo, con esa duplicidad de que hacen gala cuando elogian y promueven para esos países sistemas y dictadores que no tolerarían jamás en su propio país, muy parecidos en eso a un Günter Grass, que, en los años ochenta, pedía que los latinoamericanos siguiéramos el “ejemplo de Cuba”, en tanto que, en Alemania, él defendía la socialdemocracia y combatía el modelo comunista.

Desde luego que mi crítica a aventados irresponsables como Sean Penn no significa que crea que los actores deben prescindir de hacer política. Todo lo contrario, estoy firmemente convencido que la participación en el debate público, en la vida cívica, es una obligación moral de la que nadie debe sentirse exonerado, sobre todo si no está contento con la sociedad y el mundo en el que vive. Y creo que esta obligación es tanto mayor cuando un ciudadano—como es el caso de los cineastas en cuestión—es más conocido y tiene por lo tanto mayores posibilidades de llegar a un amplio público. Pero, por ello mismo, es indispensable que esta participación esté fundada en un conocimiento serio de los asuntos sobre los que opina.

A este respecto quisiera citar la respuesta que otro norteamericano, éste sí bien informado y honesto, el escritor Don Winslow, dio al artículo de Sean Penn. Su texto puede ser consultado en la página web *Deadline.com*. Winslow, que desde hace veinte años investiga los cárteles de la droga mexicanos y ha publicado un libro premiado sobre este tema, *The Cartel*, recuerda a todos los periodistas que han sido mutilados y asesinados por haber investigado sobre el Chapo Guzmán. Y se sorprende de que Sean Penn no preguntara al capo por qué, luego de su primera escapada de la cárcel, en 2001, desató esa “guerra de conquista” para desplazar a otros cárteles que causó más de cien mil asesinatos. Otras preguntas que Sean Penn no hizo: cuántos millones de dólares ha gastado el Chapo comprando jueces, políticos y policías, la razón por la que decidió firmar un acuerdo de colaboración con la organización sádica y homicida de los Zetas, y por qué aceptaba que sus sirvientes le llevaran niñas púberes a su celda en los periodos que pasó en prisión. También lamenta Winslow, entre otras cosas, que Sean Penn no formulara una sola pregunta al Chapo Guzmán, en las siete horas de diálogo con él, sobre las 35 personas (12 mujeres entre ellas) que hizo asesinar, acusándolas de trabajar para los Zetas, antes de hacer las paces con esta terrorífica banda.

Las razones por las que Sean Penn no preguntara nada incómodo al Chapo Guzmán nosotros las sabemos de sobra: él fue a entrevistarlo con las respuestas del asesino ya fabricadas por su propia frivolidad o cinismo: presentarlo como la víctima de un sistema (un héroe, en cierta forma) económico y político que sus admirados Fidel Castro y Chávez han comenzado a liquidar. Y apuntalar con ello su bien ganada fama de “progresista”, además de actor famoso y millonario.

Derechos mundiales de prensa en todas las lenguas reservados a Ediciones EL PAÍS, S.L., 2016.

© Mario Vargas Llosa, 2016.



Seixanta anys de fotoperiodisme

La disciplina que avui coneixem com a fotoperiodisme neix a mitjan segle XIX a la Guerra de Crimea, evoluciona durant la Guerra de Secessió als Estats Units i es consolida en la Guerra civil espanyola; des de llavors, destacats professionals han informat de conflictes a tot el món amb les imatges que hi han captat, algunes de les quals han transcendit la funció comunicativa i s'han convertit en icones

TEXT **FRANCISCO R. PASTORIZA**

La introducció de la fotografia a la premsa va canviar la visió del món i de la informació i va introduir una nova dimensió en el periodisme. La seva importància va anar creixent al llarg del segle XX al ritme imposat pels esdeveniments i per l'evolució dels mitjans. Un llibre, *The Gold Medals. Los grandes premios internacionales del fotoperiodismo* (Lunwerg) recull ara les fotografies més premiades en els darrers seixanta anys en cinc grans certàmens: World Press Photo, Visa d'Or (concedit al festival anual *Visa pour l'image* de Perpinyà) i els que porten els noms de Robert Capa, Oskar Barnack i Eugene Smith. Una mi-

rada als centenars d'imatges que inclou el volum és com un viatge a la història de més de mig segle a través d'instantànies que en algun moment ens van emocionar, ens van indignar, ens van sorprendre i de vegades fins i tot ens van provocar algun somriure. El llibre inclou biografies de tots els fotògrafs premiats i comentaris sobre cadascuna de les imatges.

Els historiadors fixen el naixement del fotoperiodisme a la guerra de Crimea de 1854-55, quan el britànic Roger Fenton s'hi va traslladar per documentar amb imatges reals l'evolució del conflicte. Després, durant la guerra de secessió nord-americana, ja els fotògrafs treballaven amb un cert sentit informatiu sobre la marxa de la guerra. La voluntat d'explicar estava ja present en aquestes fotografies, tot i que aquest «explicar» no fos periodístic, almenys tal com utilitzem actualment aquest terme. Posteriorment, el fotògraf de premsa va aportar noves dimensions a la seva tasca, implicant-se en les

escenes que retratava i introduint fins i tot una mirada artística en la seva feina.

El fotoperiodisme professional modern, molt similar al que actualment coneixem, va néixer a la guerra civil espanyola amb les instantànies de fotògrafs estrangers com Robert Capa i David Seymour, i d'altres de locals, com Agustí Centelles, Alfonso o Santos Yubero. La disciplina es va consolidar definitivament durant els següents conflictes bèl·lics: la Segona Guerra Mundial i la guerra de Corea, i va adquirir categoria de gènere a la guerra del Vietnam. *The Gold Medals* fa aquest itinerari en el temps mantenint un ordre cronològic invers (la fotografia que obre la publicació és *Jon and Alex*, de Mads Nissen, l'últim premi World Press Photo) i dedica cada capítol a una dècada, des del 1955 fins el 2015.

UNA DÈCADA DRAMÀTICA

Els anys que van del 1955 al 1965 van ser per al fo-



R



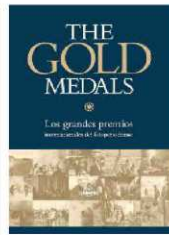
toperiodisme la consolidació d'un gènere en el qual encara l'important era explicar la veritat abans que obtenir un benefici econòmic. En els últims anys d'aquell període, l'esdeveniment que ocupava les portades dels diaris i les revistes va començar a ser la guerra del Vietnam i les seves seqüeles, com la immolació dels monjos budistes (aquí hi ha la dramàtica fotografia de Malcolm W. Browne). Fotògrafs com Horst Faas, Howard Sochurek i Larry Burrows van obtenir alguns dels grans premis amb les seves instantànies sobre el conflicte.

Però també va ser la dècada de la guerra d'Indoxina, en la qual va morir Robert Capa, de les manifestacions antiracistes dels Estats Units (en les quals va destacar la feina de Douglas Martin) o del conflicte turcoxipriota que va cobrir, entre d'altres, Don McCullin. I, tot i no pertànyer a cap guerra, hi ha en el llibre dues fotografies preses en dos esdeveniments esportius que resulten veritablement dramàtiques: la d'un accident de moto i la d'un partit de futbol sota una pluja torrencial.

1965-1974; VIETNAM

Tot i que les primeres fotografies de la guerra del Vietnam van començar a publicar-se durant la dècada anterior, va ser en la de 1965-74 en la que va proporcionar les seves imatges més dramàtiques que van mostrar al món la crueltat d'aquell conflicte. Al Vietnam els fotoperiodistes van aconseguir durant els primers anys una inèdita proximitat a la primera línia de combat, el que els va proporcionar la possibilitat de realitzar fotografies d'autor amb un punt de vista molt personal. Això va contribuir a informar millor a la societat sobre la gravetat de la guerra i al naixement d'una consciència crítica internacional sobre el conflicte.

La forta competència entre els mitjans generava a més una insaciable demanda de fotografies, cadascuna més dramàtica i violenta, contribuint a la progressiva banalització de la guerra i a la indiferència com a efecte hipnòtic. Els setmanaris d'informació general (*Time*, *Newsweek*) eren els més sol·licitats pels lectors, que apreciaven sobretot les seves fotografies en color, que en aquells anys s'imposaria definitivament al blanc i negre. En aquest llibre es reproduïxen algunes d'aquelles fo-



FOTOS:

► Sobre aquestes línies, la portada del llibre.

1. Intent de cop d'Estat a Espanya el 23-F del 1981. MANUEL PÉREZ BARRIOPE德罗
2. Immolació d'un monjo budista vietnamita (1963). MALCOLM W. BROWNE
3. La tragèdia de l'accident de Bhopal, a l'Índia (1984). PABLO BARTHOLOMEW
4. La nena del napalm (Vietnam, 1972). NICK UT
5. Cop d'Estat contra Salvador Allende a Xile, l'any 1973. ORLANDO LAGOS
6. De cam i acer (Pequín, 1989). CHARLIE COLE
7. Invasió de Praga pels tancs soviètics (1968) KOUDELKA
8. Guerra de Cambodja (1966). KIOCHI SAWADA
9. Conflicte d'Irlanda del Nord (1972). GILLES PERESS

tografies, entre elles les que es van convertir en icones, com *La nena del napalm*, de Nick Ut, o la d'Eddie Adams que mostra un general sud-vietnamita assassinant un presoner del Vietnam.

Però en aquesta dècada també van ocórrer altres esdeveniments que els fotoperiodistes van registrar per a la posteritat, com el cop d'estat de Pinochet contra Allende a Xile (Orlando Lagos), la guerra de Cambodja (Kyoichi Sawada), la invasió de Praga pels tancs soviètics (Koudelka) o el dramàtic desastre ambiental de Minamata recollit per Eugene Smith.

DÈCADES DE GUERRES I TRAGÈDIES

Diu Christian Caujolle en la introducció al capítol corresponent a la dècada 1975-1984 que en aquests anys el fotoperiodisme conjugava el documental, la literatura i la funcionalitat. Va ser llavors quan es va començar a valorar la fotografia també per la seva qualitat i no únicament per la importància de l'esdeveniment que recollia. El conflicte d'Irlanda del Nord (Gilles Peress), la tragèdia de

l'accident de Bhopal (Pau Bartholomew), el naixement del sindicat Solidaritat a Polònia (Rudy Frey), les matances als camps de refugiats palestins de Sabra i Chatila (Robin Mayer), l'intent de cop d'estat del 23-F a Espanya (Manuel Pérez Barriopedro), la revolució iraniana de 1978- 79... continuen impressionant encara després de tants anys.

Des del 1985 fins al 1994, les fotografies es van centrar en esdeveniments que sacsejaren el món, com la revolta de Tiananmen, a la Xina, que va generar una altra icona fotogràfica per al segle XX, *De cam i acer*, en la qual Charlie Cole mostrava a un manifestant enfrontant-se a un tanc. Però sens dubte van ser la caiguda del mur de Berlín i els conflictes que va comportar, fins arribar a les revolucions de l'Europa de l'Est i la guerra a Iugoslàvia, els esdeveniments que van protagonitzar aquesta dècada, les imatges dels quals fotògrafs com James Nachtwey, Larry Towell o Christopher Morris van deixar per a la posteritat.

El nou mil·lenni va portar amb ell noves guerres com les de l'Iraq, l'Afganistan i Txetxènia. Els fotoperiodistes van canviar els seus mètodes de treball amb l'arribada de la revolució digital i amb l'exigència dels exèrcits perquè s'integrassin com a «encastats» (*embedded*) en les seves files, i poder d'aquesta manera controlar millor la seva feina. Internet va canviar també la manera com el públic consumeix i interactua amb el fotoperiodisme, amb l'aparició de la iniciativa ciutadana que pren i distribueix les seves fotografies a través de telèfons mòbils i tauletes. El fotoperiodisme, escriu aquí Mònica Allende, ha canviat més en aquesta dècada que en tot el segle precedent.

