



01/02/2016

Recull de Premsa Cap de Setmana



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

INDEX

PREMSA

2

INTERNET

69



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
30/01/16	Petita història de la gran foto de la Transició a Barcelona / Ara	7	2
30/01/16	ASSEMBLEA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES / La Mañana	9	1
01/02/16	EN MANEL ARMENGOL I JO / El Punt avui	10	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
30/01/16	PROGRAMES AMB 'PLAYLIST' / Ara	12	1
30/01/16	'ELECONOMISTA' Y VOCENTO SE UNEN PARA CREAR EL GIGANTE DE LA PUBLICIDAD DIGITAL EN ESPAÑA / El Economista	13	1
30/01/16	PIONERAS, VALIENTES Y DESCONOCIDAS LA LUCHA DE LA MUJER POR HACERSE UN HUECO EN EL FOTOPERIODISMO / Diari de Tarragona -Encuentros	14	1
30/01/16	ECOPRENSA ASUME LA GESTIÓN COMERCIAL DE LA EDITORA DE 'ABC EN LATINOAMÉRICA' / El Economista	15	1
30/01/16	A LA CAZA DE UN PÚBLICO CADA VEZ MÁS ATOMIZADO / La Razón -Especial	16	1
30/01/16	LA CRÓNICA «SUDACA» / Abc -Cultural	17	1
30/01/16	UN EMPRENDEDOR DEL BIEN PÚBLICO / El País (Catalunya)	18	1
30/01/16	'LA FILLA DEL CAPITÀ GROC', PRIMERA NOVEL·LA EN CATALÀ DEL PERIODISTA VÍCTOR AMELA, S'HA EMPORTAT EL 36È PREMI RAMON LLULL, DOTAT AMB 60.000 EUROS. ÉS LA HISTÒRIA, BASADA EN FETS REALS, DE TOMÀS PENAR / Ara	19	2
30/01/16	LA PERIODISTA DE L'ANY / Regió7	21	1
30/01/16	L??Abc?, Núria Cadenes i un titular com una flor de lis / Ara	22	1
30/01/16	PREMIS DE 'MUJER HOY' / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	23	1
30/01/16	VASILE DEFENSA EL DIRECTE PER COMPETIR AMB LA TELEVISIÓ A LA CARTA / La Vanguardia.cat	24	1
30/01/16	PAOLO VASILE AUGURA PER A 8TV UN GRANDÍSSIM FUTUR / Ara	25	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
30/01/16	NEUS COMELLAS ASSUMEIX LA DIRECCIÓ COMERCIAL DE LES EMISSORES DE CATALUNYA RÀDIO / Regió7	26	1
30/01/16	MEDIASET RECORRE EL DECRETO QUE OBLIGA A LAS 'TELES' FINANCIAR EL CINE / El Economista	27	1
30/01/16	PRISA AMPLIARÀ CAPITAL POR 150 MILLONES POR EL CANJE DE DEUDA / El Economista	28	1
30/01/16	NEYMAR DIU «BENEIT» A UN PERIODISTA / El Periódico de Catalunya (Ed. Català) -Més esport	29	1
30/01/16	HSBC, CAIXA Y SANTANDER CANJEAN DEUDA POR BONOS DE PRISA / Expansión	30	1
30/01/16	EL HÓLDING UNIFICA LA DIRECCIÓN DE MÁRKETING DE TELEVISIÓN, RADIO Y MEDIOS DIGITALES / Expansión (Cataluña)	31	1
31/01/16	ABC, PRIMER GRAN DIARIO ESPAÑOL EN FACEBOOK INSTANT ARTICLES / Abc	32	1
31/01/16	EL REGRESO DE HEDDA HOPPER, LA MALÉVOLA REPORTERA DE COTILLEOS / Abc	33	1
31/01/16	VERITAT DEL PERIODISME, VERITAT DE LA LITERATURA / Ara -Ara diumenge	34	1
31/01/16	ELS ESTIMATS VUIT. El premi Vanguardia de la Ciència convida els lectors a votar la millor investigació de l'any / La Vanguardia.cat	35	2
31/01/16	ELS GERMANS NADAL / La Vanguardia.cat	37	1
31/01/16	PERIODISMO EN SERIE, POR JORGE CARRIÓN / El País -Ideas	38	1
31/01/16	LOS ESCRITORES DE ABC, OTRA MANERA DE CONTAR EL MUNDO / Abc	39	4
31/01/16	LA IMPORTANCIA LITERARIA DE ABC / Abc	43	1
31/01/16	PERIODISTA CATALÁN, OXÍMORON, POR ARCADI ESPADA / El Mundo	44	1
31/01/16	LAS INTUICIONES DE JOSÉ MANUEL LARA, POR ISIDRE FAINÉ / La Razón	45	1
31/01/16	LA IL·LUSIÓ PER UN PROJECTE / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	46	1
31/01/16	LA CONVERSACIÓN POLÍTICA EN UN MAPA / El País	47	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
31/01/16	ESCRIURE O PETANCA / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	48	2
31/01/16	LA LUZ DE UNA VOZ / Abc	50	1
31/01/16	MYSFACE: EL MORT VIVENT / Ara	51	2
31/01/16	"AÚN ASÍ" O "AUN ASÍ", POR ALEX GRIJELMO / El País -Ideas	53	1
31/01/16	EL PAÍS CIERRA 2015 COMO LÍDER DIGITAL EN ESPAÑA Y EN CASTELLANO / El País	54	1
31/01/16	FACEBOOK I INSTAGRAM PROHIBEIXEN LA VENDA D'ARMES DE FOC ENTRE PARTICULARS / Ara	55	1
31/01/16	DOS FOTÒGRAFS I UN ACTOR S'UNEIXEN PER UNA CÀMERA / Ara	56	1
01/02/16	Wifredo Espina: 'EL PERIODISMO MILITANTE ES PROPAGANDA' / Diari de Tarragona	57	1
01/02/16	EL CANAL #0 ARRENCA AVUI A MOVISTAR+ / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	58	1
01/02/16	KRYSTYNA SCHREIBER, TRADUCTORA I PERIODISTA, PUBLICA 'QUÈ EN PENSES, EUROPA?' (ANGLE ED.) / El 9 nou (Ed. Osona i Ripollès)	59	1
01/02/16	LOS PRECIOS DE LA TELEFONÍA SUBEN POR PRIMERA VEZ EN OCHO AÑOS / Abc	60	2
01/02/16	LAS 'TELECOS' DEBERÁN CREAR ALIANZAS PARA COMPETIR CON NETFLIX Y HBO / El Economista el Superlunes	62	1
01/02/16	LA PELÍCULA QUE MERECE PUJOL / El País (Catalunya)	63	1
01/02/16	NACE LA NUEVA REVISTA 'CLUB+RENFE' / Cinco días	64	1
01/02/16	CAPITALISME ETS TU per Alfred Rexach / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	65	1
01/02/16	EL SUPREMO AVALA QUE LAS TELEPROMOCIONES DUREN UN MÍNIMO DE DOS MINUTOS / Expansión	66	1
01/02/16	MOR JORDI NEGRE, EL PRIMER DIRECTOR DEL DIARI 'EL PUNT' / Ara	67	1
01/02/16	EL CONSELL D'INFORMATIUS DE TVE DENUNCIA UN GRÀFIC MANIPULAT / Ara	68	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





Petita història de la gran foto de la Transició a Barcelona

Manel Armengol va sintetitzar la repressió policial i el conflicte polític del 1976 en una imatge que va fer la volta al món

ALBERT OM
BARCELONA

L'1 de febrer del 1976 era diumenge. Un dia gris i fred del primer hivern sense Franco. A mitja tarda, Manel Armengol, un veí de Badalona de 26 anys, remena la premsa internacional en un quiosc de les Rambles. Necessita trobar l'adreça de mitjans estrangers. Es compra tots els diaris i revistes que pot, i comença a escriure'ls. A dins el sobre hi posa les fotos que ha fet aquest matí –ell, que no és fotògraf– i una targeta amb el seu nom: Manel Armengol i Cervera. Algunes cartes les envia per correu i unes altres les dona en mà a l'aeroport del Prat a passatgers catalans que estan a punt d'embarcar cap a destinacions internacionals. Potser serà més ràpid, potser serà més segur si, un cop allà, els viatgers les deixen a la primera bústia que trobin. Ningú li diu que no. Com aquell qui posa un missatge a dins d'una ampolla i la

llança al mar, ara toca esperar a veure què passa. I el que passa és que al cap d'unes setmanes li arriba una carta del *New York Times*. Li fa un salt el cor. L'obre i, a dins, hi troba el retall d'una pàgina del diari més prestigiós del món amb la seva fotografia firmada amb el mateix nom que consta a la targeta: Manel Armengol i Cervera. També hi descobreix, adjunt, un taló per valor de 150 dòlars.

Però ell no és fotògraf. És periodista. Ha estudiat a l'escola de l'Església i està aprenent a revelar en blanc i negre per poder fer ell mateix les fotos que acompanyin els seus articles. Avui, 1 de febrer del 1976, el seu nas li diu que ha de baixar a Barcelona. Que passaran coses, segur. Que el governador civil, Salvador Sánchez-Terán, ha prohibit la manifestació a favor de l'amnistia i que els convocants estan decidits a sortir igualment al carrer.

Manel Armengol agafa dues càmeres i se'n va amb la seva companya cap al que en el futur es dirà passeig de

Lluís Companys, però que, en aquest moment, encara porta per nom Saló de Víctor Pradera, un historiador carlí, assassinat el 1936 i venerat per Franco.

El permís per a la manifestació l'ha demanat la Federació d'Associacions de Veïns de Barcelona, amb l'Assemblea de Catalunya, el Consell de Forces Polítiques i desenes de personalitats al darrere. Sense autorització, surten igualment al carrer, però decideixen concentrar-se al capdamunt del passeig de Sant Joan. Hi ha noms il·lustres, com Lluís Maria Xirinacs (que està plantat des del dia de Nadal al davant de la Model demanant l'amnistia, ia qui acaben de proposar com a candidat a premi Nobel de la pau), Joan Reventós, Ramon Trias Fargas, Miquel Roca, Josep Pallach, Xavier Folch, Marta Mata, Pere Portabella, Quico Pi de la Serra i Heribert Barrera. Milers de persones –50.000, diuen– han vingut de tots els barris de la ciutat. Entre ells molts joves, per als quals la d'avui és la seva primera manifestació.

Una fotografia fixa la història

Corre la consigna que, si els grisos intervenen, els manifestants s'asseuran a terra. La policia està nerviosa i desbordada. Per l'emissora demanen més reforços, i agents desbocats, sense cap preparació, arriben amb els Land Rover i les *tocineres*, el nom popular dels autobusos policials. Comencen les corredisses, les garrotades a tort i a dret. Manel Armengol és a la cantonada de passeig de Sant Joan amb Provença, a punt de fer la fotografia de la seva vida: els grisos estomacant mitja dotzena de ciutadans arraulits a terra. L'única cara que es reconeixera a la foto és la de Ferran García Faria, advocat pacifista i antifranquista, company de Xirinacs en la seva plantada a la Model, un ancià venerable amb ulleres de pasta i barba blanca, que es protegeix el cap amb les dues mans.

"Com més pegaven ells, més disparava jo", explicarà Armengol l'any



01. La fotografia que va fer Manel Armengol el 1976.

MANEL ARMENGOL

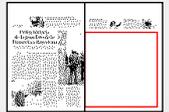
02. Armengol, ahir, al mateix lloc de la foto de fa 40 anys: passeig de Sant Joan amb Provença.

MARC ROVIRA

2016. A cada cop de porra, un clic. A cada pistola que voleia, un clic. A cada culata de fusell que es branda, un clic. Una fotografia fixa la història. Però també l'accelera. O la desmenteix. Quan d'aquí uns dies el món esmorzi amb aquesta foto, el viatge d'Espanya cap a la democràcia serà més tortuós del que el règim (encara) franquista s'encarrega de pregonar.