Del 2005 al 2014 s'ha produït un augment exponencial del flux d'imatges a tot el món i han canviat profundament tant la forma de distribuir-les com el treball dels fotoperiodistes. El Photoshop i la facilitat d'alterar les imatges a través de mètodes diversos han posat en dubte la veracitat d'algunes de les instantànies més celebrades. En aquest sentit, els jurats dels premis s'han constituït en la millor garantia de l'autenticitat de les fotografies, perquè les analitzen minuciosament abans de decidir quines són les millors. I per això aquest és un altre dels grans valors d'aquest llibre. ►





El titular del artículo era de los que no pasan desapercibidos: *¿Por qué renunció Rajoy?* Asumía un hecho perfectamente posible, pero el 20 de enero, cuando se publicó en la página 2, era pura fabulación. El texto daba por cierta la dimisión de Mariano Rajoy como candidato de su partido a una hipotética investidura presidencial y mantenía el equívoco hasta la última línea. En el pie de página, se leía: “@jitorreblanca escribiendo desde el futuro”.

El planteamiento estilístico del artículo de José Ignacio Torreblanca, politólogo y colaborador habitual de EL PAÍS, desconcertó a varios lectores.

Uno de ellos, Carlos Laredo Verdejo, de Madrid, me escribió lo siguiente: “Leyendo EL PAÍS de hoy (página 2, *Claves*), me he sentido francamente molesto. No me parece correcto en absoluto el planteamiento del articulista, que confía en que el lector no tenga otra cosa que hacer que mirar con detenimiento e interpretar su firma. La referencia futurista debería, en mi opinión y con un criterio de seriedad y honestidad, figurar en el título. Para llamar la atención no vale todo, excepto, quizá, el día de los *Inocentes*”.

En la respuesta que me ha enviado y que resumo, José Ignacio Torreblanca defiende el derecho de los articulistas a expresarse con libertad: “Creo que los lectores de EL PAÍS son sumamente inteligentes y no solo agradecen sino que exigen un periódico que además de informarles les ayude a analizar y entender la realidad desde ángulos complementarios al informativo”, explica.

“Dentro de los límites evidentes marcados por el sentido común y el buen gusto”, añade, “entiendo que todo lo que no está expresamente prohibido está permitido y que cercenar la libertad de quienes escribimos análisis u opinión en modo alguno defendería al lector sino que contribuiría a convertir el periódico en un producto más plano y

LA DEFENSORA DEL LECTOR Lola Galán

Política-ficción

Desconcierto por una columna que daba por cierta la dimisión de Rajoy. Algunas precisiones sobre los artículos de opinión

carente de interés. En el caso concreto que nos ocupa, la pieza intentaba responder a una pregunta que todo el mundo se hace estos días (por qué el presidente se empeña en seguir cuan-

do sabe que no tiene el apoyo de la Cámara). Creo que el *recurso estilístico* hace mucho más eficaz y potente la respuesta y por eso lo elegí”.

Comparto las premisas de la

argumentación de Torreblanca respecto a la inteligencia de los lectores y a la libertad de que deben disfrutar los columnistas. El problema es que su artículo hacía pasar por cierta una res-

puesta inventada a esa pregunta que, según Torreblanca, se hace todo el mundo. Era previsible que provocara confusión. Comprendo que la broma haya molestado y desconcertado a algunos lectores.

Las quejas por la columna sobre Rajoy no son una excepción. Mi buzón de correo recibe cada vez más mensajes que cuestionan los artículos de los columnistas. Los lectores saben que no intervengo, salvo que se señalen errores u objeciones formales como en este caso. La mayor parte de las veces, cuando un lector discrepa del contenido de un artículo, responsabiliza del mismo al periódico que lo publica.

Es lo que hacía esta semana una lectora que me ha escrito un mensaje muy crítico con una tribuna de Antonio Elorza, dedicada al líder de Podemos, Pablo Iglesias. Y lo que ha ocurrido con columnas de Julio Llamazares, Félix de Azúa, Javier Cercas o Fernando Savater, por citar solo casos recientes. He pedido al jefe de Opinión, José Manuel Calvo, que explique la política del diario en este tema.

Calvo recuerda, ante todo, que el objetivo es que EL PAÍS “sea cauce de voces y puntos de vista distintos”. Y añade: “Los artículos de opinión, según el *Libro de Estilo*, responden al estilo propio del autor. En general no se retocan, salvo excepciones —el director tiene derecho de veto sobre todos los contenidos del diario— y en conversación con los autores”. Calvo se pregunta: “¿Se pueden imponer normas rígidas a colaboradores y columnistas? Creo que no. Llevando el argumento al límite, siempre me gustó lo que hace años escribió el primer Defensor del Lector de *The New York Times*, Daniel Okrent: ‘Las páginas de Opinión son páginas de Opinión, y la expresión *página de Opinión equilibrada* es un oxímoron”.

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



Leila Alaoui, fotógrafa de la gente invisible

La artista fue asesinada por Al Qaeda en Burkina Faso

FRANCISCO PEREGIL

La fotógrafa franco-marroquí Leila Alaoui era una de esas artistas que se empeñan en retratar a la gente invisible, la que nunca aparece en los medios. Hace varios años decidió recorrer Marruecos para llegar a los lugares más recónditos. Logró plasmar la dignidad y el orgullo que emanan de personas olvidadas por los medios, el poder y el resto de la sociedad. De ese viaje, que ella consideraba todavía inacabado, nació uno de sus más célebres trabajos, *Los marroquíes*.

Tenía una brillante carrera a sus espaldas. Hija de un empresario marroquí y de una fotógrafa francesa, Alaoui nació hace 33 años en París y vivió su infancia en Marrakech. Estudió fotografía en la Universidad de Nueva York y vivía entre París, Marrakech y Beirut. Colaboró con *The New York Times* y la revista *Vogue* y había expuesto en el Instituto del Mundo Árabe, de París, en Dubai, Sevilla, Buenos Aires... Amnistía Internacional le encargó un reportaje fotográfico centrado en los derechos de las mujeres en Burkina Faso. Se encontraba el viernes 15 de enero en el café Capuccino, de la capital Uagadugú junto a su conductor, Mahamadi Ouédraog, cuando la locura del terrorismo islamista irrumpió en su vida.

En el momento en que Leila conversaba por teléfono con su madre aparecieron varios terroristas de Al Qaeda en el Magreb (AQMI), dispararon contra ella y su conductor y continuaron hacia el hotel Splendid, que se en-



La fotógrafa franco-marroquí Leila Alaoui. / AFP

contraba en frente. Murieron 30 personas en el ataque. Entre ellos, su chófer, Mahamadi Ouédraog, padre de cuatro hijos.

A Leila Alaoui le alcanzaron cinco balas, en el pulmón, el abdomen, el brazo, la pierna y el riñón. Sucumbió el lunes por la noche a sus heridas. Las redes sociales se llenaron de mensajes de condolencia. Desde Francia, el escritor franco-marroquí Tahar Ben Jelloun escribió: "Ni su talento, ni su inteligencia, ni su sensibilidad, ni su belleza la han protegido. Leila Alaoui, una artista apasionada que sabía descubrir lo real detrás de la apariencia, mostrar el esplendor de un cuerpo detrás del velo de los prejuicios (...), ha sido víctima de la brutalidad salvaje en un momen-

to en el que nadie lo esperaba".

La calidad de su trabajo puede apreciarse en su blog. Para presentar su trabajo, *Los marroquíes*, escribió: "Los fotógrafos utilizan a menudo Marruecos como marco para fotografiar a los occidentales, para darles una impresión de *glamour*, mientras relegan a la gente local a una imagen rústica y de folclore, perpetuando así la mirada condescendiente del orientalismo. Yo he tratado de contrarrestar esa mirada adoptando en mis retratos técnicas de estudio análogas a las del fotógrafo Richard Avedon en su serie *In the American West*, que muestran a las personas con gran autonomía y elegancia, y reflejan el orgullo y la dignidad de cada individuo".



CARTA DOMINICAL

Joan Josep Omella



Patró de periodistes i comunicadors

Se celebra aquest diumenge la festivitat de Sant Francesc de Sales, patró de periodistes i comunicadors. La seva fina intuïció el va fer un avançat al seu temps, posant en marxa les xarxes socials del segle XVII. La seva predicació de masses es va veure impossibilitada pels efectes de la Reforma i el rebuig de les comunitats protestants. La seva estratègia per donar a conèixer el seu missatge va consistir a imprimir petits pamflets i distribuir-los per sota de la porta de totes les llars. Els seus pensaments van arribar a un gran col·lectiu de persones impactant de manera individual en un circuit establert porta a porta. Aquesta autèntica revolució es va produir gràcies a l'ús d'aquell nou invent que era la impremta, apareguda uns anys abans. Sense la tecnologia no ho hauria aconseguit.

Els temps han canviat i nous mètodes de

comunicació han emergit, i per això avui hem de plantejar-nos, com ho va fer sant Francesc de Sales, camins nous per fer arribar eficaçment l'evangeli per mitjans que siguin fàcils d'utilitzar i que aconseguixin una àmplia difusió.

El mitjà és important però el missatge és l'essència. Comunicar el misteri de Crist requereix dues habilitats comunicatives: expressar-se des de l'autenticitat de cadascú i disposar d'un espai adequat per fer ressonar la Bona Nova. Com anunciar la Paraula i fer-ho amb tot el seu significat? Com encarnar en el llenguatge i en la narració el missatge de l'Evangeli perquè provoqui una transformació en cada

un dels receptors? Com aconseguir que aquest missatge arribi a qui ho necessita i a qui cerca una paraula d'ajuda o de consol?

A vegades es pot escriure un gran tractat, a vegades n'hi ha prou amb una comunicació directa amb els comunicadors o periodistes per poder compartir en uns minuts d'interacció el que és essencial del missatge en un article, un contingut al web, una piulada, un espai radiofònic, un vídeo a Youtube...

Comunicar el misteri de Crist requereix dues habilitats: expressar-se des de l'autenticitat i disposar d'un espai

com a Youtube... Crec que quan celebrem la festa del patró, hem de ressaltar l'oportunitat que ens ofereixen els mitjans de comunicació de conèixer i intercanviar punts de vista on l'Església és un actor social que interacciona per poder compartir

el que és essencial del missatge de Crist.

Ens ho deia el papa Francesc en el seu missatge a la Jornada Mundial de les Comunicacions Socials: "El repte que avui se'ns proposa és, per tant, tornar a aprendre a narrar, no simplement a produir i consumir informació. Aquesta és la direcció cap a la qual ens empenyen els potents i valuosos mitjans de comunicació contemporanis."

La nostra comunicació ha de ser autèntica, veraç, senzilla, fàcil d'entendre i portadora de la Bona Notícia. Així ho entenem i així esperem arribar a veure acomplida una divisa important per als comunicadors: que els vostres llavis expressin la veritat i els vostres cors es facin paraula. Neix llavors des del cor el significat profund i vital de la comunicació que ens uneix, de la informació que ens ajuda, de la fe que s'encén en una paraula oportuna i plena.



Convocada la 33ª edición de los Ortega y Gasset

EL PAÍS, Madrid

Los premios Ortega y Gasset de Periodismo que convoca EL PAÍS llegan este año a su trigésimo tercera edición. Los galardones, los más prestigiosos del periodismo en español, se renuevan coincidiendo con el 40º aniversario de EL PAÍS. Se entregarán galardones al Mejor trabajo multimedia, Mejor texto periodístico, Mejor trabajo de fotoperiodismo y a la Mejor trayectoria profesional. Además, la ceremonia contará cada año con un país invitado del que procederá el ponente principal.