Però les corredisses no s'aturen i la policia també empaita el nostre fotògraf. Armengol dona a la seva companya la càmera amb què ha fet les fotos. Que se'n vagi a casa i guardi el carret. Ell continuarà pels carrers de l'Eixample de Barcelona, disparant amb l'altre aparell que porta. La protesta s'escampa per tot el centre de la ciutat i arriba a les portes de la Model, on





estan complint condemna els presos polítics per als quals es demana l'amnistia. La ciutat no torna a la calma fins havent dinat. El *Diario de Barcelona* escriuà dimarts que "entre los aspectos insólitos observados, figura el gran número de zapatos mocasines que se encontraban perdidos por las calles, después de las intervenciones de las fuerzas del orden".

Quan Manel Armengol torna a casa, es posa a revelar les fotos. N'està aprenent, tot just, però ja veu que aquell material té molt valor periodístic i també estètic. Es fixa en el fum que envolta l'escena, en la coreografia de porres, pistoles i culates de fusell a l'aire i en la dansa macabra que sembla que interpretin els policies. Satisfet i excitat, se'n va a la *Hoja del*

Lunes, el diari en què col·labora, l'únic que es publica a Barcelona els dilluns. El director es posa les mans al cap, com també se les posa Ferran García Faria a la mateixa fotografia d'Armengol. "Si donem aquestes fotos, demà mateix ens tanquen el diari". Cap altre mitjà de Barcelona s'atreveix a publicar les imatges més violentes de la repressió policial. Tampoc l'agència Europa Press en vol saber res. Es llavors quan el fotògraf decideix anar cap a les Rambles a provar si té més sort amb la premsa estrangera.

I la té: apareixen al *New York Times*, al *Newsweek*, a la revista *Time*, al *Paris Match*, a *Le Nouvel Observa-*

teur, a *Der Spiegel*, al *Stern* i a molts altres mitjans que escapen al control de l'autor. Que l'impacte és global ho explica molt bé un article del *Corriere della Sera*: "La foto de la policia carregant sobre els manifestants apareguda al *New York Times* ha provocat l'anul·lació de mil cinc-cents reserves de vacances a Espanya. Els americans volen estar tranquils".

Aquí no es publicaran fins al cap d'un any, a *Interviú*, coincidint amb l'arribada de l'esperada amnistia i amb les primeres eleccions democràtiques. Manel Armengol deixarà el periodisme i es dedicarà a la fotografia. L'octubre del 1977 viatjarà per feina a Nova York, mentre cobreix una ma-

nifestació trotskista a Washington Square, s'adonarà que en les octavilles que s'hi reparteixen hi apareix la seva fotografia de l'1 de febrer del 1976 a Barcelona. Pensarà que la foto ja viatja sola, que l'ha transcendit.

I tot plegat ho recordarà quaranta anys després, l'any 2016, quan el desnonin del pis on viu al carrer Pau Claris. Farà quatre mesos que no pot pagar el lloguer. Un article de Jordi Rovira a la revista digital del Col·legi de Periodistes haurà servit de crit d'alerta per salvar el seu arxíu fotogràfic i perquè l'Ajuntament de Barcelona li ofereixi un pis de lloguer social. "La llibertat té un preu", dirà. I el periodista que l'escolta no sabrà si parla de la fotografia del 1976 o del desnonament del 2016. —

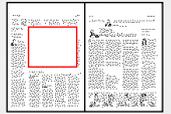
Diumenge, dossier especial

La idea que Espanya camina cap a una segona Transició s'obre pas. Però quina? I com en sortiria Catalunya?



Assemblea del Col·legi de Periodistes

El Museu de Lleida Diocesà i Comarcal va acollir ahir al vespre l'Assemblea Anual del Col·legi de Periodistes de la Demarcació de Lleida.



Tribuna

Xavier Garcia. Periodista i escriptor

En Manel Armengol i jo

Els últims dies s'ha parlat del fotoperiodista Manel Armengol pel desnonament de què estava a punt de ser objecte (un entre tants) per no poder pagar el lloguer del seu pis de Barcelona, a causa de la baixa pensió de jubilat que percep (una entre tantes, també). Al seu domicili guardava el seu voluminós i valuós arxiu fotogràfic, quaranta anys de feina, que s'ha pogut salvar *in extremis* gràcies a una ràpida denúncia del periodista Jordi Rovira al diari *Report.cat* del Col·legi de Periodistes, com va anunciar El Punt Avui el 20 de gener. Entre el 1968 i el 1972 vaig ser company d'estudis de Manel Armengol a l'Escola de Periodisme de l'Església, de Barcelona, i uns anys després, els primers mesos del 1976, vam retrobar-nos a *La Hoja del Lunes*, ell fent fotografies i jo informació escrita.

ALGUNES D'AQUESTES FOTOGRAFIES —ara ja històriques pel temps passat i per la dimensió internacional que van tenir— van ser preses, justament, l'1 i el 8 de febrer de 1976, ara fa quaranta anys, durant les dues grans manifestacions que l'Assemblea de Catalunya va organitzar a Barcelona per

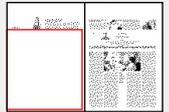
reclamar l'amnistia per als presos polítics del franquisme. Per circular ràpidament per Barcelona, i alhora poder escapar-se també de pressa dels "grisos", Armengol ho feia amb vespa, darrere de la qual anava jo, que observava a curta distància, per a la crònica que havia de publicar-se l'endemà, com el fotògraf captava, al Passeig de Sant Joan o allà on fos, les imatges dels policies bastonejant els manifestants, entre els quals la gent dels Captaires de la Pau, que tenien sempre al capdavant Lluís M. Xiri-

“El que ens queda, mentre vivim, com denuncia el mateix fotògraf, és “una escarransida pensió de jubilat que no dona per a més”

nacs i Ferran Garcia Faria. Recordo aquelles escenes i jo mateix corrent pel passeig de Gràcia i la Diagonal o entaforant-me en algun bar per protegir-me de les bales enemigues. Al cap de pocs mesos, per Sant Jordi d'aquell any, vaig incorporar-me com a redactor de l'Avui i, mentre Armengol documentava gràficament, per a diaris i revistes d'aquí i de fora, molts dels aspectes d'aquella transició política, jo ho feia escrivint en aquest diari —successor d'aquell— altres tants aspectes, sobretot els ecològics, d'aquells temps. N'ha quedat el que n'ha quedat (jo també dispo de un arxiu considerable, com altres companys del remenament ecologista), *pero lo nuestro es pasar*, com deia Machado. I tant que és passar, la llàstima és que el que ens queda, mentre vivim, com denuncia el mateix fotògraf, és “una escarransida pensió de jubilat que no dona per a més” i si, a sobre, ve la crisi, que ha afectat tant el sector periodístic, com bé sabem, llavors ja... Manel afegeix que “és un problema de molta gent de la meva generació”. Ja pots ben dir-ho: tenim una edat similar i, laboralment, hem passat per tràngols semblants. *Laudatio Sì*, que diria el Papa.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Programes amb 'playlist'

Els espais musicals van de baixa, però els artistes locals es promocionen a la resta de la graella

MARTA ROCA
 BARCELONA

Cada vegada són més els programes o les sèries que treballen per enriquir la graella televisiva amb un ampli repertori musical. Sense sortir de TV3, *El convidat*, *El foraster*, *Cuines* o fins i tot el *Més 324* –un espai d'anàlisi informativa– recorren a les partitures per acostar-se als espectadors. A més, a tots aquests programes també cal afegir-hi les ficcions televisives que, a més de tenir una banda sonora pròpia, acullen música externa que no ha sigut creada expressament per a la sèrie en qüestió.

Les sintonies de les sèries formen ja part del cançoner col·lectiu: quan Mònica Terribas va entrevistar el president de la Generalitat, Carles Puigdemont, sonava la careta d'entrada de la sèrie nord-americana *House of cards*. La televisió s'ha convertit, també, en un trampolí per a molts artistes que arriben al públic per primer cop a través d'aquesta via inesperada. Un exemple d'aquest fenomen és el grup *The Rembrandts*, que amb la cançó *I'll be there for you*, sintonia de la sèrie *Friends*, va saltar a la fama.

Però la televisió ha esdevingut també una via de defensa dels artistes locals. En aquesta línia, la televisió pública de Catalunya va firmar l'any 2009 un acord amb l'Associació de Productors i Editors Fonogràfics i Videogràfics de Catalunya (APECAT) per promoure la música produïda per les discogràfiques catalanes. L'any passat l'entitat va publicar un informe en el qual revelava que l'ús de la música catalana a TV3 ha augmentat en els últims anys. Com a exemple, esmentava el programa *Divendres*, que del total d'actuacions musicals que va emetre durant l'any 2014, el 76% van ser d'artistes catalans. Així mateix, l'estudi destacava que, en la informació musical del *Telenotícies* de l'any 2014, el 73% dels artistes eren de Catalunya.

No obstant això, Lluís Gendrau, director de la revista *Enderròck*, pensa que encara queda molta feina per fer. El periodista parla sobre l'incompliment de l'acord que el Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) i l'Associació de Cantants i Intèrprets Professionals en Llengua Catalana (ACIC) van fixar l'any 2006. Aquesta mesura establia l'obligació que en la programació de



El foraster és un dels programes que ha explorat el ventall musical de Catalunya. Els seus responsables admeten que el to del programa canvia segons quina música acaben escollint. TV3

música cantada emesa pels mitjans audiovisuals catalans hi hagués com a mínim un 25% de cançons interpretades en llengua catalana o aranesa. Gendrau afirma que no hi ha ningú que compleixi aquesta llei i afegeix: "És absurd, perquè tothom coincideix a dir que estem vivint el moment amb més qualitat musical de la història. Amb la gran quantitat de música catalana que tenim actualment n'hi hauria prou per complir aquesta llei".

El periodista assenyala la influència anglosaxona i "la falta de sensibilitat dels programadors per la música catalana" com les causes principals d'aquest fenomen: "La televisió catalana ha reduït l'emissió de programes divulgatius de música, quan precisament són els mitjans els que han de liderar aquest procés. Sense el paper dels mitjans, l'escena musical catalana passa a ser invisible", conclou Gendrau.

Entre els programes d'entreteniment emesos per TV3, *El foraster* és un dels espais que posa més èmfasi a defensar la consolidació dels mú-



Support
 El 76% de les actuacions del programa 'Divendres' van ser de grups catalans

sics catalans: "Ens hem decantat molt pel ventall musical de Catalunya, i no ens ha sigut gens difícil. A més, el nostre país és tan petit que sovint molts dels artistes catalans que sonen al programa són seguidors d'*El foraster* i estan molt contents de poder-ne formar part", explica al diari ARA el seu presentador, Quim Masferrer.

La feina de triar les cançons dels capítols és del seu realitzador, Toniú Xou, i és considerada una part important del programa. De fet, Masferrer confessa que és un dels aparats als quals dediquen més energia: "Hi ha un autèntic debat quan estem fent la postproducció. El programa canvia completament en funció de la música que seleccionem".

Mimant els artistes alternatius

Un dels programes catalans més notoris pel que fa a al seu èxit musical és *El convidat*. En l'espai conduït per Albert Om, la música era un dels ingredients essencials. De fet, Om confessa que "sense la música, *El convidat* no hauria sigut *El convi-*

dat. Hi havia moments que no s'haurien viscut de la mateixa manera sense la cançó que els acompanyava". En aquest cas, la feina de seleccionar la música també va anar a càrrec del realitzador del programa, David Barragan, que va arriscar-se apostant per un estil que s'allunyava dels gustos del públic majoritari. L'audiència li va reconèixer l'esforç i és per això que el programa va decidir llançar dos discos i una *playlist* a Spotify que té milers de seguidors.