Las candidaturas deben presentarse antes del 14 de marzo. Toda la información puede consultarse en www.premiosortegaygasset.com.

La categoría de Mejor texto periodístico premia el mejor texto publicado en 2015, originariamente en español, en un medio de comunicación impreso o digital.

La categoría de Mejor trabajo multimedia reconoce el mejor trabajo en 2015, originariamente en español y en formato multimedia, en cualquier medio de comunicación digital. La categoría incluye todos los trabajos publicados en un medio digital que combinen diferentes narrativas y/o elementos, tales como texto, imagen, video, infografías...

Fotos y trayectoria

El premio al Mejor trabajo de fotoperiodismo se entregará a la mejor fotografía publicada en 2015 en un medio de comunicación impreso o digital. El año pasado recayó en José Palazón, director de la ONG Prodein, que tomó la instantánea de la valla de Melilla en la que aparecen unos inmigrantes subidos a ella y una pareja jugando al golf.

La categoría de Mejor trayectoria profesional premia la mejor carrera periodística en atención a los méritos profesionales logrados por los participantes. El año pasado lo obtuvo el venezolano Teodoro Pektokoff, fundador del diario *Tal Cual*.

En 2015 también resultaron ganadores Gerardo Reyes y su equipo de Univisión en la categoría de periodismo digital por una investigación que reveló que el crimen organizado ha convertido la minería ilegal en una fuente de ingresos tan importante como la droga en América Latina. Pedro Simón y Alberto di Lolli, de *El Mundo*, obtuvieron el galardón de mejor trabajo de periodismo impreso por una serie de reportajes sobre el despilfarro del dinero público.

Cada premio tiene una dotación de 15.000 euros y los ganadores reciben una obra de Chillida concebida especialmente para estos galardones.



FÚTBOL

La guerra de los 90 segundos

SEERVIMEDIA / ABC MADRID

La Liga de Fútbol Profesional ha decidido impugnar la resolución de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) que permite a las cadenas emitir resúmenes de hasta 90 segundos por partido. La patronal de clubes anuncia en un comunicado que «determinados pronunciamientos de la resolución no son conformes a Derecho» y, por ello, ha «instado las oportunas acciones judiciales para su impugnación».

La clave del conflicto es la interpretación de la norma. Según La Liga, los 90 segundos deberían contabilizarse por jornada, no por partido. Sin embargo, en su resolución del 14 de enero, la CNMC dio la razón a Mediaset, que protestó contra esta interpretación de la Ley Audiovisual.

A expensas del resultado final de la impugnación, la Liga recuerda a

las televisiones que, en virtud del pronunciamiento del supervisor, los resúmenes de cada partido solo se podrán emitir un máximo de dos veces en un plazo de 24 horas desde la finalización del encuentro. Asimismo, avisa de que la resolución insta al Ministerio de Industria, a través de la Dirección de Telecomunicaciones, a «investigar y analizar si la naturaleza y características de todos los programas en los que se emitan los breves resúmenes» son del carácter informativo que prevé la Ley Audiovisual.

En TVE entretando, viggilan la jugada para determinar en qué medida les puede perjudicar, como cadena propietaria de los derechos de emisión de los resúmenes que adquirió a La Liga. Su exclusividad puede quedar muy dañada si sus competidoras pueden emitir 90 segundos por partido, y no por jornada.



TIME WARNER

DEMASIADAS DIVISIONES

JENNIFER SABA

La fragmentación de Time Warner ha ido suficientemente lejos. El director general, Jeffe Bewkes, ha desmantelado el consorcio de medios, separando AOL, Time Warner Cable y Time Inc. La cuestión es cuándo volverá Times Warner a atraer pretendientes. Nada le parece sagrado a Bewkes, que acaba de ampliar su contrato hasta 2020. El desmembramiento de la empresa desde 2008 ayudó a alcanzar una rentabilidad para los accionistas del 143% hasta el 31 de diciembre.

Hay razones para creer que Time Warner no está obteniendo todo el valor de lo que tiene. Pero segmentar otra parte tal vez no merezca la pena. Un ejemplo es HBO, la joya de la corona. La cadena de televisión generará un Ebitda de 2.100 millones de dólares este año. Si valoramos la actividad de HBO a un múltiplo de 15, por encima de rivales como Starz y CBS pero por debajo de Netflix, que crece más deprisa; el valor sería de 32.000 millones.

Los canales de Turner, entre ellos CNN y TBS, que dependen de los mercados publicitarios, son más similares a Discovery y Scripps. Redondeando, cotizan a un múltiplo de ocho veces el Ebitda previsto para este año, lo que daría a la filial un valor de 37.000 millones. Y el estudio Warner Bros, si se valorase como Twenty-First Century Fox y CBS, a nueve veces el Ebitda, rondaría los 17.000 millones.

VALOR TOTAL

Sumándolo todo, Time Warner valdría unos 86.000 millones. Si restamos 21.000 millones de deuda, el capital se situaría en 65.000 millones, menos de un quinto por encima de la actual capitalización bursátil de la empresa. No es un beneficio como para compensar las complicaciones y los gastos que supone una segregación o la pérdida de una posición negociadora más fuerte de Time Warner con los operadores de cable.

Una hipótesis lucrativa sería encontrar a alguien que lo compre todo. Verizon y AT&T tienen interés en adquirir productores de contenido. Las ambiciones del jefe de Comcast, Brian Roberts, tampoco son un secreto. Fox, la cadena de Rupert Murdoch, se acercó a Time Warner en 2014 y es fácil que vuelva. Lo que tiene que hacer Time Warner no es menguar, sino crecer.



OBITUARIO

Paquita Chinchilla Mercader |

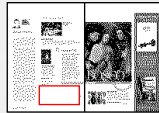
Adiós a una pionera y madre de una saga de fotógrafos

Ayer falleció a los 91 años Paquita Chinchilla. Su apellido va ligado a la ciudad como la emblemática firma Chinchilla, saga de fotógrafos que inició su padre Gerardo Chinchilla en 1913. Casada con Ramon Segú, es hija, esposa y madre de fotógrafos. Su mérito es que fue pionera de la fotografía en los años finales de la década de 1930 y siguió con su labor profesional en donde do-

minó todas las técnicas de este arte. En el estudio de Tarragona realizó fotos de gran calidad a numerosas familias y personajes de la época. De su mano salió el mejor retoque fotográfico, laboratorio en blanco y negro, y el coloreado de fotografías tanto de retrato como de paisaje cuando no se había inventado el color. En este oficio de la fotografía no se entendía en aquella época una mu-



jer fotógrafa, ella fue una pionera, una artista que con su mirada fotográfica resaltó todas las excelencias y virtudes de quienes posaron para ella. -**H. MARTÍNEZ-BALLESTEROS SEGÚ**



Centelles en guerra

La Fundació Vila Casas presenta una colección de imágenes del fotoperiodista Agustí Centelles (El Grau de Valencia, 1909-Barcelona, 1985) que muestran a protagonistas de la guerra civil española, como las milicianas fotografiadas en Tardienta (Huesca).

RETRATOS DE GUERRA EN EL ESPAI ART L'ABADIA DE SANT JOAN DE LES ABADESSES (GIRONA),
HASTA EL 21 DE FEBRERO



CATALUNYALLIBERTAT

El vestit del poder

VESTUARI • Un tipus d'indumentària dona molts missatges de la personalitat i en el cas del polític ha de ser, a més, coherent amb la seva ideologia **SEXISME** • S'ha de diferenciar la crítica a l'estètica amb els insults masculistes, que s'han focalitzat cap a les diputades de la CUP **PROVOCAR O ARRISCAR** • Els experts en assessoria d'imatge defensen atreviment en les dones

Gemma Busquets
BARCELONA

En el ple d'investidura de Carles Puigdemont, la diputada de la CUP Anna Gabriel portava una doble samarreta amb missatge: el del lema feminista de l'Exèrcit Zapatista d'Alliberament Nacional (EZLN): "Cuando una mujer avanza, ningún hombre retrocede." Reivindicativa i amb intencionalitat, però també una manera molt elegant de contestar els insults masculistes que des de columnes d'opinió de diaris madrilenys i també a les xarxes socials s'havien focalitzat contra la imatge de les diputades cupaires. "S'ha de diferenciar la crítica a l'estètica i a la indumentària dels insults, com ara *lletja i flequi*, que són una manca de respecte i d'educació", diu Patricia Centeno, que es dedica a l'assessoria d'imatge de polítics i és autora del blog Política y Moda.

No és frivolitat, és missatge

Molt seguida a Twitter per les seves valoracions, Centeno defensa la importància d'una bona imatge pública en un aparador amb tanta repercussió com és el de la política. Experta en comunicació no verbal, posa èmfasi en el fet que la indumentària diu molt més que si els colors estan ben combinats: "Dóna molts missatges del polític, de la seva personalitat." I afegeix que el vestuari ha de ser "coherent amb el que es defensa verbalment". En aquest sentit, considera que la CUP "és de les formacions més coherents".

"Una altra cosa és que ens agradi o no, però això ja no és una valoració sinó una percepció més superficial", relata. Per l'experta en imatge de polítics, "la doble samarreta i el serrell tallat són trets identificatius de les dones de l'esquerra, gairebé podríem parlar d'uniforme, com per a Ciutadans ho és el fet que un home es vesteixi amb camisa blanca i una corbata ben fina".

A les dones al poder se les mira amb més lupa? Masculinitzen el seu estil? A les polítiques de la dreta se'ls examina el físic i a les de l'esquerra la imatge? Centeno no hi veu aquesta diferenciació; és més, destaca que l'esquerra "és més rica en termes d'indumentària: hi ha mil i un estils i les crítiques s'incrementen". També reclama que les dones haurien de ser més valentes "i no imitar la manera de vestir d'ells; sinó apostar per una altra op-



Anna Gabriel i Inés Arrimadas. A baix, el periodista i exdiputat de la CUP Antonio Baños, i el líder de Ciutadans, Albert Rivera, amb dos estils diferents. Segons l'experta Patricia Centeno, la crítica de vestir s'ha de poder fer tant a homes com a dones ■ TONI ALBIR (EFE) / ACN / KIKO HUESCA (EFE)

ció, defensar una estètica més femenina". "Encara que porti crítiques, és el moment de trencar." Sobre la pressió a les dones polítiques, diu: "Ens xoca perquè venim d'una societat patriarcal i masculista."

No hi ha masculisme quan la crítica es fa tant a la faldilla d'una consellera com als cabells del president

La periodista i codirectora del Master de Gènere i Comunicació de la UAB, Isabel Muntané, considera que "el fet de ser dona ha marcat aquests insults i també el fet de representar una nova manera de fer política i d'haver triomfat electoral-

ment", i menciona el perfil d'Ada Colau, alcaldessa de Barcelona, i el de les diputades de la CUP. Isabel Muntané afegeix que "s'ataca una determinada imatge que no respon als paràmetres de sexualització de la societat patriarcal; no encaixa amb les etiquetes de jove, prima, sexy". I conclou que "no se'ls ataca ideològicament perquè seria un tracte d'igual; si dialogues amb la dona la situes en el mateix pla d'igualtat i amb l'insult la mantens en una esfera de submissió".

Patricia Centeno, que en el seu blog es defineix com a "esteta convençuda i en la imperfecció reconeix l'autèntica bellesa", veu el límit de la crítica, precisament, en aquest pla d'igualtat: "Si pots criticar el tall de la faldilla d'una consellera i la ca-

Masculinitzar la dona quan arriba al poder Margaret Thatcher, tot i els collarets de perles i els vestits que duia, tenia trets molt masculins. Angela Merkel també s'ha protegit darrere l'uniforme de jaqueta i pantaló.