En uns temps de gèneres transmedial i de fronteres líquides en els mitjans, la música a la televisió és molt més que un simple complement. I també un negoci. Segons va explicar Antón Reixa, fugaç director de la SGAE, l'organisme cobra 200 euros per cada minut de música subjecta a drets d'autor. Això fa que el 50% dels seus ingressos depengui de la música que s'emet a la petita pantalla. Alguns canals privats han muntat la seva productora musical per estalviar-se haver de pagar aquestes quantitats. ■



Empresas & Finanzas Ante un nuevo gigante de la prensa

'elEconomista' y Vocento se unen para crear el gigante de la publicidad digital en España

Los dos grupos suman 9,4 millones de usuarios únicos, por delante de las principales cabeceras

elEconomista MADRID.

Alianza estratégica entre *elEconomista* y Vocento. Los dos grandes grupos de prensa se han unido para crear un nuevo gigante de la publicidad en papel y en digital, que comercializarán a partir de ahora de forma conjunta a nivel global en todo el mundo. La nueva agregación de *Vocento News* y *elEconomista* alcanza 9,38 millones de usuarios únicos y un ratio de penetración total del 41 por ciento en el conjunto de España, con posiciones de liderazgo, además, en todas las comunidades autónomas, de acuerdo con los datos de diciembre de 2015 de comScore MMX, el medidor de referencia en el sector.

El acuerdo sellado entre CMVocento, propietario entre otros del diario *ABC*, y Editorial Ecoprensa, la editora de *elEconomista*, suma más usuarios que *El País* y sus sitios asociados, que se quedan con 7,5 millones de usuarios únicos. Por detrás quedan también los sitios adscritos a *El Mundo*, que suman 6,7 millones de visitantes. La nueva alianza su-

Alianza entre 'elEconomista' y Vocento

Audiencia por agrupación de cabeceras



Tasa de penetración en la población en 2015 (porcentaje)



sa económica en castellano sigue creciendo y ganando influencia.

De acuerdo con los datos de comScore MMX del pasado mes de diciembre, los sitios de la cabecera naranja incrementaron un 17 por ciento su audiencia en Internet, lo que le permitió cerrar el año con 3,4 millones de usuarios únicos. Son medio millón de lectores más que en el mismo mes del año 2014.

La situación de la prensa

En contraposición, las webs del diario *El País* cerraron 2015 con una bajada de lectores del 3 por ciento. Si en diciembre de 2014 contaban con 7,7 millones de usuarios únicos, durante el mes pasado la cifra se redujo a 7,5 millones. Pero si la situación de las páginas digitales del diario de Prisa empeoraron, a las de *El Mundo* no les fue mucho mejor.

El conjunto de sitios de la cabecera de información general de Unidad Editorial pasó de tener 7,1 millones de lectores en diciembre de 2014 a 6,7 millones en el mismo mes del año pasado. En ese mismo periodo, *ABC*, la principal cabecera

La alianza de ambos grupos alcanza una penetración total en el territorio nacional del 41%

de Vocento, consolidó su tercera posición con sus distintas webs con más de 5 millones de lectores. A lo largo de los años de la crisis, la prensa escrita ha experimentado un profundo cambio de modelo de negocio, que *elEconomista* ha sabido aprovechar mediante la credibilidad e influencia que aporta el papel a la marca y su continua estrategia de digitalización, donde destaca la división de las Revistas Digitales Sectoriales.

Frente a las doce publicaciones que había a finales de 2013 se ha pasado a las 21 actuales, uno de los factores claves en la obtención de los buenos resultados logrados por la editora en estos años difíciles para el sector en general. En el último año, *elEconomista* se ha consolidado como uno de los portales de la prensa económica más leídos en Europa y goza de un destacado número de visitas a nivel mundial.

Tan sólo en Latinoamérica, las webs del gigante naranja alcanzan los casi dos millones de usuarios únicos.

La nueva plataforma es líder en cuota de audiencia en todas las autonomías

pera, de hecho, a las páginas web de *El País* y *El Mundo* en cuota de audiencia en todas las provincias, incluyendo comunidades autónomas tan importantes para el mercado publicitario como Madrid o Cataluña, con una penetración del 41 por ciento y el 32 por ciento, respectivamente, en estos dos casos. La cuota llega además al 53 por ciento en Cantabria, al 52 por ciento en el País Vasco y Asturias, al 46 por ciento en Galicia o al 45 por ciento en Extremadura, superando en todas las demás autonomías el 36 por ciento.

Un soporte óptimo

Con todo ello, la unión de *Vocento News* y *elEconomista* se convierte en un soporte publicitario óptimo para campañas de ámbito nacional o segmentaciones locales con un perfil de usuario muy interesante para cualquier tipo de anunciante. En España, pese a la variada distribución de la audiencia online, los grandes grupos editores continúan acaparando la inversión publicitaria en Internet. En conjunto, las diez

principales cabeceras del país se hicieron en 2015 con el 75,15 por ciento de la inversión, lo que equivale a 125,16 millones de los 167,87 millones de euros que se destinaron en total a los medios digitales, según reflejan los datos aportados por la Asociación de Editores de Diarios

Espanoles (Aede). El liderazgo de la nueva agregación de Vocento y Ecoprensa supone, por lo tanto, un gran impulso para ambos, al alcanzar el liderazgo absoluto del mercado. Frente a la caída generalizada de las grandes cabeceras en España, *elEconomista* ha afianzado en

el último año sus márgenes de rentabilidad, lo que le ha permitido levantar todas las medidas de ajuste y ahorro de costes que se adoptaron para superar la crisis, incluida la bajada de sueldos aplicada a la plantilla. A punto de cumplir su décimo aniversario, el líder de la pren-



Joana Biarnés trabajando con su cámara analógica. ARCHIVO JOANA BIARNÉS

Pioneras, valientes y desconocidas

La lucha de la mujer por hacerse un hueco en el fotoperiodismo

ALICIA FÀBREGAS

“Yo no fui nunca una aficionada a la fotografía”, con esta afirmación de la primera fotoperiodista española, Joana Biarnés, arranca el documental ‘Una entre todos’, dirigido por Òscar Moreno y Jordi Rovira, que se estrenará durante la primera mitad del 2016. Un relato trazado con imágenes preciosas que nos cuenta de forma emotiva la historia de esta pionera: cómo consiguió abrirse paso en un mundo reservado a los hombres, el mundo del fotoperiodismo, y lo que tiene aún más mérito, cómo lo hizo en una época tan complicada como la Dictadura.

Joana –o Juanita, como la llamaban todos– no nació con vocación de fotógrafa, pero acabó dedicándose a ello de forma apasionada. Suerte, porque el mundo se hubiera perdido unos reportajes únicos sobre Audrey Hepburn, los Beatles, Dalí, Polanski, las devastadoras riadas de Terrassa del 62, la vida en la época de la posguerra y muchos otros temas. Unos reportajes que captaban la esencia de aquello que retrataba, que conseguían meterse en la vida cotidiana de los personajes e inmortalizarlos con total naturalidad.

Todo empezó con Llest (liso), el perro de unos excursionistas que descubrió una gruta subterránea en Sant Llorenç de Munt. El padre de Joana, en aquella época ya fotógrafo profesio-

nal aunque ejerciera solo los fines de semana, no podía ir a cubrirlo y ella se ofreció. Ese fue el primer reportaje de una joven cuya experiencia fotográfica se reducía, como ella misma explica, a “haberle hecho algunas fotos al gato en casa”. Resultó que tenía talento, porque las fotos de la gruta acabaron publicadas en ‘Mundo Deportivo’. Años más tarde, tras estudiar periodismo, comenzó a trabajar en ‘Pueblo’, periódico con sede en Madrid que se vendía por la tarde, después en ‘ABC’ y finalmente acabó montando su propia agencia para luego acabar dejando la fotografía y abrir su propio restaurante en Ibiza.

“Niña, esto no vende, mira, lo que vende son estas fotos de

Solo ha habido cuatro mujeres ganadoras del World Press Photo en 58 años

las hijas de Lola Flores”. Esas fueron las palabras que hicieron que Biarnés desapareciera, decepcionada, del mundo del fotoperiodismo. Acababa de realizar un reportaje fotográfico sobre un hombre que había superado un cáncer, pero no se lo quisieron comprar. Aquello no era suficientemente sensacionalista como para entrar en la

prensa escrita con la que Biarnés colaboraba. Fue el amarillismo que empezaba a predominar con fuerza en el periodismo lo que hizo que la fotógrafa de Terrassa decidiera cambiar la cámara por la cocina.

Ahora, con 80 años y una enfermedad degenerativa de la vista, cuenta solo con un 30% de visión pero vuelve a hacer fotos. Como afirma, “el esfuerzo es más grande, pero he descubierto que se dispara con el corazón, no con la vista”. Y es también ahora cuando está obteniendo más reconocimiento por su trayectoria fotoperiodística. En 2014 le concedieron la Cruz de Sant Jordi por unas imágenes que, en la mayoría de las ocasiones, le costaron una ardua lucha por el obstáculo que suponía ser mujer. Un año más tarde, el Museu d’Art Jaume Morera de Lleida inauguraba una exposición monográfica titulada ‘Joana Biarnés. El rostro, el instante y el lugar’.

En el primer partido de fútbol que retrató, la quisieron echar de la zona reservada a los fotógrafos aunque llevaba la acreditación. Incluso llegaron a parar el partido mientras el árbitro le impedía hacer su trabajo y las gradas la abucheaban diciéndole que se fuera a casa a fregar platos. “Aquello lo viví de una manera espantosa, pero al mismo tiempo fue como una provocación, tenía que aguantar y al final lo conseguí. Estoy orgullosa de no haberme dejado

vencer, pero la verdad es que en aquel momento me temblaban las piernas”, explica Biarnés.

Aguantó una y otra vez. Aguantó todas las veces que, ya como fotógrafa de ‘Pueblo’ –la única mujer durante los cuatro primeros años–, los policías no querían dejarla pasar al Congreso; todas las veces que compañeros de trabajo –hombres– le decían que ese no era su lugar. Pero demostró que sí lo era, como lo han demostrado muchas otras que han venido después. Pese a ello, el mundo del fotoperiodismo sigue resistiéndose a la presencia femenina.

A veces una cifra vale más que mil palabras. Solo ha habido cuatro mujeres ganadoras del World Press Photo en 58 años que lle-

‘He descubierto que se dispara con el corazón, no con la vista’

va de vida, únicamente el 12% de los fotógrafos de Magnum en toda su historia, la agencia de fotos más importante a nivel mundial, son mujeres y en VII Photography, otra de las más prestigiosas, el porcentaje se eleva al 20%. Ese parece ser en la actualidad el techo femenino, un triste 20%.

Cristina García Rodero es otro ejemplo de esta injusticia.

Es la primera fotógrafa española que entra a formar parte del equipo de Magnum, la agencia que fundaron entre otros Robert Capa y Henri Cartier-Bresson. No hay ningún otro español hasta la fecha que lo haya conseguido. Pero desgraciadamente poca gente conoce a García Rodero, o por lo menos poca en comparación con la grandeza de su trabajo.

Escarbando en el tiempo, hay que trasladarse a los primeros años del siglo XX para encontrar a las primeras fotoperiodistas. La francesa Alexandra David-Néel fue una de ellas. Bailarina, cantante, intrépida y exploradora, interesada por la cultura budista y el sánscrito, viajó hasta el Tíbet para perfeccionar sus conocimientos y retratar aquellos mundos. De allí pasó a Japón, volvió a China cruzando el desierto de Gobi y visitó muchos otros lugares que dejó grabados en papel para la posteridad. Christina Broom fue su coetánea británica y retrató sobre todo la vida londinense en la época de la Primera Guerra Mundial y el Movimiento de las Sufragistas, que pedían el derecho de voto para la mujer.