40-60

segons és el temps que fa falta perquè una persona es formi una opinió d'una altra només amb la imatge.

mis oberta del diputat, que li sobresurten els pèls del pit, no és masculisme." Les valoracions sobre la imatge pública dels polítics, que Patricia Centeno escriu amb fina ironia, sempre han de tenir el respecte com a màxima, recorda l'experta, que assessora diferents polítics; no en revela cap nom "no per secret contractual, sinó que, si ells no ho fan públic, jo no ho de dir".

La paròdia política es basa en aquesta imatge pública, "engrandeix algun dels trets" i si al polític no li agrada "l'últim cas és el d'Inés Arrimadas—has de canviar-ho, no criticar-ho". Patricia Centeno recorda que el cas d'Arrimadas té l'equivalència amb Pedro Sánchez: "El presenten molt guapo però no aporta res, no hi ha contingut." ■

**CARLOS
HERRERA****Periodista.** El fichaje más sonado de la radio española, que ha brindado 949.000 oyentes al matinal de la Cope, ha cumplido 100 emisiones en su nueva emisora, tras 20 años de «buena relación». Fuera de micrófono, el locutor reconoce que se considera «muy bien pagado», a pesar de que el despertador de su móvil suena cada madrugada a las 03.46 horas

«MI IDEA ES SALIR EN TRES AÑOS DE LA PRIMERA LÍNEA DE FUEGO»

EDUARDO FERNÁNDEZ MADRID

Carlos Herrera responde al teléfono en el AVE desde Madrid. Mentalmente, ya ha llegado a su Sevilla, donde le esperan unas verdinas y un bacalao por elaborar. La pasada semana, el periodista cumplió 100 programas en la mañana de Cope, a la que ha dotado de 949.000 nuevos oyentes según el último Estudio General de Medios (EGM), del que, ni por ésas, le agrada la receta: «Si-gio pensando que es mucho más fiable el método televisivo que el EGM, al ser un método basado en el recuerdo [mediante entrevistas telefónicas]. El EGM es más impreciso. Es evidente que cuando a mí me dan unos resultados como éstos, tengo que pensar que podría hacer más», expone el periodista a EL MUNDO, después de conducir una emisión en la capital. Sus jefes en la cadena de la Conferencia Episcopal, puestos a creer, confían en que el primer puesto de la radio española queda al alcance de Herrera en Cope.

– Hoy por hoy, ¿eso es imposible?

– La Ser hace excelentes programas, pero a mí me han contratado para que aspire al liderazgo. Tengo que aspirar al liderazgo. Por eso peleo. Un profesor me decía: 'Si vas a por el 10 y sacas un 5, te donaré; ahora bien, si sacas un 5 habiendo ido a por el 5, te corto la cabeza'. Yo voy a por el 10.

– ¿949.000 se entiende como el 10?

– Ha sido una sorpresa que no contemplaba.

El sector sí esperaba su incorporación a Cope, emisora con la que guarda sintonía. «Desde que me fui de allí en el 95, he mantenido muy buena relación. En aquel momento, Antonio Herrero se expandió por la mañana y yo no tenía lugar ni sitio», recuerda. Marchó entonces a Canal Sur. Pasó luego por RNE. Llegó a Onda Cero en los primeros dos meses. Esta temporada se abrió el fichaje por Cope, un rumor que tomaba forma cada uno de los últimos veranos. Herrera se había decidido por fin «en torno a mayo o junio, antes de ir al Camino de Santiago». Las razones, insiste, no se encuentran en los billetes: «Cuando yo recibí la oferta de Cope, les enseñé el contrato que tenía en Onda Cero para que vieran lo que tenían que cubrir, ni un solo euro más».

– ¿Ahí se reflejaban al menos seis millones por temporada?



SERGIO ENRÍQUEZ-NISTAL

«SIGO PENSANDO QUE ES MUCHO MÁS FIABLE EL MÉTODO TELEVISIVO QUE EL EGM, BASADO EN EL RECUERDO»

¿COBRA MÁS DE SEIS MILLONES POR TEMPORADA? «ESO ES LO QUE VALE LA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA»

– Eso es lo que vale la producción de un programa, y no es ni siquiera eso. Como idea es magnífica. Sugiero que tomen nota, ya que el comentario está en los medios. Una cosa es lo que vale un programa que tiene decenas de colabora-

dores, gastos de producción, etcétera, y otra cosa es lo que uno gana. Estoy muy bien pagado, pero sólo si mi empresa gana dinero.

Atrás dejó a Onda Cero y su nuevo matinal, *Más de uno*. «Carlos Alsina tiene una capacidad de análisis prodigiosa. Es un orfebre del análisis, un artista. Le envidio esa capacidad para desmenuzar, para servirte un pollo trinchado que sólo tienes que pincharlo y comértelo», reconoce el locutor de Cope.

Les unen, entre tantos otros motivos, los madrugones. A las 03.46 horas, suena el despertador de Herrera en el teléfono móvil, *modo avión*. «Alguna vez», ha entrado en directo desde casa, antes de salir al estudio de Cope en Sevilla, «a ocho minutos» de su domicilio. Las direcciones, las tiene claras: «Cope es como la Ser, tiene una línea ideológica más continuada», afirma.

«COPE ES COMO LA SER. TIENE UNA LÍNEA IDEOLÓGICA MÁS CONTINUADA», DICE EL PERIODISTA TRAS SU FICHAJE

«CARLOS ALSINA TIENE UNA CAPACIDAD DE ANÁLISIS PRODIGIOSA. ES UN ORFEBRE, UN ARTISTA. LE ENVIDIO ESA CAPACIDAD»

– ¿Posicionarse ideológicamente resta credibilidad o suma oyentes?

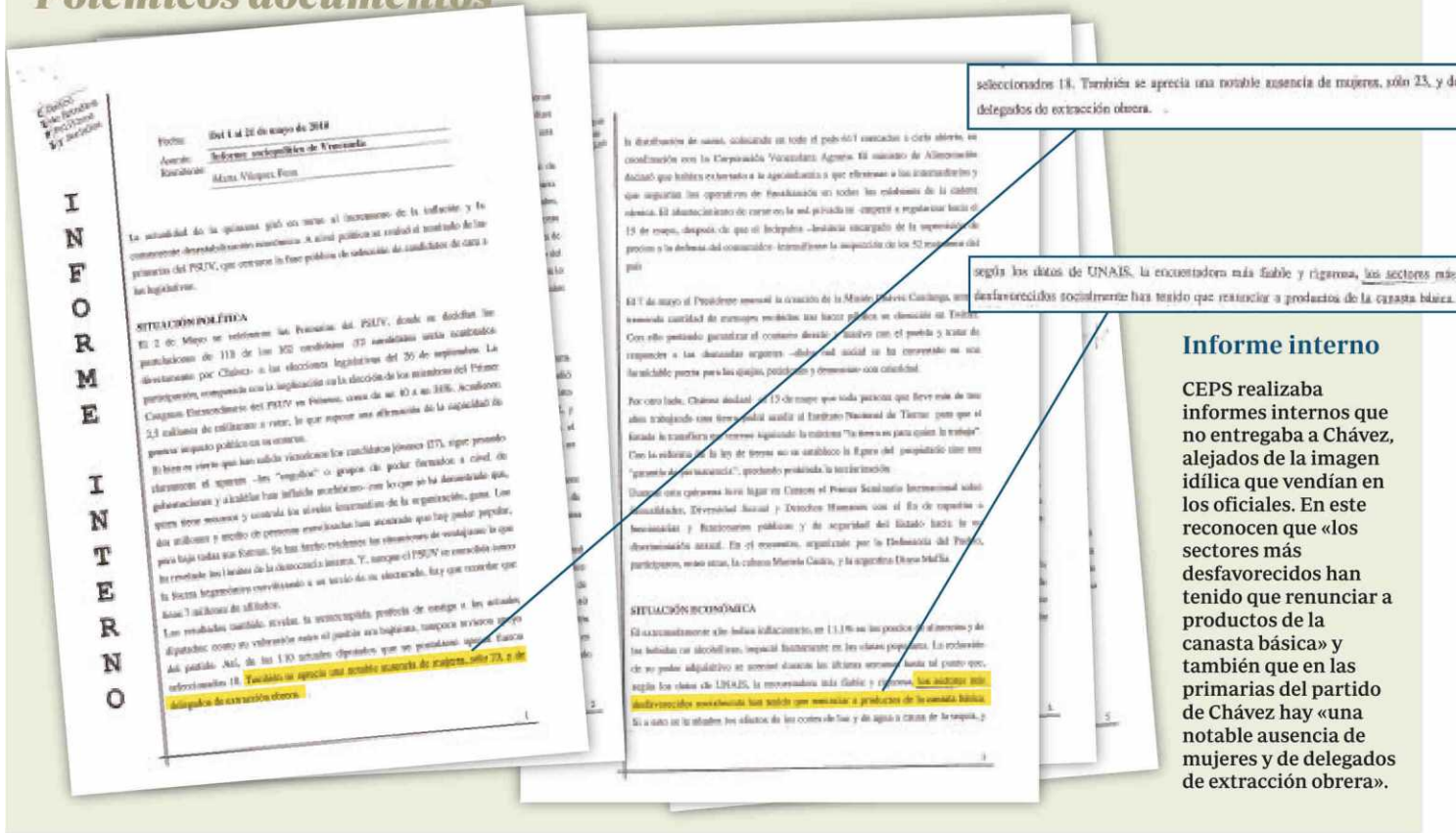
– En asuntos elementales, no planteo muchas dudas. Mi posición contra el terrorismo, por la unidad de España... son cuestiones en las que tengo un discurso poco dubitativo.

En todo lo demás, las cosas son negociables. Un programa de radio no es tanto lo que piense el que lo conduce, aunque yo haga editoriales.

En la Cope estará tres años, prorrogables. «Me pondría en 61. En principio, mi idea es que dentro de esos tres años salga de la primera línea de fuego de la radio. Puedo seguir colaborando con la radio, escribiendo...». Lazos familiares tiran de Herrera desde Miami, donde ya trabajó hace tres lustros, en labores de consultoría. «Esa ciudad sirve de nexos perfecto entre EEUU, España e Iberoamérica, aunque hace un calor de cojones», apunta Herrera, especialmente refrigerado en el tren. Independientemente de la temperatura, tira más fuerte Sevilla –«no hay color», zanja el periodista–. «Es la Roma de nuestros días», añade. Todos los caminos del locutor de la emisora de la Conferencia Episcopal parecen llevarle allí.



Polémicos documentos



La fundación afín a Podemos asesoró a Hugo Chávez sobre encarcelar periodistas

► CEPS recomienda liberar a un informador porque «ya no va a escarmentar»

JAVIER CHICOTE
MADRID

ABC ha tenido acceso a una serie de informes escritos por la fundación afín a Podemos, CEPS, para el Gobierno de Hugo Chávez en los años 2010 y 2011. Los textos de esta ONG, a la que pertenecía toda la cúpula del partido, —empezando por Pablo Iglesias—, fueron pagados con dinero público, más de cuatro millones de euros entre 2002 y 2012, pero su único objetivo era perpetuar el chavismo y destruir a la oposición. La Fundación Centro de Estudios Políticos y Sociales (CEPS) no reconoce su autoría.

El informe con fecha 5 de septiembre de 2011 estudia el impacto que ha tenido «la detención del director del semanario "6to Poder", Leocenis García». Los consultores políticos españoles consideran que es mejor ponerlo en libertad porque «esta detención no servirá de escarmiento a alguien que ya ha pasado una temporada en

carcelado». Una vez asumido que no van a hacer escarmentar al periodista, creen más inteligente liberarlo para que no pueda «presentarse como una víctima, obteniendo una centralidad mediática y réditos políticos».