La estela marcada por todas ellas debería ejercer de pasarela para las que vienen detrás. Que llegue el día en que, en esta profesión, ser hombre o mujer represente la cadencia del enfoque fotográfico y no un obstáculo para el reconocimiento.



Ante un nuevo gigante de la prensa **Empresas & Finanzas**

Un líder de la prensa económica en Latinoamérica, por países en usuarios únicos

MÉXICO	COLOMBIA	ARGENTINA
CNNExpansion.com 934.160	Portfolio.co 322.693	Cronista.com 1.081.222
ElFinanciero.com.mx 762.876	elEconomista 309.435	Bolsamanía 321.609
elEconomista 627.143	Dinero.com 209.531	elEconomista 284.627
elEconomista.com.mx 539.862	LaRepublica.co 98.531	IGDigital 110.750
SoyEntrepreneur.com 231.999	Expansión 47.928	Expansión 63.408
DineroEnImagen.com 214.256	Bolsamaía 42.902	Cinco Días 51.367
CHILE	PERU	VENEZUELA
ElMostrador.cl 234.820	Gestion.pe 498.946	MSN Money 175.906
EMOL Economía 162.222	elEconomista 115.966	elEconomista 119.184
elEconomista 115.003	Expansión 47.080	Bolsamanía 43.437
Pulso.cl 65.217	CNNExpansión.com 34.058	Yahoo Finance 31.007
Expansión 41.231	Bolsamanía 32.586	Expansión 27.563
DiarioFinanciero.cl 38.818	Peru21-Misfinanzas 31.514	CNNExpansion.com 22.669

Fuente: comScore MMX (Dic. 2015).

elEconomista

Ecoprensa asume la gestión comercial de la editora de 'ABC' en Latinoamérica

El grupo Vocento liderará la venta de publicidad de 'elEconomista' en el continente europeo

elEconomista MADRID.

Un acuerdo más allá de las fronteras. La unión comercial entre *elEconomista* y *Vocento News* traspasa el ámbito nacional y alcanza el continente europeo y el americano. Por un lado, *elEconomista*, a través de su empresa Editora Digital Iberoamericana, que integra el periódico *Economiahoy.mx*, centrado en la información económica de México, se encargará de explotar la publicidad digital del grupo Vocento en el continente americano, a excepción de la realizada de forma programática en toda la agrupación, que continuará en manos de Vocento. Es un paso más en el crecimiento imparable de *elEconomista* en el mercado latinoamericano como potencia mundial de la prensa económica digital en lengua castellana.

El proyecto está liderado por Pilar Rodríguez, directora general de *elEconomista América*. La gestión publicitaria en México estará capitaneada por Víctor Hugo Gutiérrez Molotla, que a partir de ahora también será el responsable de comercializar la publicidad digital del aliado de Ecoprensa. El gigante naranja cuenta desde hace un año y medio en el país azteca con su propia publicación económica, tiempo en el que ya se ha situado a la cabeza de las webs financieras en este país. La gran apuesta de *elEconomista* por América Latina gana cuerpo y ya aporta el 36,1 por



Pilar Rodríguez, directora general de 'elEconomista América'. N. M.

El 36,1% de los usuarios únicos de las webs de 'elEconomista' procede de América

ciento de los 5.501.074 visitantes únicos del diario.

De otro lado, el convenio firmado ayer con la compañía editora del emblemático diario *ABC* también incluye la venta de publicidad por parte de *Vocento News* para *elEco-*

nomista en el continente europeo. De este modo, los dos grandes grupos irán de la mano en la comercialización global de los acuerdos publicitarios a nivel internacional, generando nuevas sinergias que permitirán a ambos avanzar posiciones a pasos agigantados a nivel mundial. Igualmente, en España, la venta de la publicidad en papel y en digital se hará de manera conjunta. Así, tres personas del equipo comercial de *elEconomista* pasan a integrarse en el departamento de publicidad del grupo Vocento.

La alianza entre los dos grupos de comunicación supone fortale-

cer las sinergias a nivel exclusivamente comercial. Ambas empresas continuarán manteniendo su propia línea editorial, al igual que no habrá ningún intercambio accionario. Por el contrario, sí supone la evidencia de que el gigante naranja se afianza en rentabilidad, habiendo cosechado un resultado económico positivo en sus cuentas al cierre del año 2015.

Un gigante americano

Las webs de *elEconomista* han conseguido colocarse en una posición de influencia entre los lectores de América Latina. La ola naranja alcanza 1,9 millones de usuarios en América, ocupando una posición de privilegio en México, con 627.143 visitantes, quedando así entre los grandes referentes económicos del país azteca y por delante de los sites de competidores como *Expansión*, que suman 107.204 usuarios únicos, y los de *Cinco Días* que se quedan en las 67.246 visitas.

En México, *Economiahoy.mx* lanzó el pasado mes de septiembre una herramienta básica de inversión, *Ecomex10*, que se ha consolidado en apenas unos meses como una referencia en el mercado. El nuevo portal ofrece una selección de los diez valores mexicanos con la mejor recomendación de los analistas que siguen los valores del IPC.

La presencia de *elEconomista* también se amplía al resto de países latinoamericanos. En Colombia, por ejemplo, suma una audien-

cia digital de 309.435 usuarios únicos. Las páginas webs de Ecoprensa se posicionan así muy por encima de dos de sus grandes competidores, los sites del rotativo salmón de Unidad Editorial, que acumulan 47.928 visitas, y los de la cabecera económica del Grupo Prisa, que tienen 31.627 visitantes.

El número de lectores digitales en Argentina sigue muy de cerca al de Colombia. Las webs de *elEconomista* consiguen 284.627 usuarios únicos en el país liderado por Mauricio Macri, con una distancia muy superior a la de las webs del periódico *Expansión* (63.408 visitantes), las de *Cinco Días* (51.367), pero también a *CNNExpansion.com*, que queda por debajo con 44.256 usuarios.

El grupo naranja alcanza unos lectores digitales muy igualados en los países de Perú y Chile, escalando mes a mes posiciones. Sus páginas webs suman 115.966 usuarios únicos en el país chileno a diciembre de 2015, y otros 115.003 en el peruano. En ambos casos vuelven a posicionarse muy por delante de sus principales competidores, como son los sites de *Expansión*, que acumulan 47.080 visitas en Perú y 41.231 en Chile o los de *Cinco Días* que, sin datos en Perú, tiene 25.145 usuarios en Chile. Finalmente, *elEconomista* también coge relevancia en Venezuela, donde sus páginas webs tienen 119.184 visitantes, 91.621 más que las del económico del Grupo Prisa y 96.512 más que *CNNExpansion.com*.



A la caza de un público cada vez más atomizado

► Nunca habían existido tantos canales y plataformas para llegar a los clientes potenciales ► Pero nunca había sido tan difícil, como ahora, conectar con el público



Una persona puede desdoblarse en varias personalidades, en función de si está interactuando en Facebook, Twitter o LinkedIn

Raúl Salgado

El público camina más rápido que la publicidad. En España, hemos pasado de la familia de «Cuéntame» al consumidor multipantalla. Y en la actualidad se encuentra muy atomizado. Si bien nunca habían existido más canales y plataformas para llegar al «target», nunca había sido tan difícil conectar con él. Público puede ser desde un niño hasta un anciano de 100 años, independientemente de su sexo, formación y status social. David Coral, presidente del Grupo BBDO&Proximity, explica que en España cada vez se parece más al de otros países desarrollados, porque la globalización y la tecnología han estandarizado los comportamientos. La evolución ha seguido la dirección de la progresiva homogeneización del público, debido al fenómeno de la estandarización cultural y tecnológica, facilitada por el lanzamiento de dispositivos y plataformas de comunicación digital en el mismo instante a escala global. «Si España, como muchos otros países

Europeos, tenía una idiosincrasia muy particular y distintiva en la década de los 60, 70, 80 e, incluso, 90, ahora podemos afirmar que compartimos unos patrones globales de forma creciente». Y Coral señala el reciente fenómeno de la adopción del «Black Friday» en nuestro país para ejemplificarlo.

Lidia Sanz, directora general de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), admite que el público está cada vez más atomizado, y expone que en

Desconexión

Debido a la facilidad de acceso a la información, los consumidores-ciudadanos son cada vez más exigentes, críticos y desconfiados con las marcas. «Examinan activamente antes de comprar –reflexiona Mata–, e indagan sobre la misión y sensibilidad social de las compañías. Buscan la opinión de otros consumidores, basada en la experiencia. Y se fían más de sus recomendaciones que de los mensajes de las marcas», agrega. El buen comprador compara y reflexiona,

1960 había 30,5 millones de españoles que vivían en 7,6 millones de hogares con una media de cuatro miembros, mientras que en 2013 ya había 46,4 millones de españoles en 18,2 millones de hogares, con una media de 2,5 personas. Los públicos se van atomizando porque disponen de una cantidad creciente de canales y plataformas que les permiten conectarse con otras personas, pero que a la vez los subsegmenta al subagrupar los en función de multitud de afinidades

hábitos que pese a surgir como consecuencia de la crisis se han convertido en un valor del consumidor inteligente y concienciado. Mata asegura que, más allá del precio y de la calidad, los consumidores demandan nuevos roles a las marcas, en especial a las grandes corporaciones. «Creen que deben contribuir al bienestar personal y de la sociedad. Piensan que la mayoría no está aún al nivel de estas expectativas», sentencia.

e intereses. «Esta atomización es imparable», destaca Coral. Además, y gracias a las interacciones digitales, cada persona también se «atomiza», como si adoptara múltiples prismas, y se convierte en un individuo más complejo de analizar. Y es que una persona puede desdoblarse en varias personalidades, en función de si está interactuando en Facebook, Twitter o LinkedIn.

Esta atomización obliga a que las estrategias sean mucho más personalizadas, a que no maten «moscas a cañonazos», ya que no hay presupuesto de medios suficiente para lanzar un mensaje de forma indiscriminada, en todos los canales y para todos los públicos. Por ello, el presidente del Grupo BBDO&Proximity indica que suelen complementarse inversiones en medios masivos con campañas extendidas a entornos digitales, que permiten afinar mucho más la microsegmentación.

El secreto para llegar al público cada día está más enfocado hacia la resolución de problemas o situaciones que afectan al individuo, hacia la aportación de valor añadido en la vida cotidiana. Sanz defiende que conocer en profundidad al público resulta clave para que una campaña sea exitosa. Aunque captar la atención dependa de muchos factores, Coral resalta la honestidad de la marca y de su mensaje para obtener credibilidad, la emotividad para conectar mejor –somos animales emocionales y no racionales–, la sorpresa, y la relevancia para garantizar el interés.

Los anunciantes invierten mucho en investigación para descubrir los perfiles de cada «target», así como las tendencias que van modificando su comportamiento. «Sin conocer bien el «target» es imposible tener éxito empresarial». Coral sostiene que no conocer exhaustivamente al público conduce al fracaso, y recuerda una frase de John Wanamaker, quien pasó a la historia por afirmar, a principios del siglo pasado: «Tiro la mitad de mi presupuesto de publicidad, lo que ocurre es que no sé qué mitad es».

Conocer al público es vital, pero ¿qué deben tener en cuenta las empresas para captarlo? Dionisia Mata, Data Insights Director de Havas Media Group, afirma que lo más importante es escuchar e intentar entender al nuevo consumidor, y hacer una profunda reflexión sobre su rol como marcas y su forma de relacionarse. Asimismo, aboga por implementar cambios en los mensajes, tanto en el fondo, primando la honestidad y la transparencia, como en la forma: más claros, sencillos, directos y horizontales. En el área personal/emocional, opina que la clave son las experiencias. Y es que las acciones que permitan la interacción con los consumidores llegan más que los simples mensajes unidireccionales. Mata no sólo se posiciona a favor de las compañías/marcas más humanas, cercanas y tangibles, sino que asegura que las redes sociales, «influencers» y los eventos y experiencias participativas serán los grandes aliados en la reconstrucción de esa relación y confianza perdidas.



Libros

16

La crónica «sudaca»

Martín Caparrós reivindica la mirada de los reporteros de la escuela de periodismo iberoamericana. Un estilo bien distinto de la escritura anglosajona que encarna Jon Lee Anderson

El viejo sueño de Martín Caparrós era publicar en *The New Yorker*. El escritor argentino, patriarca del nuevo periodismo iberoamericano, aprovechó un viaje a México para desplazarse a la ciudad de Juchitán y contar la vida de los *muxes*, como se conoce allí a travestis y transexuales. «El tema parecía cumplir ciertos requisitos: la originalidad, la cuestión de género tan cara a la progresía americana, la mezcla de exotismo y cercanía», dice Caparrós en *Lacrónica* (Círculo de Tiza). Firmar en *The New Yorker* es publicar en la revista de referencia en todo el mundo del periodismo de gran formato.

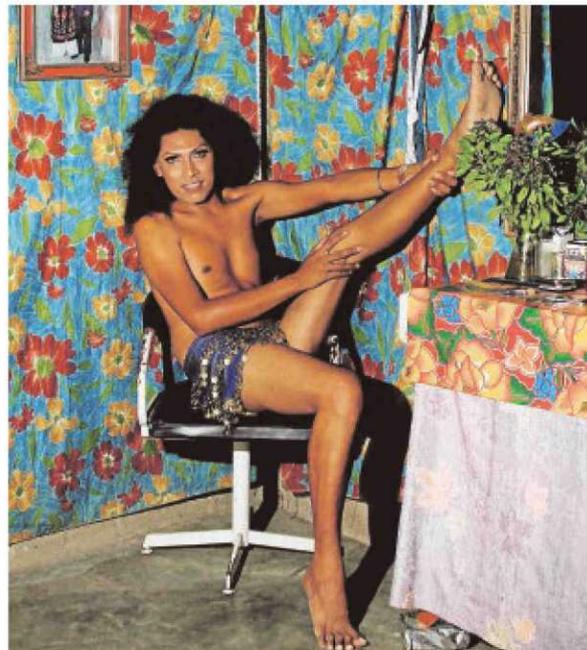
Caparrós preparó la historia con la idea de ofrecérsela al semanario, la tradujo y consiguió que la recibieran. «Al cabo de un par de meses un editor me escribió que mi texto era "demasiado literario": yo nunca habría imaginado que ese podía ser un motivo de rechazo en el *New Yorker*». Años más tarde, en 2003, «*Muxes de Juchitán*» fue publicada en «una rara revista», *Surcos*. «Lacrónica, entonces, seguía siendo un poco paria. Pero ya, vaya a saber por qué, empezaba a ponerse famosa», concluye.

La no ficción, de moda

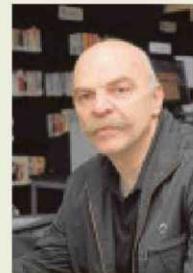
En los años treinta, cuando ya llevaba unos años publicando reportajes largos (o crónicas, como se les llama en América Latina) la revista neoyorquina fijó su estilo en una guía de 31 puntos. Nada de encadenar tres adjetivos en los nombres, como hace Caparrós al escribir «sus hijos valientes, trabajadores, bravos». Nada de empezar las frases con «y» o «pero», porque las conjunciones no se deben usar para conseguir un efecto literario. Algunos ejemplos en «*Muxes de Juchitán*»: «Y la desdentada empieza... / Y después la señora. / Y se les nota... / Pero seguía... / Pero, sobre todo...».

Se pusiera de moda en los 2000 o hace décadas, 2015 fue sin duda el año de la no ficción. El Nobel a Svetlana Alexiévich, el primero que se concede a un escritor por su trabajo periodístico, elevó la no ficción a la altura de las mejores novelas. La crónica cada vez tiene más protagonismo en los catálogos de las editoriales consagradas y nacen otras —Dioptrias, Círculo de Tiza o Libros del K.O.— que solo publican este género.

El libro de Caparrós, «referente» e «inspiración» de la reportera argentina Leila Guerriero, fue uno de los títulos más destacados del último cuarto del año pasado. En *Lacrónica* el



NELSON MORALES



ESTILO LITERARIO
The New Yorker rechazó a Caparrós (arriba) el reportaje «*Muxes de Juchitán*» porque su texto era «demasiado literario»: «Nunca habría imaginado que ese podía ser un motivo de rechazo», dice el escritor

reportero recoge los mejores reportajes que ha publicado en sus 30 años de profesión. Es su «autobiografía profesional». Entre texto y texto, reflexiona sobre el periodismo.

Dice que un cronista es quien «literaturiza el periodismo»; una crónica, «eso que nuestros periódicos hacen cada vez menos». Defiende que el reportero debe combinar la mirada con la escritura, lo que él llama «la actitud del cazador»: estar atento a cada detalle porque todo puede ser materia de una historia. La crónica, «lo que otros llaman "nuevo periodismo"», debe ir contra el público, contar lo que muchos no quieren saber.

Los viajes de Meneses

Las reflexiones de Caparrós bien podrían ser el manifiesto de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano. Fundada por Gabriel García Márquez, esta institución ha ayudado al auge de la no ficción, género cul-

tivado de forma militante por reporteros latinoamericanos: Alberto Salcedo Ramos, Alma Guillermoprieto, Diego Fonseca... «La crónica es un género sudaca», reivindica Caparrós.

Caparrós también defiende el uso de la primera persona, siempre que el cronista no hable «más de sí que del mundo», pero dedica las primeras 15 páginas de «Belgrado. La guerra moderna» a contar las dificultades que tuvo para conseguir un visado en su primera vez en la guerra. Cuando aborda la cuestión de la fidelidad a los he-

chos, dice que en determinados casos no es relevante ser veraz al distinguir si llueve o hace sol, o si el té lo lleva una señora vestida de verde o un muchacho vestido de azul. Más adelante relata la historia de una mujer víctima de la explotación sexual y escribe: «Afuera nieva. Lo bueno de la nieve es que vaga en el aire: allí donde la lluvia cae, la nieve flota, hace como si no tuviera un fin, como si no quisiera nada». Es inevitable sospechar si en realidad hacía sol.

Juan Pablo Meneses forma parte de esta corriente de re-

porteros latinoamericanos. Creador de la Escuela de Periodismo Portátil, este periodista chileno viaja en *Una vuelta al Tercer Mundo* (Debate) por Dakar, Etiopía, Brasil, Bolivia, Pakistán y Ucrania para descubrir qué se esconde en las zonas que menos atención reciben.

Una idea estupenda con una ejecución fallida. A veces la escritura es ampulosa y afectada. Su intento por trascender el periodismo clásico le lleva a experimentos como escribir 41 veces seguidas la palabra «crisis», 28 veces «comer» sin espacios entre medias o dejar pulsada la tecla «a» hasta dejar un mazacote de 256 aes.

En sus reflexiones sobre «lacrónica», Caparrós se olvida de los editores, una figura que no solo orienta y corrige al autor, sino que advierte a tiempo de que ideas aparentemente geniales en realidad no lo son. En *Una vuelta al Tercer Mundo* se echa en falta una buena edición.

Escuela anglosajona

El estilo efectista de Caparrós y Meneses contrasta con el de Jon Lee Anderson en *Crónicas de un país que ya no existe*. Sexto Piso traduce las crónicas que el reportero estadounidense, también maestro de la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, escribió para *The New Yorker* desde Libia durante la caída del dictador Gaddafi.

Con la sobriedad propia del periodismo anglosajón, no hay palabrería ni la primera persona del reportero se apropia de las crónicas. El estilo de *The New Yorker* no es literario: la información y la claridad priman sobre todo lo demás. El volumen es un documento de gran valor para entender cómo Libia se libró de Gaddafi para quedar a merced de «la tiranía de una inestabilidad generalizada y peligrosa». Sexto Piso acierta al insistir con un autor cuyas crónicas africanas ya tradujo en *La herencia colonial y otras maldiciones*.

La lectura conjunta de Caparrós, Meneses y Anderson hace bueno el temor del periodista Miguel Ángel Bastenier: «Cuando me dicen que han hecho periodismo literario tengo la sensación de que me quieren estafar».

JAIME G. MORA

Crónicas de un país...
Jon Lee Anderson



Crónica Traducción de Gabriel Pasquini Sexto piso Año 2015 200 páginas 21 euros

Lacrónica
Martín Caparrós



Crónica y ensayo Editorial Círculo de Tiza Año 2015 620 páginas 23 euros

Una vuelta al tercer mundo
Juan Pablo Meneses



Crónica Editorial Debate Año 2015 224 páginas 18,90 euros E-book: 9,99 euros



La trayectoria empresarial de Carles Puigdemont anterior a su entrada en política destacó sobre todo por sus proyectos con Administraciones públicas

Un emprendedor del bien público

CRISTIAN SEGURA, Barcelona
La trayectoria profesional de Carles Puigdemont antes de saltar a la arena política en 2006 destacó por ser un baile de proyectos para Administraciones públicas. Su hiperactividad promocionando empresas de comunicación fue directamente proporcional al apoyo que recibió de ayuntamientos, diputaciones y gobiernos para que sus ideas se hicieran realidad. Puigdemont ha sido sobre todo un emprendedor privado de proyectos públicos.

El presidente de la Generalitat es periodista de oficio. Entre 1979 y 1994 trabajó para el diario *El Punt*, llegando a ser redactor jefe. En 1994 fundó su primera empresa que dejó huella, Cat Edicions, una sociedad que ofrecía servicios de prensa a ayuntamientos de la provincia de Girona. Cat Edicions evolucionó en un servicio de comunicación público por internet, InfoGi. La Diputación de Girona lo presentó como un proyecto propio en 1998. La revista *Antena Local* explicó en 1998 que "está previsto que InfoGi pase a ser gestionada por CLCC y que se extienda a todo el principado". CLCC es el Consejo Local y Comarcal de Comunicación, un ente que crearon las tres diputaciones controladas entonces por CiU, Girona, Lleida y Tarragona. El CLCC acogió el proyecto empresarial más grande que puso en marcha Puigdemont, Intracatalònia. Esta sociedad es la gestora de la Agencia Catalana de Noticias (ACN). La ACN fue en un primer momento un medio público de las tres diputaciones. Durante la dirección de Puigdemont, la ACN pasó en 2000 a ser de titularidad privada, adquirida por el grupo Planeta y Caixa Catalunya. En 2002, el año que Puigdemont abandonó la dirección, la Corporación Catalana de Radio y Televisión —la actual CCMA— adquirió el 51% de Intracatalònia. La totalidad de la sociedad pasó a manos de la Generalitat en 2005. Un portavoz del presidente explica que Puigdemont siempre quiso que la ACN se mantuviera en manos públicas.

En septiembre de 2002, una vez dejó la ACN, Puigdemont asumió su primer cargo público desligado de sus proyectos, director de la Casa de Cultura de Girona —dependiente de la Diputación de Girona. Puigdemont aparecía en aquella época repetidamente en los boletines del Ayuntamiento de Girona como moroso de impuestos municipales: del IBI, del IAE, la tasa de basuras y la de circulación.

Las notificaciones por deudas empezaron en 1997 y finalizaron en mayo de 2006, un mes antes de ser nombrado candidato por CiU a la alcaldía de Girona. Quien tenía que ser el candidato, Carles Mascort, renunció ese mayo por sorpresa a encabezar la lista tras haber recibido



El presidente de la Generalitat, Carles Puigdemont. / ALBERT GARCIA

El jefe del 'Govern' fue advertido 24 veces por impago de impuestos locales

El 'president' quería que la ACN se mantuviera bajo titularidad pública

amenazas de muerte contra su familia. En total, durante nueve años, Puigdemont fue advertido 24 veces por impago de impuestos —incluido un aviso del Ayuntamiento de su localidad natal, Amer—, de la Seguridad Social e incluso por embargos. Puigdemont llegó a deber al Ayuntamiento de Girona más de 1.600 euros, según el Boletín Provincial. Puigdemont justifica que parte de estos retrasos se debían a cambios de domicilio "y a cuestiones particulares".