CEPS, el germen del que nacería Podemos, sostiene que la detención «deja abierto un flanco para la deslegitimación del Proceso a nivel internacional». Es decir, no hay que liberar al periodista porque no merezca estar en la cárcel, sino porque el encarcelamiento perjudica la imagen del chavismo fuera de Venezuela. En el capítulo de recomendaciones del informe, la fundación insiste en la «conveniencia de dejar en libertad al director del periódico "6to Poder"», pero matiza «sin que ello suponga en ningún caso que no tenga que afrontar las consecuencias legales de sus actividades».

Antidisturbios en las calles

CEPS relata que «la decisión, quizás poco acertada (aunque solo fuera por la proporcionalidad entre el supuesto delito y la pena impuesta), de la jueza responsable del prolongar su detención ha anulado el impacto positivo de la decisión de reabrir el periódico».

Los informes que CEPS entregaba

a Hugo Chávez están plagados de eufemismos. Es el caso del «Informe táctico» de fecha 2 de septiembre de 2011, que aborda «Reflexiones para el abordaje de expresiones callejeras de la conflictividad social». En realidad se refiere a cómo hay que reprimir las manifestaciones de la oposición.

Llama la atención de que los ideólogos de Podemos, que en España se muestran partidarios de suprimir las unidades de intervención policial, en Venezuela apostaran por los antidisturbios para disolver las manifestaciones de los opositores.

Los politólogos de CEPS consideran que «en el caso de formas extremas del conflicto en las que no quede más remedio que una intervención que reponga la autoridad del Estado, se sugiere la intervención del equipo de resolución de conflictos del Ministerio del Interior». Este lenguaje engolado y eufemístico continúa: los antidisturbios sirven para «minimizar la forma del conflicto reduciendo la magnitud del mismo». Los analistas de la ONG previeron que «en los próximos meses es previsible un incremento tanto en el número e intensidad (mayor virulencia) de las protestas en las vías públicas venezolanas, como en la percepción de su impor-

tancia». Los profesores españoles critican la «centralidad y sobrerrepresentación que se les asignará en la agenda mediática». Una de las medidas más claras y controvertidas del chavismo ha sido el control de los medios de comunicación para silenciar las voces de la oposición, como hicieron con Globovisión.

Críticas solo internas

Entre los informes entregados a Hugo Chávez por parte de CEPS, a los que ha tenido acceso ABC, también hay uno que no fue mostrado a las autoridades chavistas. Se trata del «informe interno sociopolítico de Venezuela» que analiza lo acontecido en el país hispanoamericano entre el 1 y el 21 de mayo de 2010.

Al tratarse de un informe interno, tanto el lenguaje como el contenido nada tienen que ver con los entregados a Hugo Chávez, llenos de soflamas propagandísticas y recetas para manipular la información con el objetivo de perpetuar el chavismo. En este texto, su autora incluye un epígrafe titulado «situación económica» en el que recoge las evidencias que el chavismo —y CEPS a cambio de suculentos honorarios— pretenden enmascarar: «El extremadamente alto índi-



ce inflacionario, un 11,1% en los precios de alimentos y de las bebidas no alcohólicas, impactó fuertemente en las clases populares». La analista de CEPS refleja, sin tapujos, que «los sectores más desfavorecidos socialmente han tenido que renunciar a productos de la canasta básica (la cesta de la compra en España)». La fundación izquierdista constata que «la reducción de su poder adquisitivo (el de las clases populares) se acentuó durante las últimas semanas». Es más, la ONG ligada a Podemos recoge que «si a esto se le añaden los efectos de los cortes de luz y de agua a causa de la sequía, cierto colapso de los servicios públicos –la Administración pública no es precisamente el ejemplo de eficacia...–, el escenario de las próximas legislaturas se está poniendo difícil».

«Maquinaria de Chávez»

El mismo informe, dedicado a resaltar las verdades del barquero del chavismo, pero de forma interna, sin publicidad, describe la falta de democracia existente en el PSUV, el Partido Socialista Unido de Venezuela, la organización política del chavismo, que en esa fecha, mayo de 2010, celebraba elecciones primarias.

La autora del informe de CEPS sentencia que «el PSUV, más que una maquinaria electoral en sí, parece una maquinaria de Chávez», al tiempo que critica la falta de democracia interna: «Se han hecho evidentes las situaciones de ventajismo lo que ha revelado los límites de la democracia interna». Otra crítica que reprocha al chavismo la fundación ligada a Podemos es que entre los 110 candidatos a diputados que en esa cita seleccionaba el PSUV, «se aprecia una notable ausencia de mujeres, sólo 23, y de delegados de extracción obrera».

De esos 110 candidatos, 52 los nombraba a dedo Hugo Chávez, por lo que las primarias eran un tanto arbitrarias. Esta información era exclusivamente de consumo interno para CEPS.

CEPS criticó al Rey Juan Carlos por el «¡Por qué no te callas!»

► Calificó el episodio como una «salida de tono del monarca español»

J. CH.
MADRID

Entre los informes de consultoría que la fundación CEPS, a la que ha pertenecido toda la cúpula de Podemos, realizó para el Gobierno de Hugo Chávez hay uno dedicado a analizar cómo cambiaría la política exterior española en caso de que el PP ganara las elecciones generales de noviembre de 2011, como así ocurrió. Lleva por título «La política exterior española respecto a América Latina y a Venezuela en caso de victoria electoral de la derecha» y está fechado el 17 de agosto de 2011.

Los asesores españoles de Hugo Chávez se muestran muy preocupados porque consideran que el chavismo ha estado mucho más cómodo con José Luis Rodríguez Zapatero de lo que estaría con un Mariano Rajoy que se perfilaba como ganador.

De hecho, a la política exterior socialista apenas le hacen dos reproches. El primero tiene que ver directamente con el Jefe de Estado, entonces el Rey Juan Carlos I, por el famoso episodio del «¡Por qué no te callas!» que el monarca espetó a Hugo Chávez el 10 de noviembre de 2007 en la XVII Cumbre Iberoamericana de jefes de Estado celebrada en Santiago de Chile. Para los politólogos de CEPS, este episodio fue «la difundidísima mediáticamente salida de tono del monarca español».

Nada dice el informe realizado por la ONG política afin a Podemos por los motivos por los que el Rey mandó callar a Hugo Chávez: el presidente venezolano llamó «fascista» al presidente español José María Aznar e interrumpía continuamente al entonces



Don Juan Carlos manda callar a Hugo Chávez en la Cumbre de 2007

EFE

presidente José Luis Rodríguez Zapatero, que tenía el turno de palabra. Los analistas de CEPS sostienen que este hecho «generó cierta tensión», pero se congratulan de que «la cordialidad y la normalidad marcaron las relaciones de la diplomacia española con América Latina». El otro reproche que hace la organización a la que pertenecían Pablo Iglesias e Íñigo Errejón, entre otros líderes de Podemos, a la política de Zapatero respecto a América Latina es el nombramiento de Trinidad Jiménez como ministra de Asuntos Exteriores: «Sustituyó a Moratinos en Octubre (sic) de 2010, lo que supuso una cierta derechización de la política exterior española hacia América latina (sic)». CEPS no ve con buen

Informe para Chávez Critican que la «derecha española» alimenta «mitos como el Descubrimiento de América o la Reconquista»

nos ojos que «desde que Jiménez dirige la política exterior española la colaboración entre el PSOE y el PP se ha estrechado». «Trinidad Jiménez tiene una visión del Presidente Chávez y de Cuba mucho más acorde con la del PP, lo que podría implicar un apoyo decidido a la oposición», zanján. Los analistas de esta fundación alertan de los peligros de una vuelta del PP al Gobierno de España, porque este partido tiene una política que «identifica la identidad nacional española con la empresa colonial». El informe asegura que la derecha española alimenta «mitos» como «el descubrimiento de América, la Reconquista» y «las glorias de un Imperio en el que no se ponía el Sol». Los que hoy dirigen Podemos también critican que «el 12 de octubre fuera declarado como fiesta nacional y día de la Hispanidad». Sostienen que «la posible vuelta de los conservadores al Gobierno de España podría ser muy negativa para los proyectos progresistas en la región y sus relaciones con la Unión Europea».



Orange apuesta por el fútbol como reclamo comercial para ganar clientes

Cambia hoy su creatividad para vincularla al balón, con la imagen de David Villa

Antonio Lorenzo MADRID.

Orange España estrenará hoy una campaña de publicidad que supone un hito en la historia de la compañía: por primera vez apoyará sus mensajes comerciales con la imagen de un personaje famoso. En este caso se trata del futbolista David Villa, actualmente en el New York City F. C. de la Major League Soccer estadounidense, además de campeón del mundo con la Selección Española y ex delantero centro del Valencia, Barça y Atlético de Madrid. La elección del máximo goleador de *La Roja* responde al objetivo del operador de telecomunicaciones de reforzar su identidad dentro del ámbito de los contenidos televisivos. "David Villa es una figura de reconocido prestigio entre los fans del deporte rey y muy querida por un amplio espectro de la población, aficionado o no al fútbol", recuerdan fuentes de Orange.

Además, la nueva campaña del operador llega hoy a diferentes soportes de comunicación, así como a los principales canales de televisión, con una serie de anuncios realizados por el director de cine Da-



El futbolista David Villa, en un fotograma de la campaña de publicidad que hoy estrena Orange España. EE

niel Sánchez Arévalo (responsable de títulos como *La gran familia española*, *Primos*, *Gordos*), lo que también supone una novedad en la trayectoria publicitaria de la compañía. Con el lema *La mejor conexión*, la agencia de publicidad Leo Burnett ha diseñado una ofensiva que en televisión tomará forma a través de dos spots. Uno de ellos gira en torno a la cobertura de red (fija y

móvil) de Orange con el eslogan *mejor donde tú quieras*, mientras que el otro comercial incide en la calidad de la oferta televisiva del operador, con el reclamo *mejor con mejores contenidos*.

Propuesta convergente

La propuesta de servicios de Orange aúna "acceso a Internet con fibra simétrica 300 Mb, comunica-

ciones móviles 4G+ y una oferta de contenidos de televisión, con más de 30 canales temáticos, fútbol (con Liga BBVA, Copa del Rey, *Champions League*), televisión a la carta, videoclub y ahora también con la posibilidad de acceder a los más de 4.000 episodios de series y más de 1.200 películas del servicio de suscripción Wuaki Selection", según explican fuentes del operador.

Helen Mirren, como Hedda Hopper en *Trumbo*. A la derecha, la periodista en 1940. / CORDON PRESS

Hollywood se venga de la periodista a quien más temía

Dos filmes retratan a Hedda Hopper, famosa cronista de cotilleos

IRENE CRESPO, Nueva York Inspirada por la actriz Ethel Barrymore, Hedda Hopper se compró su primer sombrero con uno de sus primeros sueldos. La atención que atrajo cuando lo estrenó le hizo darse cuenta de que le encantaba ser el centro de atención por lo que "jamás volvería a llevar la cabeza desnuda". "Su aspecto era muy importante para ella, y los sombreros eran parte del personaje que se creó", dice Helen Mirren, una de las dos actrices que la revive este año: ella en *Trumbo*, donde queda fielmente reflejadas sus malas artes, y Tilda Swinton, con un personaje paródico en *¡Ave, César!* Ambas exageran además sus rasgos para criticar a una de las mujeres más temidas de la edad dorada del cine.

En los años cuarenta y los cincuenta, más de 30 millones de personas leían sus columnas en *Los Angeles Times*, en las que podía acabar con la carrera de un actor o llevarle a la gloria. Parecía disfrutar más con lo primero. En 1944, seis años después de empezar como cronista social, dijo que sus memorias deberían titularse

Malice in Wonderland, un juego de palabras con el título del clásico de Lewis Carroll que podría traducirse como *Maldad en el País de las Maravillas*.