Puigdemont asumió la dirección de la Casa de Cultura con la principal misión de coordinar el trabajo entre la Generalitat y el Gobierno español de la que sería la Biblioteca Pública Carles Rahola: "Puigdemont llevará a cabo la coordinación entre el Ministerio de Cultura y la Generalitat de Catalunya. También deberá dirigir la redacción del proyecto de usos del nuevo equipamiento una vez entre en uso la

nueva biblioteca". El proyecto no se inició hasta cinco años más tarde. El espacio se inauguró en 2014 con Puigdemont siendo alcalde. La principal iniciativa de Puigdemont al frente de la Casa de Cultura fue una exposición sobre el paso de George

Orwell por la Guerra Civil. En una entrevista de 2003 para la televisión municipal de Girona, el presidente justificó la muestra porque Orwell "es un escritor que tuvo el detalle de poner el nombre de nuestro país, Cataluña, en uno de sus libros más

célebres, que de alguna manera internacionalizó la marca Catalonia". El comisario de la exposición fue Miquel Berga, profesor de Literatura Inglesa en la UPF. Berga relevó en 2011 a Puigdemont al frente de *Catalonia Today* cuando Puigdemont, por entonces ya diputado, asumió la alcaldía de Girona.

Puigdemont fundó *Catalonia Today* en 2004. Este periódico en inglés ha estado desde su inicio vinculado a Hermes, editora de *El Punt Avui*. Tanto Berga como la mujer de Puigdemont, Marcela Topor, trabajan actualmente en *Catalonia Today*. El periodista Xavier Rius explicó en 2005 en el digital *e-Notícies* que Puigdemont le sugirió otra propuesta para internacionalizar la identidad catalana desde el ámbito público: "Hace unos días vino a verme Carles Puigdemont para hablar de negocios y me dio una idea brillante: reconvertir *Catalunya Cultura* —emisora pública hoy desaparecida— en *Catalunya English*".

Puigdemont creó en 2006 la empresa Doble Utopia con el director de Catalunya Ràdio, Saül Gordillo. Doble Utopia era propietaria de Poliblocs, una plataforma de blogs que en 2009 pasó a controlar el diario digital *El Singular*. *El Confidencial* informó que los medios de comunicación administrados por Puigdemont recibieron más de 480.000 euros en subvenciones de la Generalitat. El presidente ha asegurado que estas ayudas eran perfectamente legales y que fueron concedidas por Gobiernos de CiU y del tripartito.



Víctor Amela guanya el Lull amb un “Robin Hood ultralocal”

‘La filla del capità Groc’, primera novel·la en català del periodista Víctor Amela, s’ha emportat el 36è premi Ramon Llull, dotat amb 60.000 euros. És la història, basada en fets reals, de Tomàs Penarrocha, un home que es va enfrontar a l’exèrcit espanyol després de la Primera Guerra Carlina



◆◆◆◆◆ Jordi Nopca

Darrerament, la ficció històrica ha fet fortuna comercial rescatant de l’oblit “herois” que no formen part de l’imaginari social. Ha sigut el cas d’Albert Sánchez Piñol, que va escollir Martí Zuviría com a personatge principal de *Victus* (La Campana, 2012), que tenia un paper ambivalent durant el setge de Barcelona del 1714, o més recentment, recuperant la figura del soldat Pere Joan Barceló, *Carrasclat*, a *Vae victus* (La Campana, 2015). El jurat del premi Ramon Llull, integrat per Anne-Laure Aymeric, Carles Casajuana, Pere Gimferrer, Gemma Lienas i Emili Rosales, ha parat esment a la tendència i ha recompensat amb els 60.000 euros del guardó –convocat per l’editorial Planeta– el periodista Víctor Amela.

La filla del capità Groc, que serà publicada el dia 2 de març, se centra en el guerriller valencià Tomàs Penarrocha (1805-1844), que va plantar cara a l’exèrcit espanyol després d’haver lluitat en la Primera Guerra Carlina, que va acabar el 1840. “Aquesta història és romàntica per diversos motius –avança–. En primer lloc, per l’època, perquè passa al segle XIX. També pels escenaris, perquè l’acció es desenvolupa als ports de Morella i el Maestrat. I, finalment, perquè la història que vi-

‘LA FILLA DEL CAPITÀ GROC’ EXPLICA LA RESISTÈNCIA D’UN GUERRILLER AL PAÍS VALENCIÀ ENTRE EL 1840 EL 1843

ELS PERSONATGES DE VÍCTOR AMELA ES MOUEN PER “LES PASSIONS DE L’AMOR, LA GELOSIA, L’AMISTAT I LA TRÀIDORIA”

uen els personatges protagonistes també està impregnada de l’esperit del romanticisme”. Amela, que va començar escrivint el llibre en castellà i va canviar de llengua perquè “els personatges ho necessitaven”, s’ha aproximat a Penarrocha com a “home senzill” que, un cop vençut les tropes de Ramon Cabrera, torna a casa, al petit poble valencià del Forcall. “La intenció del Tomàs és recuperar la vida amb la dona i la filla, la Manuela, però les circumstàncies faran que hagi de tornar a defensar els valors tradicionals”. A partir d’aquesta premissa, que fa que Penarrocha es converteixi en el resistent conegut com el Groc del Forcall, els personatges són sacsejats “per les passions de l’amor, la gelosia, l’amistat i la traïdoria”. Amela fa una pausa dramàtica i afegeix: “I, sobretot, per l’entrega sacrificada en defensa d’uns somnis”.

Guerra i ideals

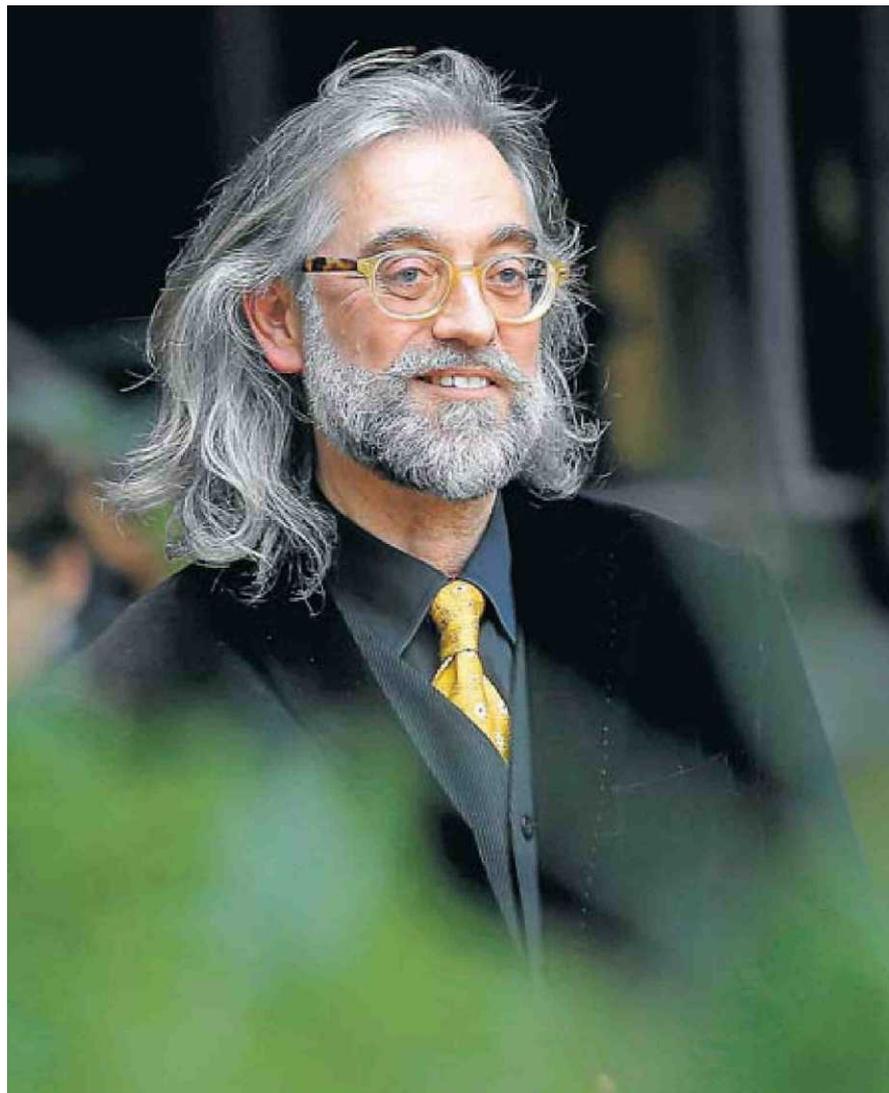
Gemma Lienas, en nom del jurat, recorda quins han sigut els motius per escollir *La filla del capità Groc* com a novel·la vencedora entre les 48 obres que s’hi havien presentat: “És una història que m’ha encantat. Té molt de ritme i t’enganxa. Si la deixava de llegir per fer altres coses volia tornar-hi de seguida. Podria haver sigut una novel·la bèl·lica, però és una novel·la d’ideals i de passi-

ons. És destacable com sent els sentiments i emocions dels personatges: te’ls fa viure. I això no és una qualitat tan fàcil de trobar en l’escriptura masculina”.

Al costat del personatge de Tomàs Penarrocha, Amela ha volgut donar importància a la seva filla Manuela. “És una nena de 13 anys de temperament ardent que considera que el seu pare és un heroi i que no dubta a ajudar-lo”, resumeix. Ambientada al Forcall i els “ports màgics” de Morella i el Maestrat, on l’autor va estiuajar de petit, la novel·la recorre els tres anys que l’heroi valencià va plantar cara als emissaris de la reina Isabel II, entre els quals hi havia el general Juan de Villalonga y Escalada, que acabaria sent en el primer marquès del Maestrat. “Espero que Penarrocha es converteixi en el nostre Robin Hood ultralocal –diu Amela–, perquè ajudava els masovers i va poder resistir l’embat de l’exèrcit espanyol durant tres anys tot sol, amagant-se en coves, boscos i barrancs. Voldria que aquest heroi tan vinculat a una terra acabí convertint-se en universal”.

Els valors del tradicionalisme

La filla del capità Groc vol ser “un homenatge i reivindicació” de la zona d’on provenen els seus avantpassats. “El meu pare va néixer a Barcelona, fill d’un forcallà que havia emi-



ALEJANDRO GARCIA / EFE

grat de la seva terra d'origen l'any 1914 –recorda-. L'emigració de la generació de l'avi té molt a veure amb els fets històrics que són el refons d'aquesta novel·la. Els valors tradicionals del carlisme van acabar fent vessar sang. La batalla que es va viure a prop de Morella és la mateixa que va tenir lloc a la ruralia catalana durant la primera meitat del segle XIX. És important recordar que entre el 1838 i el 1840 hi va haver un petit regne independent a Espanya, comandat pel general Ramon Cabrera”.

Amela ha volgut narrar la història d'una causa perduda partint de textos d'història local, de les pròpies experiències personals i familiars, i de les memòries del gendre de Penarrocha, José Bordás Marcoval. També l'han inspirat alguns llibres: “Sóc un lector apassionat de les novel·les de Pío Baroja ambientades a Morella –diu-. I també de *La campaña del Maestrazgo*, de Benito Pérez Galdós, que forma part dels *Epidios nacionales*. A *La filla del capità Groc* hi ha amagades algunes pistes que tenen a veure amb aquestes lectures. També hi ha un petit homenatge a *Les històries naturals*, de Joan Peruchó [que transcorre a la mateixa època], i a un llibre que connecta amb la part de bruixeria de la meua novel·la, *La Bíblia en España*, de George Borrow”.

ELS TRES ÚLTIMS ÈXITS DE VENDES D'AMELA



'Amor contra Roma'

EDICIONES B

A *Amor contra Roma*, un jove ibèr s'implicava en la revolució amatòria del poeta Ovidi contra les lleis de l'omnipotent Cèsar August. Amela va aconseguir ser un dels autors més venuts del Sant Jordi del 2014.



'El càtar imperfecte'

EDICIONES B

Tresors i ramats, moriscos i endevins, rituals i inquisidors, jueus, templers i càtars s'entrecreen en els paisatges d'una història real ambientada a principis del segle XIV.



'Tots els meus secrets...'

EDICIONES B

Amela és un personatge televisiu popular. Ho aprofita a *Tots els meus secrets*, en què explica, entre altres coses, quins mitjons porta... i revela algun detall sobre el seu prepuç.



VEIENT-LES PASSAR

Josep M. Oliva



LA PERIODISTA DE L'ANY

Si s'atorgués el premi al Periodista de l'Any i depengués de mi, el del 2015 se l'enduria la Gemma Camps. Sense cap mena de dubte. En l'entrevista que va fer a l'Adam Majó al **Regió7** del 24 de desembre, li va formular una pregunta que em va semblar exemplar i que hauria de proposar-se com a model als estudiants de periodisme. Des del dia 20 d'aquest mes l'Adam Majó exerceix com a comissionat de l'Ajuntament de Manresa per tractar de revifar el barri vell

(ara dit, pomposament, «centre històric»), i la pregunta a què faig referència, que és amb la que la Gemma Camps encetava la seva entrevista, era la següent: «Quina serà la seva feina? Si pot ser, explicada sense paraules tipus sinergia. Que s'entengui, vaja». Em va semblar brillant.

Un periodista ha d'exercir de notari de la realitat, de testimoni de les coses que passen, però també les ha de saber explicar d'una forma entenedora. I quan actua d'entrevistador ha de situar-se en el lloc dels seus oients o

dels seus lectors i ha de procurar que la persona entrevistada s'expressi amb paraules comprensibles. I si es dóna el cas –que es dóna tan sovint– que l'entrevistat es despengi amb alguna d'aquelles que molts no sabem què volen dir, hauria de ser obligat que li preguntés pel seu significat. Sense complexos. Si cita «els agents socials» caldria demanar-li que expliqués què és un agent social, perquè el comú dels mortals no en coneixem cap, d'agent social, ni sabríem on anar-lo a buscar. I si parla d'«ele-

ments dinamitzadors» se li hauria de demanar que en posés alguns exemples per saber exactament què vol dir. I ja seria el sùmmum del sùmmum si, cada cop que l'entrevistat deixés anar alguna d'aquelles expressions tan ampulloses com un vers del Tenorio, l'entrevistador li ho fes notar, ni que només fos per posar-lo en evidència. Que si digués «en seu parlamentària» li demanés si es refereix al Parlament; si digués «en seu judicial» li demanés si es refereix al jutjat; si parlés de «visualitzar» li demanés si vol dir «veure» i si di-

gués que «s'esperen precipitacions en forma de neu» li demanés si vol dir que nevarà. Dono fe que no és pas aquest l'estil de l'Adam Majó, que és algú a qui he admirat, molts cops des de la discrepància, perquè sap construir uns bons arguments amb un llenguatge planer i les seves opinions sempre m'han semblat interessants. Però vaig celebrar aquella pregunta de la Gemma Camps perquè em vaig sentir representat per ella. Tant de bo pogués sentir el mateix amb tots els periodistes.



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

L'Abc', Núria Cadenes i un titular com una flor de lis

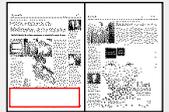


Núria Cadenes ha guanyat el premi Crims de Tinta de novel·la negra. Molts mitjans recullen el fet i alguns, en el text, recorden que l'autora va passar quatre anys a la presó arran de la seva presumpta participació en un intent d'atemptat de Terra Lliure. Ho fa, per exemple, *El Periódico*, en uns paràgrafs precedits del títol "Antecedents": no sé si va amb segones. El cas va ser polèmic, perquè els altres dos encausats asseguraven que ella no pertanyia a l'organització. I, de fet, se la va absoldre d'aquest càrrec, tot i que la van

condemnar per tinença il·lícita d'armes. Però tot i aquest *background* l'Abc no passa ànsia i es despenja amb el títol "De condemnada per terrorisme a guanyadora de novel·la negra". A part de resultar tècnicament imprecís, se li nega a Cadenes la possibilitat de ser alguna altra cosa que una "condemnada-per-terrorisme": el seu nom ni se cita al titular. Diu molt també, aquest títol, de la concepció del diari de la reinserció social. Ja fa quasi 25 anys que Cadenes va saldar comptes amb la societat (o, per ser més precisos, amb el sistema judicial espanyol) i des d'aleshores ha escrit novel·les, s'ha presentat dos cops en llistes electorals i regenta la llibreria 3i4 de València. Però no: el diari treu el ferro roent amb forma de flor de lis i la marca a foc, com es feia amb *la mala gent* al segle XVII. Això sí, després s'esquinçaran les vestidures si algú invoca la memòria històrica.

Àlbum de titulars

"Carmena 'passa' de l'estand de Salamanca a Madrid Fusión i no menja pernil" (La Gaceta de Salamanca, afectadíssims)



SETENA EDICIÓ

Premis de 'Mujer Hoy'

Un any més la revista *Mujer Hoy*, que s'entrega cada diumenge amb EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, ha entregat els seus premis a les dones més distingides d'Espanya. El Casino de Madrid va acollir una gala conduïda per la presentadora **Mar Saura**.

En aquesta setena edició, les guardonades han sigut la productora televisiva **Teresa Fernández-Valdés**, l'empresària **Nieves Álvarez**, l'escriptora **Dolores Redondo** i **Carmen**

Peña, presidenta mundial dels farmacèutics. També han distingit el periodista **Roberto Arce** amb el premi Compromiso Masculino pel seu programa *Amores que duelen*, on dona veu a víctimes de maltractaments.

La directora de *Mujer Hoy*, **Charo Carrera**, va fer referència al rediseny que aquest any s'ha dut a terme a la web de la revista i va destacar que se sent molt orgullosa perquè «ha guanyat en activitat i eficàcia

amb la seva nova versió *responsive*». També va subratllar que segueix sent la publicació més llegida en castellà al nostre país, amb gairebé 1,5 milions de lectors. Per la seva part, la directora del Taller de Editores, **Laura Mújica**, va afegir que *Mujer Hoy* «serveix cada setmana per obrir finestres» i que estan «absolutament compromeses amb la informació, l'excel·lència, la credibilitat i la qualitat periodística». ≡





Vasile defensa el directe per competir amb la televisió a la carta

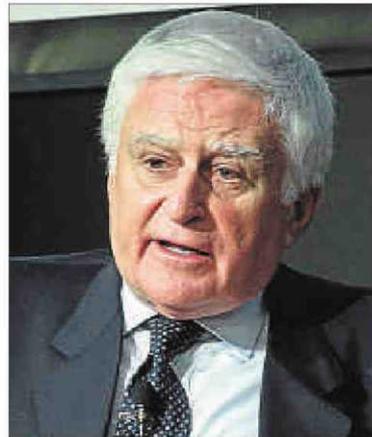
El conseller delegat de Mediaset creu que el mitjà televisiu és “el millor amic de l’home”

FRANCESC PUIG

Barcelona

El conseller delegat de Mediaset España, Paolo Vasile, defineix la televisió com el millor amic de l’home per la companyia que ofereix. “La televisió està sempre amb nosaltres i, a més, és fidel com un gos: s’encén si tu vols i, si li dius que parí, s’atura”, va comentar Vasile en la conferència que sota el títol de *La televisió: el millor amic de l’home* va pronunciar ahir al 24a sessió del Fòrum de la Comunicació organitzat pel Consell Audiovisual de Catalunya (CAC).

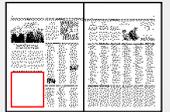
Vasile es va mostrar optimista respecte al present i futur de la televisió generalista en oberta Espanya i va definir el moment de “molt brillant”, condicionat només pel mercat publicitari. “Una televisió privada només pot anar bé en un país que va bé”, va assenyalar. També es va mostrar convençut que la televisió continuarà tenint una centralitat fonamental gràcies en part a la circularitat que es produeix en el nou consum. “L’espectador adult acudeix a internet per complementar el visionat d’un programa, mentre que en les noves generacions



LAURA GUERRERO

Paolo Vasile, ahir a Barcelona

passa al revés: a partir del que veuen a internet i les xarxes socials, acudeixen després a la televisió”. “No veiem internet com un enemic, sinó un complement a la televisió tradicional”, va sentenciar. Pel que fa a la competència de la televisió a la carta, Vasile va assegurar que la millor manera de competir és el model que ofereix Telecinco: inundar la graella amb programes en directe. “Aquest model de televisió és la millor alternativa a la fredor de la televisió a la carta”, va dir.●

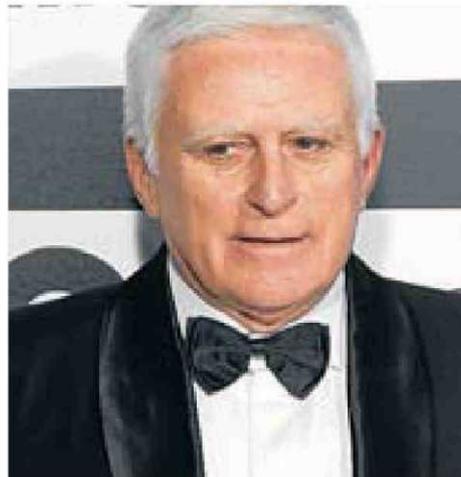


Paolo Vasile augura per a 8TV "un grandíssim futur"

El conseller delegat de Mediaset, Paolo Vasile, va defensar la vigència de la televisió en obert en una conferència organitzada pel Consell Audiovisual de Catalunya (CAC), dins del cicle Fòrum de la Comunicació. L'executiu considera que "el model de televisió convencional, tan brillant, tan fresc, esperpèntic de vegades i ple de soroll, contrasta amb la fredor de la televisió a la carta". Així, ha justificat que el seu grup hagi sigut un dels últims a implantar un sistema pensat per a les televisions intel·ligents. "Jo no sóc partidari del *first mover*, ja que el fet de ser el primer et proporciona més glòria que èxit. Nosaltres som més partidaris de fer salts en el revolt del coneixement i així ens estalviem situacions inútils. Preferim comprovar, en primer lloc, que funcioni i, en segon, que hi hagi un públic suficient", ha assenyalat.

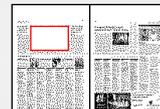
Vasile ha explicat també que la seva entrada en el capital de 8TV, amb un 40% de les accions comprades al Grupo Godó, no obeeix a una inversió per la qual esperi un retorn immediat. "En el món de la televisió, les coses no funcionen com ho fan els cotxes, sinó que tenen un altre ritme. En qualsevol cas, jo li veig a 8TV un grandíssim futur", ha explicat.