Nacida Elda Furry en 1885 en Hollidaysburg (Pensilvania), huyó a Nueva York con 22 años para ser actriz. Allí conoció a su marido, DeWolf Hopper, de quien tomó el apellido y por quien se cambió el nombre a Hedda para que la diferenciara de sus anteriores mujeres (Ella, Ida, Edna y Nella). Cansada de sus infidelidades y de su alcoholismo, se marchó a Hollywood, donde primero destacó por su aspecto. Como quería.

Contra gays y comunistas

Para *Virtuous Wives*, un filme de 1918, se gastó el sueldo en un vestuario tan espectacular que eclipsó a la protagonista. Así logró un contrato en MGM y un sinfín de personajes, casi siempre de mala. Harta de estar encasillada, a los 52 años decidió reinventarse con su conocimiento de tres décadas en Hollywood, su buen ojo para vestir y su lengua viperina.

Su enemistad con la otra gran columnista de sociedad del momento, Louella Parsons, fue un motivo más por el que se convirtió en alguien tan famoso como Katharine Hepburn. Pero, a diferencia de ella, Hopper utilizó sus crónicas como un método para su agenda política. En ellas señalaba a todos los que se salían de su estricta moral: homosexuales, infieles... Tuvo un papel muy activo durante la *caza de brujas* y citó a todos los comunistas que conocía, como Dalton Trumbo, el guionista cuya vida casi arruinó y cuya historia se cuenta ahora en *Trumbo*. "Era una patriota, pero también muy poderosa en un momento en el que las mujeres no tenían permitido serlo", dice Mirren. "No creo que nadie tenga más poder que el que Hedda tuvo", agrega.

Su influencia se resintió en los sesenta cuando el sistema de Hollywood cambió, pero Hedda Hopper resistió y escribió casi hasta su muerte en 1966, desde aquella mansión de Beverly Hills a la que ella misma llamaba "la casa construida por el miedo".

**DE CAP**

La correcció postpartit

La gent s'escandalitza amb les últimes agressions en el futbol (Cristiano Ronaldo, Pau López...). La solució és fàcil, crea exemplaritat i deixa petjada. Els anglesos, a final del segle XIX, van inventar el futbol, com tants altres esports, perquè en ser la primera societat industrial, es van crear excedents i l'aparició més notable i notòria de gent desvagada amb temps lliure que va cercar en l'esport gaudi, competició i millor estat físic i de salut.

Les regles han anat variant, però n'hi ha una que és vigent a Anglaterra i no a la resta del món. Aquesta norma no escrita és que no es pot fer trampes, tampoc comèdia fent veure el que no ha passat i que s'ha de ser correcte amb els adversaris, no perdre el temps de manera escandalosa simulant lesions, penals o agressions al contrari. El jutge infal·libre és el públic, que esbronca qui no es comporta honestament. Tota la tensió que hom vulgui, intensitat i brega al màxim, anar a totes, això sí, però sempre amb noblesa. Si no és així hi ha un comitè



Josep Maria Solé i Sabaté HISTORIADOR

format per exjugadors que imposen un codi de conducta, unes normes deontològiques no escrites. Veuen els partits o les jugades dubtoses *a posteriori* i determinen que el mentider, l'agressor o el que sigui al camp mereix un càstig per ser un mal exemple com a futbolista, i que per aquesta simple raó ha de ser castigat i sancionat. Aquest és el camí. Seria bo que aquestes bones pràctiques les fessin els periodistes. No només els esportius per ser mesurats i coherents amb el que passa en un camp de futbol, sinó els analistes polítics, que presumeixen de codi deontològic, de Constitució i de lleis espanyoles de tota mena —oblidant l'ombra dels tancs en ser escrites—, però que al procés català presidit per un col·lega seu, qui va ser periodista, Carles Puigdemont, no li han donat ni un dia de treva. Allò dels cent dies per jutjar un govern deu ser només vàlid per al PP i el PSOE, segons els diaris que obliden la crítica i la pluralitat, que no certifiquen informacions rebudes i que en res són exemple de bones pràctiques. Vaja, la *caverna* de sempre i algun més.

Aquesta norma no escrita és que no es poden fer trampes



elradar



El portal Ésadir ofereix consells sobre l'ús del català als mitjans. ARA

El portal d'assessorament lingüístic Ésadir compleix 10 anys

El portal d'assessorament lingüístic de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), l'Ésadir, compleix 10 anys. Per commemorar l'aniversari, la CCMA organitza avui una taula rodona a les set de la tarda a l'Institut d'Estudis Catalans. Hi participaran el cap d'assessorament lingüístic de la CCMA, Ernest Rusinés; el director audiovisual de l'ARA, Antoni Bassas; la professora del departament de filologia catalana de la Universitat de Barcelona Neus Nogué; el periodista esportiu de TV3 Bernat Soler, i la directora del programa *La vida de Catalunya* Ràdio, Sílvia Còppulo.

Abans d'aquesta xerrada, es presentarà un avançament del documental *10 de setembre de 1983: Primera emissió de TV3*, que s'emetrà avui al vespre dins l'espai *Els dies clau*, del canal 33. Aquest reportatge repas-

sa el paper dels mitjans de la CCMA en la normalització lingüística.

El portal Ésadir va néixer el 2006 amb l'objectiu d'oferir, en un únic espai, els materials elaborats al llarg dels anys pels equips d'assessorament lingüístic de les diverses empreses de la CCMA. Des del 2011, la plataforma també forma part del llibre d'estil de la CCMA.

Tot i que el seu ús s'orienta als mitjans de comunicació, el portal està a l'abast de tothom i utilitzar-lo és gratuït. Un dels seus reptes és donar respostes clares als dubtes més habituals que planteja l'ús de la llengua als mitjans, i per fer-ho ofereix exemples a cada consulta i s'actualitza constantment. El portal disposa actualment de 33.868 fitxes lingüístiques. **N.J.**



Fotografies de la Guerra Civil d'Agustí Centelles, a Sant Joan

Sant Joan de les Abadesses Fins al 21 de febrer es pot veure al Palau de l'Abadia de Sant Joan l'exposició "Agustí Centelles, retrats de guerra", amb imatges de fets dels anys de la Segona República i la Guerra Civil obtingudes per aquest reconegut pioner del fotoperiodisme. Les 40 que s'exposen a Sant Joan han estat seleccionades entre un centenar de còpies d'autor que va adquirir la Fundació Vila Casas l'any 2010, i que eren les darreres que quedaven al mercat. El fons d'Agustí Centelles (1909-1985) va ser objecte de polèmica quan els seus descendents van decidir vendre bona part del fons al Ministeri de Cultura del govern d'Espanya.





Keep calm

Jordi Creus

Gordillo



Fa uns dies, a la tertúlia d'*El matí de Catalunya Ràdio*, l'Àlex Sàlmon, delegat del diari *El Mundo* al Principat, intentava justificar (sense massa fortuna, tot sigui dit) una notícia que sortia a la portada del seu diari: el president Puigdemont havia col·locat un soci seu com a director de Catalunya Ràdio. La "notícia" l'havia avançat unes hores abans en "exclusiva" Antena 3, i ja ens permetia comprovar que el nou president (i el nou director de Catalunya Ràdio) no gaudiria dels anomenats cent dies de gràcia. En tot cas, cent hores de gràcia o, millor, cent minuts de gràcia els que van trigar a començar a disparar els líders unionistes i la premsa cavernícola.

Aquell "periodisme d'investigació" d'Antena 3, però, ometia que el director de Catalunya Ràdio no el nomena el president, sinó el consell d'administració de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i que l'empresa de projectes digitals Doble Utopia està inactiva des del 2008. Tampoc no es

Els líders unionistes i la premsa cavernícola no van trigar gens a començar a disparar pel nomenament de director de Catalunya Ràdio

feia cap menció a la llarga trajectòria professional del nou director: Saül Gordillo. No es parlava ni del seu pas per *El Punt* ni de la seva feina com a cap digital d'*El Periódico*. També amagaven que ha estat un dels principals impulsors del que avui anomenem el periodisme 2.0. I òbviament, oblidaven (quan convé tenen memòria de peix!) el pas de Gordillo per l'Agència Catalana de Notícies, de la qual va ser director entre el 2007 i el 2011. Curiosament, fins al retorn al govern de Convergència i Unió, la coalició de Puigdemont, que el va cessar.

El nou president col·loca el seu soci; Òmnium Cultural es finança gràcies al xantatge del 3% als empresaris i la CUP, Podemos i ETA teixeixen una aliança patrocinada per la Veneçuela chavista destinada a desestabilitzar Espanya. Res de nou a l'horitzó. Recorden aquella informació de fa uns mesos a *La Razón* on se'ns explicava que l'avui vicepresident Junqueras era, en realitat, un gihadista camuflat? Com a la sèrie *Homeland*, però canviant Bagdad per Sant Vicenç dels Horts. Ai, senyor!



'NTV Madrid', un nuevo canal para los municipios del norte de la región

Nace bajo el objetivo de ser independiente, cercano y plural

Agencias MADRID.

Los grandes municipios del norte de la Comunidad de Madrid cuentan desde ahora con un nuevo medio de comunicación, *NTV Madrid* (Nortevisión Madrid). Se trata de una televisión online dedicada especialmente a las localidades de Alcobendas, San Sebastián de los Reyes, Tres Cantos y Colmenar Viejo.

El nuevo medio difunde sus informaciones y reportajes televisivos a través de su página web www.nortevisionmadrid.es y despliega su actividad en las redes sociales mediante sus perfiles de Facebook, Twitter, YouTube y Google Plus.

El principal objetivo de *NTV Madrid* es crear un medio de comunicación audiovisual "independiente, cercano, moderno y plural", según informa el nuevo medio en un comunicado. El criterio informativo de la televisión online "es exclusivamente periodístico y no está influido por intereses políticos o particulares". Pretende reflejar "todas las

La cadena emite a través de Internet y desde sus perfiles en las redes sociales

sensibilidades de su ámbito de influencia, siempre con la actualidad como marco de referencia y prestando especial atención a los reportajes de índole social, cultural, histórica y deportiva". *NTV Madrid* ha estado unos meses emitiendo sus contenidos a través de las redes sociales con una amplia acogida.

Creadores

Carlos Guiñales y José Frutos son los creadores de la nueva televisión. Frutos ha trabajado durante años en Radiotelevisión Madrid, tanto en *Telemadrid* como en *Onda Madrid*, medios en los que ha desempeñado distintos puestos. También ha colaborado, entre otros medios, en *El País*, *Cadena Ser* o *Radio Nacional*. Carlos Guiñales ha desarrollado casi toda su carrera profesional en *Agencia EFE* y *Telemadrid*, donde ha sido especialista en información local y editor de *Canal Metro Madrid*.



PREMIO

Pepa Fernández recoge el Nacional de Periodismo Miguel Delibes

Pepa Fernández, directora y presentadora de «No es un día cualquiera», de RNE, ha recogido el XX Premio Nacional de Periodismo Miguel Delibes, que concede la Asociación de la Prensa de Valladolid. El jurado valoró «su constante defensa de la lengua española en los casi 17 años y más de 1.500 programas emitidos de ese espacio radiofónico durante los fines de semana».



Pepa Fernández recogió la estatua en el Teatro Calderón y la dedicó a la memoria del autor vallisoletano que da nombre al galardón. El jurado estaba compuesto por el ganador de la pasada edición, Ignacio Camacho, además de Karmentxu Marín, Mara Torres, Luis Jaramillo, Luis Miguel de Dios, Rafael Monje, Jorge Francés Martín y Beatriz Sanz.

Este premio de ámbito nacional, que convoca anualmente la Asociación de la Prensa de Valladolid (APV), es el único de nuestro periodismo especializado en la defensa del español y de su buen uso en los medios de comunicación. Fernando Lázaro Carreter, colaborador habitual de ABC durante muchos años, lo recibió en su primera edición, en 1996.



El diari 'As' llança una edició digital als EUA

El diari esportiu *As* ha aterrat als Estats Units amb una edició digital que està en marxa des de divendres. Amb l'objectiu d'arribar als 55 milions d'hispanos que viuen als EUA, aquesta nova web combinarà informació sobre les lligues europees amb el seguiment de competicions dels

EUA i de l'Amèrica Llatina. Amb motiu d'aquest nou projecte, el diari ha obert una nova delegació als Estats Units. Aquesta oficina, encapçalada per Daniel Hidalgo, té seu a Miami i hi treballaran set persones. *As* és propietat de Prisa i també té edicions a Malàisia i Singapur.



Alemania limita las invitaciones para sumarse a las redes sociales

Agencias

El Tribunal Supremo alemán ha marcado límites a las invitaciones que las redes sociales como LinkedIn o Facebook envían a los contactos de sus usuarios al considerar que esa práctica puede ser publicidad ilegítima.

Concretamente, se declaró ilegal una función de Facebook por medio de la cual, tras importar sus contactos de correo electrónico a su perfil de esa red social, un usuario envía automáticamente mensajes de invitación a unirse a esta.

Acoso publicitario

Los jueces declararon esa práctica como acoso publicitario, puesto que la publicidad por correo electrónico sólo está permitida en Alemania en caso de que el receptor se haya declarado dispuesto a recibirla.

La sentencia se produce tras una demanda de la Central de Protección del Consumidor en la que aseguraba que con los correos de invitación, Facebook intentaba atraer gente destacando sus servicios, por lo que la práctica responde a los intereses de negocios del consorcio.



Éxito del sistema publicitario de Facebook: ingresa 1.000 millones

M. S. MADRID.

Facebook Audience Network (FAN) ha supuesto un logro para los editores y anunciantes debido a que ha alcanzado unos ingresos anuales de 1.000 millones de dólares.

Según datos publicados por la compañía, la red de publicidad ha generado un buen rendimiento al aumentar por 10 el número de aplicaciones que lo han adoptado desde su lanzamiento en 2014. Por ello, la publicidad se ha convertido en uno de los principales negocios del gigante social.

En el cuarto trimestre

El servicio publicitario ha generado 250 millones de dólares en el cuarto trimestre de 2015, convirtiéndolo así en una importante fuente de ingresos. Alvin Bowles, representante de la compañía, declara que la mayoría de estos beneficios pertenecen a los editores, mientras que la parte restante corresponde a Facebook.



Dos dirigents de Democracia Nacional, imputats per coaccions al fotògraf Jordi Borràs

Granollers

Pedro Chaparro, vicepresident de Democracia Nacional, i Jorge del Valle, membre del seu servei d'ordre, hauran de declarar davant del jutjat que investiga les coaccions a Jordi Borràs, fotoperiodista vallesà, comeses presumptament durant la manifestació que la ultradreta va fer a Montjuïc el dia de la Hispanitat. En un discurs, Chaparro va qualificar Borràs de "rata" i va demanar als manifestants que si el veien li donessin un "calbot" per fer-lo marxar.



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
23/01/16	Les oliveres de Manel Armengol / El País	63	2
24/01/16	Salvador Alsius, Simona Levi i Francesc Orella, protagonistes de la nova edició dels Pessics de Vida / ElSetmanari.cat	65	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
24/01/16	No es radio / Periodistas en Español	67	1
24/01/16	L'hora del cangueli / E-notícies	68	2
24/01/16	Se lanza el proyecto 'Periodista concilia' con motivo de la celebración hoy del Día de los periodistas / PRNoticias	70	1
25/01/16	Un consell / Media.cat Observatori crític dels mitjans	71	2

Col·legi de Periodistes de Catalunya



Les oliveres de Manel Armengol

Dissabte, 23 de gener de 2016

A l'apartament de Pau Claris encara queden embalums. Roba desendregada, fotografies emmarcades i apilonades per ser carregades pels amics que l'assisteixen; pintures i moltes escultures de fusta d'olivera que Armengol ha creat. Del pati d'aquesta illa de l'Eixample arriben els crits dels nens que juguen a bàsquet a les pistes dels jesuïtes de Casp. Els sorolls de l'exterior i el silenci i el desordre dins la casa creen un ambient de naufragi. L'últim encàrrec fotogràfic que va rebre Armengol fallit el 2012 per manca de recursos del client el va portar durant dos anys a recórrer el Mediterrani fotografiant oliveres mil·lenàries. Calcula que necessitaria cinc anys més per completar el projecte, per visitar països com Líbia, Síria, Egipte, Israel o Palestina; països en conflicte on cercar aquests arbres és una iniciativa perillosa: Aquestes oliveres acostumen a estar en zones muntanyoses on hi ha extremistes. Almenys no els tomben. Abans, a les guerres, el primer que feia el conqueridor era talar les oliveres del derrotat, perquè el proveïen de l'oli que necessitaven per cuinar o pel llum, i perquè eren un símbol de continuïtat de la família. Armengol apunta que el seu declivi econòmic es precipita quan es queda sense els diners d'aquest projecte. Les imatges de les oliveres formen part del seu arxiu. Un article del 18 de gener a la revista Report.cat, del Col·legi de Periodistes, va provocar l'atenció dels mitjans de comunicació: Armengol havia d'abandonar el seu apartament i no tenia on guardar dotzenes de caixes i llibres amb el seu material fotogràfic. Finalment, l'Arxiu Nacional de Catalunya (ANC) va recollir divendres aquest patrimoni per guardar-lo fins que el seu autor el vengui. Armengol apunta que hi ha interès de l'ANC Generalitat i de l'Arxiu Fotogràfic de Barcelona Ajuntament de Barcelona per tenir-lo. Armengol admet que té pressa per vendre'l: Necessito els diners per tenir un sostre sota el qual poder viure. Armengol va explicar en una entrevista a La Vanguardia que la seva amiga Colita el renyava perquè considera que no s'ha espavilat prou per sortir de la crisi. Armengol somriu i ho confirma: Jo, com el Paco Elvira, sóc més d'evitar els problemes. La Colita, en canvi, té molta empenta. Ha col·laborat amb tothom, sempre truca a totes les portes. Tenim diferents de manera de ser. Però el que és cert és que la seva feina va ajudar-nos a elevar la cotització de les fotografies dels de la nostra època. La seva època és la dels periodistes que van començar a treballar a finals de la dècada dels 60. Armengol era redactor, corresponsal per a diversos mitjans a Badalona. La manifestació del 76 li va canviar la vida. El ressò que va obtenir la imatge dels grisos va fer que a partir d'aquell moment els mitjans li demanessin més i més fotografies, fins que va deixar de viure d'escriure. El periodisme em va ajudar a bastir el relat fotogràfic. Amb 8 o 10 imatges explicava la història. Quan treballava a Tele/eXprés utilitzava un rodets per a tres temes, 10 fotos per tema; no me'n calien més perquè sabia què volia fotografiar. Va ser corresponsal a Nova York amb Interviú o va viatjar a la Xina per il·lustrar un treball de Baltasar Porcel. Ambdues experiències van ser motiu d'una elogiada exposició el 2014. Armengol va deixar el fotoperiodisme el 1983 per culpa d'un accident de trànsit. Des d'aleshores s'ha dedicat sobretot a projectes

Audiència: 3.548.157

Ranking: 7

VPE: 17.031

Pàgina: 2

Tipologia: online

més pausats o vinculats a l'arquitectura, la natura o l'art. L'últim encàrrec que va veure la llum va ser un compendi d'art primitiu d'arreu d'Europa per a la galeria Arte y Ritual, el 2014. Armengol assegura que des del 2013 gairebé no ha venut obra seva a Barcelona. Destaca dues imatges venudes a la fira Paris Photo. El 2015 el tancament de Tagomago, la galeria que exposava la seva feina, va ser un cop dur. Des d'aleshores no ha estat contractat per a cap feina, tampoc durant aquesta setmana que el seu nom ha aparegut als mitjans de comunicació. Armengol s'ho pren amb calma, fins i tot supera el pessimisme confiant que el canvi serveixi per endegar una nova etapa.

Salvador Alsius, Simona Levi i Francesc Orella, protagonistes de la nova edició dels Pessics de Vida

Diumenge, 24 de gener de 2016

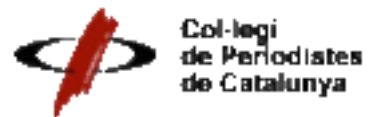
L'Ajuntament de Manresa i la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes de Catalunya organitzen conjuntament el cicle Pessics de vida, un espai de conversa amb personalitats destacades del país. Aquest primer trimestre de l'any comença el dimecres 27 de gener amb l'entrevista de la periodista de TV3, Núria Bacardit, amb el presentador de televisió i comunicòleg polifacètic, Salvador Alsius. Posteriorment, el dimecres 24 de febrer, la directora de teatre i activista, Simona Levi, dissertarà amb Xavier Domènech, director adjunt del Regió 7. Tancarà el trimestre la xerrada entre l'actor, conegut últimament per ser el protagonista de la sèrie Merlí de TVC, Francesc Orella, i el professor de filosofia Xavier Valls, el dimecres 30 de març. Tots ells mantindran una conversa íntima sobre la seva trajectòria personal i professional que tindrà lloc a la sala dactes del Centre Cultural el Casino a les 8 del vespre.

Dimecres, 27 de gener a les 20 h Entrevista a Salvador Alsius
M'he passat la vida dubtant si volia fer de periodista, de professor, de sociòleg o de res. I això encara després d'haver pensat successivament en ser bomber, capellà, farmacèutic i arquitecte. El resultat ha estat incert. Uns dirien que sóc polifacètic, uns altres més aviat que sóc un tastaolletes indecís. Però en tot cas el que no em pot negar ningú és que sempre he estat, com ho deia l'Espinàs, un home de fer feines. Lloc: Sala dactes del Centre Cultural el Casino (Pg. Pere III, 27).

Dimecres 24 de febrer a les 20 h Entrevista a Simona Levi
Sóc directora de teatre i activista. Participo dels moviments socials europeus en l'àmbit de la lliure circulació del coneixement, la cultura i la informació, la defensa d'internet i la lluita contra la corrupció. M'he implicat en els moviments pel dret a l'habitatge i ús de l'espai públic i vaig ser participant activa en el 15M des de Barcelona. Sóc coautora del llibre Tecnopolítica, internet y r-evoluciones i he coordinat també Cultura lliure digital. Lloc: Sala dactes del Centre Cultural el Casino (Pg. Pere III, 27).

Dimecres 30 de març a les 20 h Entrevista a Francesc Orella
Vaig néixer a Barcelona el 1957 i ja des de petit tenia vocació d'interpretar (o de fer comèdia). Vaig descobrir que fingir ser un altre, disfressar-me o, fins i tot, caracteritzar-me, era excitant i que interpretar era molt divertit. Vaig adonar-me que men sortia prou bé i, secretament encara, vaig decidir que seria actor. I així, fins avui. Em sento molt afortunat d'haver-me pogut dedicar a la meva passió des de fa ja 37 anys. Lloc: Sala dactes del Centre Cultural el Casino (Pg. Pere III, 27).

Periodisme i Mitjans de comunicació



No es radio

Diumenge, 24 de gener de 2016

Gracias a sus muchos años en la radio de la obispalía y al periodismo basura que desde esos micrófonos prodigó, sin que los respetables monseñores se sintieran llamados a corregir sus prédicas biliosas, el locutor de Las mañanas de Federico ha llegado a tener un medio propio merced a su afinidad con la expresidenta de la Comunidad de Madrid, Esperanza Aguirre, condesa consorte de Bornos. Federico Jiménez Losantos Desde que dejó la COPE, el locutor Federico perdió mucha de la audiencia que entonces le seguía y ahora no es capaz de aglutinar en torno a Es Radio, porque de todo se puede cansar el oyente, mucho más si el emisor llega a enfangarse hasta tal punto en un discurso de esa laya. Pero como Federico es incapaz de hacer otro y con el que ofició en el pasado le fue bien durante un cierto tiempo -recordemos aquella airada legislatura en contra del primer gobierno de Zapatero tras la masacre del 11-M y su protagonismo en la conspiranoia-, sus Mañanas abundan en la misma mierda, si bien por exceso reiterativa sus emisiones no logren la misma repercusión que antaño. Por esto último quizá, porque al tal Federico no se le hace tanto caso, ha querido soltar y ha soltado una de sus más miserables e inadmisibles soflamas a través de un medio de comunicación. Aparte de calificar al presidente del Gobierno de zángano y solemne bobo, y a Sánchez de matón de discoteca y mozo de mulas, según la jerga que habitualmente maneja el mentado, ha dicho de Podemos lo que sigue (en el vídeo, a partir del minuto 16:43): Es el único partido que a mí me suscita odio de clase. O sea, yo los veo y me dan ganas de hacer la Revolución Francesa, sin guillotina, ¿verdad? Porque estoy contra la degollación aunque no sean inocentes. Pero, o sea, yo es que veo a Errejón, a la Bescansa, a la Rita Maestre y me sale, me sale el monte, no el agro, el monte. O sea, si llevo la lupara, disparo. O sea, menos mal que no la llevo. Creo que las asociaciones profesionales de periodistas deberían condenar de modo manifiesto unas declaraciones de ese tipo en un país que, como el nuestro, tiene muy grabado el dolor y las secuelas de la violencia armada. Expresarse de ese modo no tiene nada que ver con la libertad de expresión, sino con las más negras páginas de nuestra historia, fomentadas desde la siembra de odio que estilos como el de Federico Jiménez propala.

L'hora del cangueli

Diumenge, 24 de gener de 2016

El terrible Ignacio Vidal-Folch, un dels nostres escriptors botiflers més preuats -acaba de fer el salt d'El País a El Mundo- va publicar un article en una data tan assenyalada com el 18 de juliol (1) en el que analitzava el llenguatge del procés construït, en la seva opinió, a base de modismos, giros, tópicos, muletillas y cantinelas. El llenguatge de la transició nacional ha estat farcit, en efecte, de tota mena deufemismes i de metàfores. La meua teoria personal és que com que no hi ha una majoria sobiranista folgada -el famós 48% de les darreres eleccions al Parlament- calia crear una terminologia específica per intentar convèncer els indecisos i no espantar el personal. Allò que, en castellà, se diu dorar la píldora . Per això el procés ha estat ple de paraules i expressions festives. Hem parlat de consulta abans que de referèndum, dret a decidir en comptes de dret a l'autodeterminació. La independència serà una desconexió on tots -fins i tot Espanya- hi sortirem guanyant: win win. No sentén, per tant, que no ens deixin marxar. Potser, de totes, la millor expressió és quan es parla de la bona gent que ha cregut en el procés. Francesc-Marc Álvaro, un dels que ha començat a frenar, encara l'utilitzava en un article a La Vanguardia dijous passat (2). Com si els que no van anar a les manifestacions multitudinàries de la Diada o simplement hem estat escèptics dençà que Mas va perdre dotze diputats fóssim mala gent. Autèntica xusma. Púrria. Però ara que sacosta l'hora de la veritat ens ha entrat el cangueli. Hem incorporat, sense adonar-nos, un nou concepte: el de les eines. El nou president de la Generalitat, Carles Puigdemont, ja la va deixar anar en la seva entrevista a TV3 quan va dir que calien eines que ara no tenim. Ara, de la independència en diem eines. I a l'entrevista, també a TV3, que van fer a Junqueras dijous passat; Xavier Coral li va preguntar per la desconexió al cap dels famosos 18 mesos. El vicepresident va començar a posar excuses : "cal fer-ho de la millor manera possible, fer-ho molt bé, fer-ho tan bé com calgui, no serà fàcil, ens posaran totes les traves. Però això ja ho saben, no?". Pel que sembla, finalment se n'han adonat que la independència no depèn exclusivament del Govern de Catalunya ni del consens social, sinó d'un món globalitzat, de structures superestatales. Fins i tot se li va escapar la paraula segregació en comptes de independència. El veritable home fort de l'Executiu va acabar parlant dels mercats financers perquè tenen una influència colossal. Fins al punt que un dels tertulians, Josep Maria Ureta , un gat vell del periodisme econòmic, va haver de dir-li que en qualsevol país normal estariem discutint de què passa amb els Pressupostos, no dels mercats financers". Som-hi, va dissimular Junqueras. Però l'expressió eines ha creat ja escola. Fins i tot a Esquerra, que són independentistes de pedra picada. La diputada Montserrat Fornells, en la seva intervenció a la inauguració del congrés d'Unió de Pagesos divendres passat, també va dir una de freda i una de calenta. La calenta: el sector agrari serà crucial a la nova República Catalana i deixarà d'estar en la situació de desemparament que viu sota el govern espanyol. La freda: volem totes les eines per defensar la política agrària de la República Catalana a la Unió Europea. Tampoc, en aquest cas, va esmentar la paraula

independència. Mentre que el nou president de la Generalitat ha introduït una variant semàntica en la seva entrevista a La Vanguardia d'aquest diumenge. El director del diari, Màrius Carol, li pregunta com simagina la travessia de l'autonomisme a l'independentisme i Carles Puigdemont s'empeca l'expressió nou ordre. Com abans arribi el nou ordre millor per a tothom, afirma però també en aquest cas parla d'independència. No vull ni pensar, d'altra banda, qui feia servir el terme "nou ordre" en la història recent d'Europa. Crec que ens ha entrat el cangueli. (1) "Cómo escribir un artículo" (2) "Moblitzats, no hegemònics, 21 de gener del 2016 Qui sóc? Twitter Facebook Més articles Elogis Insults Aviso legal E-notícies no se hace responsable de las opiniones vertidas en La Puntita, es un espacio gratuito y los comentarios de los usuarios no constituyen parte de la línea editorial de e-notícies. E-notíciess se reserva el derecho de suprimir, por cualquier razón y sin previo aviso, cualquier comentario o la opción de incluir comentarios en La Puntita.

Dg, 24 de gen de 2016 09:33

Audiència: 60.755

Ranking: 5

VPE: 377

Pàgina: 1

Tipologia: online

Se lanza el proyecto 'Periodista concilia' con motivo de la celebración hoy del Día de los periodistas

Diurne, 24 de gener de 2016

- 5.0 out of 5 based on 1 vote Con motivo hoy del Día de los periodistas, se ha lanzado desde la Asociación de la Prensa de Cádiz el proyecto #periodistaconcilia . Recordar los derechos laborales e instrumentos de conciliación de la vida familiar y laboral de los trabajadores de los medios de comunicación es su objetivo primordial. Se pide por ejemplo que se utilice la jornada continua, y se facilite la flexibilidad horaria y el teletrabajo. La iniciativa #periodistaconcilia se ha creado para apoyar a la campaña #laprensaconcilia, periodistas por la conciliación. Con ella, los profesionales del sector del periodismo se mojan para que se conozca la complicada situación que tienen muchos para conciliar su vida familiar y laboral con un trabajo que da servicio diario a los ciudadanos. Con este proyecto se pretende servir de inspiración a otros compañeros de profesión que se encuentren en esta situación. Se pueden leer decenas de testimonios de periodistas que tratan de hacer malabarismos para conciliar en la web mamiconcilia.com. Entre sus testimonios por ejemplo, el de la periodista Sonsoles Ónega o el de Joana Saldón. Aunque la web invita a todo profesional que lo desee a dar su testimonio. Sonsoles Ónega nos cuenta acerca de sus doce horas de trabajo diarias en un día en el Congreso de los Diputados y su desdoblamiento imposible. Seguiremos Informando...

Un consell

Dilluns, 25 de gener de 2016

Set periodistes, cadascun dels quals nomenat per un dels grups municipals de l'Ajuntament de Lleida, s'encarregarà de controlar les relacions del govern socialista amb la premsa i, també, de valorar les subvencions que l'alcalde atorga arbitràriament als mitjans de comunicació. Parlem del Consell Editorial, del qual, sortosament, en forma part, juntament amb sis companys més que, a excepció d'uns pocs, representen la professionalitat, l'honestat i la llibertat que haurà d'exhibir la premsa lleidatana del futur si vol despertar de la llarga letargia en què roman prostrada des que Siurana va optar per comprar el quart poder com a mesura preventiva per mantenir subjectes els tres primers. Ros n'ha esdevingut el seu deixeble més avantatjat quan es tracta de torpedinar la premsa lliure a través dels mitjans de comunicació afins al règim i d'una política de subvencions que ha convertit els periodistes d'aquesta ciutat en mà d'obra municipal barata, en definitiva perquè la paguem nosaltres. Però la regeneració política d'una democràcia que encara beu de fonts franquistes tindrà lloc quan els periodistes comencem a exercir el nostre poder, basat en la llibertat ideològica i la pluralitat informativa. En breu s'hauria de convocar la primera reunió del Consell Editorial, però mentrestant podem aprofitar la lentitud de la burocràcia per donar voltes a l'assumpte que ens ocupa. El nostre objectiu ha de ser reconduir la moral i indigna relació que la Paeria manté amb els mitjans de comunicació, basada en subvencions que subverteixen la llibertat d'expressió, la dignitat professional i la lliure competència. En primer terme, el Consell Editorial hauria de delimitar els convenis entre l'Ajuntament i determinats diaris i destinar aquests diners, per exemple, a serveis socials. Els empresaris incapaços de dotar els seus mitjans de comunicació d'un model econòmic viable hauran de deixar pas a les noves generacions, sabedores que dependre de les subvencions esdevé una sentència de mort per a qualsevol activitat comercial. A canvi, l'Ajuntament de Lleida podria realitzar les comunicacions que resultessin necessàries per a la ciutadania a través de tots els mitjans de comunicació de la ciutat de Lleida sense excepció a preu de tarifa real, sense inflar preus, pràctica habitual d'un diari en concret permessa per l'equip de govern socialista. Tampoc no s'hauria de dubtar a l'hora de cessar la publicació de la revista de la Paeria, una orgia dimatges de l'alcalde de Lleida excessivament costosa, sense interès i, és clar, una eina més al servei de la glorificació del líder. Finalment, hauríem de procurar que el servei de comunicació de la Paeria, com indica la seva pròpia denominació, servís a tothom per igual, tant a la premsa com als mateixos regidors, independentment del partit al qual pertany. Perquè els serveis de l'administració són de tots i, també, per a tots. Que la regeneració democràtica que viuen Catalunya i Espanya ha passat de llarg per Lleida resulta una evidència (Ros, Reñé, Farré, Fernández i, per ara, Manso romanen ancorats als seus llocs), però el govern de la Paeria gaudirà d'una oportunitat d'or per deixar-se aconsellar i, sobretot, per fer un pas endavant en matèria democràtica. I una premsa que deixi de ser esclava del poder per passar a ser una icona de la llibertat d'expressió esdevindria un punt de partida ideal per canviar el que

Audiència: 1.467

Ranking: 4

VPE: 3

Pàgina: 2

Tipologia: blogs

no pot seguir igual. Paraula -consell, vaja- de conseller!