El president del CAC, Roger Loppacher, ha aplaudit que l'acord de 8TV i Mediaset possibiliti veure alguns continguts en català



El conseller delegat de Mediaset, Paolo Vasile, en una imatge d'arxiu. GETTY

que, si no, no serien en aquesta llengua. "Crec que és molt rellevant destacar que aquesta col·laboració va permetre veure a Catalunya el Mundial de clubs retransmès en llengua catalana. Una iniciativa que cal valorar i que fora bo que tingués continuïtat i, fins i tot, que es pogués estendre a altres continguts", ha afegit. Vasile ha parlat també del rol d'internet en els mitjans: considera que no és un "enemic" sinó un complement de la televisió. **A.G.**



Neus Comellas assumeix la direcció comercial de les emissores de Catalunya Ràdio

ACN | MANRESA

■ La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha renovat l'àrea de Comercial i Màrqueting, que dirigeix Carles Manteca, per avançar en un nou model de gestió de la publicitat i les marques, reforçar la competitivitat de TV3 i Catalunya Ràdio i potenciar-ne les sinèrgies. Una novetat la protagonitza la manresana Neus Comellas, que assumeix la direcció comercial de les emissores de Catalunya Ràdio, en substitució de Lluís Carrasco, i manté la responsabilitat corporativa que tenia fins ara en l'àmbit del Desenvolupament de Negoci Publicitari.

Des de la seva incorporació a la

CCMA el 2005, Comellas ha estat directora comercial de TV3 i corporativa. Actualment era responsable de Nou Negoci i Desenvolupament Comercial. També havia estat directora de Servei Client i cap de planificació de mitjans a Media Planning Grup (actualment Havas Media), entre el 1990 i el 2005. És llicenciada en Ciències de la Informació per la UAB, en l'especialització de Publicitat i RRPP, i Màster en Gestió i Direcció d'empreses de comunicació per IESE.

La nova estructura ha d'enfortir el posicionament estratègic de la CCMA davant dels reptes del sector, optimitzar els recursos per millorar l'eficiència del grup, simpli-



ARXIU/SALVDOR REDÓ

Neus Comellas

ficar-ne la gestió organitzativa i agilitar la presa de decisions. Així la CCMA unifica la direcció de Màrqueting dels àmbits de televisió, ràdio i mitjans digitals, sota la direcció de Dani Reyes, que actualment liderava l'estratègia de màrqueting de TV3 i dels mitjans digitals de la CCMA.

Finalment cal destacar que Ramiro García serà el nou cap de la Delegació Comercial de la CCMA a Madrid en substitució d'Esteve Tiana.



Mediaset recurre el decreto que obliga a las 'teles' financiar el cine

La normativa exige a los medios aportar el 5% de sus ingresos

E. Díaz MADRID.

El Tribunal Supremo ha admitido a trámite el recurso contencioso administrativo que interpuso Mediaset contra el decreto que obliga a las televisiones a financiar al cine europeo y español, según publicó ayer el BOE.

El Real Decreto se remonta al año 2004 y exige a los teleoperadores privados destinar como mínimo el 5 por ciento de sus ingresos anuales a la financiación de películas, y el 6 por ciento en el caso de que sean empresas públicas. Están obligadas a pagar este porcentaje todas las televisiones que emitan durante el año largometrajes con menos de siete años de antigüedad. El decreto establece además que de dicho porcentaje, se destine el 60 por ciento a financiar producciones cuya lengua original sea cualquiera de las oficiales de España. La normativa fue avalada además en 2009 por el Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) publicó el pasado mes de abril de 2015 una auditoría de la obligación de financiar al ci-

183,4

MILLONES DE EUROS

Es la financiación que destinaron las teleoperadoras españolas al cine en 2012.

ne del año 2012, el más reciente auditado, y concluyó que el total de los 19 operadores nacionales que entran en el Real Decreto aportaron 183,4 millones al cine.

Telepromociones

La Sala de lo Contencioso-Administrativo avaló ayer la regulación de las telepromociones que establece su duración mínima en dos minutos, al desestimar el recurso contencioso-administrativo interpuesto por la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (Uteca) contra el Real Decreto 21/2014 que modificó la Ley General de la Comunicación Audiovisual por el que se regula la telepromoción. Uteca solicitó la nulidad de la nueva regulación que estableció la duración de telepromociones en 2 minutos y no en 45 segundos.



Prisa ampliará capital por 150 millones por el canje de deuda

Emitirá bonos convertibles a dos años y 10 euros por acción

eE MADRID.

El Grupo Prisa ha alcanzado un acuerdo con varios de sus principales acreedores para llevar a cabo una emisión de bonos necesariamente convertibles en acciones ordinarias de la compañía mediante el canje de deuda financiera por un importe mínimo de 100,18 millones de euros y máximo de 150 millones euros, según anunció ayer la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Los bonos tendrán una duración de dos años y un precio unitario de conversión de 10 euros por acción de Prisa.

La compañía ha recibido las comunicaciones de las entidades acreedoras del grupo (HSBC Bank, filiales del grupo Santander y CaixaBank) informando de su compromiso irrevocable de suscribir la emisión mediante el

32,09

MILLONES DE EUROS

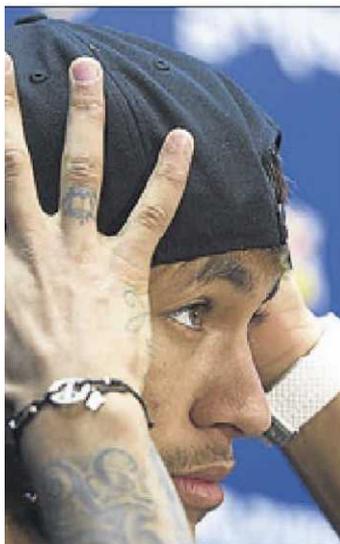
Es la cantidad por la que se emitirán bonos dirigidos a los acreedores bancarios.

canje de préstamos de los que son titulares.

La emisión de los bonos debe ser aprobada por la Junta General de accionistas y se dividirá en dos tramos. Se fija el *tramo A* por un importe total de 32,09 millones, dirigido exclusivamente a los acreedores bancarios, y el *Tramo B*, por un importe total de 117,9 millones, dirigido a los titulares de préstamos participativos en virtud del contrato de financiación sindicada suscrito por Prisa en diciembre de 2013.

**L'ENUIG****Neymar diu «beneit»
a un periodista**

El davanter del Barça va desmentir una informació segons la qual dijous va estar i va sopar a Madrid. Neymar va penjar una gravació seva a Snapchat que va titular 'Encàrrec per a un periodista que parla merda', dirigint-se a Manolo Lama (Cadena Cope, Cuatro), que va informar a l'emissora radiofònica d'aquest presumpte sopar. Ahir, al canal de televisió es va donar el nom del restaurant al qual va anar el futbolista blaugrana suposadament amb uns amics. En la breu filmació es veu també el pare del davanter. «Manolo Lama, vas dir que vaig estar a Madrid ahir a la nit, comença a dir la veritat, ¿d'acord? Ets un beneit», assegura Neymar.





HSBC, Caixa y Santander canjean deuda por bonos de Prisa

Expansión. Madrid

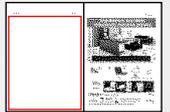
HSBC, CaixaBank y Santander, acreedores de Prisa, han llegado a un acuerdo con el grupo para llevar a cabo una emisión de bonos convertibles en acciones ordinarias de la compañía, mediante el canje de deuda financiera por entre 100 y 150 millones de euros. Los bonos, a dos años, tendrán un precio de conversión de 10 euros por acción de Prisa. Los acreedores han manifestado su compromiso irrevocable de suscribir la emisión de 100 millones.

La cantidad a liquidar de HSBC asciende a 80,9 millones de euros, a Santander le corresponden 9,6 millones y a CaixaBank la misma cantidad. La emisión de bonos, que deberá ser aprobada por la junta de accionistas, se dividirá en dos tramos: uno de 32 millones dirigido exclusivamente a los acreedores bancarios y otro de hasta 118 millones para los titulares de préstamos participativos.



El hóliding unifica la dirección de márketing de televisión, radio y medios digitales

CCMA La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) unificó ayer la dirección de márketing en el ámbito de la televisión, la radio y los medios digitales bajo la dirección de Dani Reyes, que hasta la fecha lideraba la estrategia de márketing de TV3 y de los medios digitales de la corporación. Neus Comellas sustituye a Lluís Carrasco en la dirección comercial de las emisoras de Catalunya Ràdio. La finalidad de esta nueva estructura es avanzar en el modelo de gestión de la publicidad y de las marcas y reforzar la competitividad de TV3 y Catalunya Ràdio.



Redes sociales

ABC, primer gran diario español en Facebook Instant Articles

► Máxima velocidad de carga y lectura más ágil con gráficos, fotos y videos integrados

ABC
MADRID

ABC se ha convertido este fin de semana en el primer periódico nacional en incorporarse a la nueva herramienta de publicación de noticias desarrollada por Facebook, un hito importante en la estrategia de mejora permanente de la experiencia que ofrecemos a nuestros lectores, sea cual sea el dispositivo utilizado. En este caso, los usuarios que leen nuestros contenidos a través de la aplicación de la popular red social podrán disfrutar ahora de una descarga casi inmediata de los artículos de ABC dentro de su hilo de noticias («News Feed») en Facebook, y de una experiencia más interactiva con nuestras noticias.

La empresa californiana lanzó los Instant Articles (artículos instantáneos) de modo experimental en EE.UU. en mayo de 2015, con el objetivo de garantizar una mayor velocidad de carga de los contenidos informativos generados por los medios, cada vez más consumidos y apreciados por los usuarios dentro del ecosistema de las redes sociales. «Expandir Instant Articles en España de la mano de ABC es un hito importante para el producto», comenta Andy Mitchell, Director Global de Media Partnerships en Facebook.

Grandes medios anglosajones, como «New York Times», «The Guardian», «Buzzfeed», «The Washington Post» o «National Geographic» fueron los primeros en sumarse a este innovador desarrollo para el consumo de noticias, que la compañía con sede en Palo Alto ha comenzado a extender en las últimas semanas a medios asiáticos, latinoamericanos y europeos. En España, ABC ha querido con esta apuesta por publicar Instant Articles reforzar su compromiso con ofrecer la mejor experiencia a aquellos lectores que buscan nuestros contenidos desde dispositivos móviles.

«En ABC estamos determinados a abrazar todas las posibilidades que nos brinda la era del móvil para seguir haciendo el periodismo de calidad que merece una sociedad avanzada como la española, y lo hacemos con el mismo afán innovador con el que esta cabecera revolucionó el periodismo gráfico hace más de cien

ABC ABC.es
20 minutos •

Los restos que salieron despedidos de la colisión formaron una densa nube que, por las leyes de la gravedad, se fueron uniendo hasta dar forma a lo que hoy es nuestro único satélite natural.

La Luna se formó en un choque frontal con la Tierra
Investigadores obtienen nuevos datos de la...
www.abc.es

33 Me gusta 1 comentario

Me gusta Comentar Compartir

Un rayo sobre la imagen identifica los Instant Articles

años», asegura Bieito Rubido, director de ABC.

Los seguidores de nuestro diario en Facebook podrán disfrutar así de una lectura de noticias más ágil, con formatos interactivos de fotografías y gráficos, y videos integrados con auto-reproducción para facilitar al máximo la lectura a unos usuarios que exigen una satisfacción inmediata del afán de consumir contenidos informativos, de servicio o de entretenimiento. Y es que las redes sociales, con Facebook y Twitter a la cabeza, se han convertido en una plataforma clave para la lectura de noticias y la captación de nuevos lectores para los medios de comunicación. Esta misma semana, la comunidad de ABC en Twitter ha alcanzado el millón de seguidores, un indicador más del lugar central que ocupan la información y

Objetivo claro Aprovechar las nuevas posibilidades de la era del móvil para seguir haciendo periodismo de calidad

el análisis de la actualidad en las redes sociales. «Sabemos que los usuarios quieren recibir información de forma continua, estén donde estén, en formatos adaptados a sus dispositivos y con la máxima velocidad de carga, y los Instant Articles potencian todo esto dentro de un entorno, Facebook, en el que somos un medio informativo de referencia», afirma Laura Pintos, responsable de ABC.es. Facebook cuenta ya con 21 millones de usuarios activos al mes en España. El pasado mes de octubre, ABC lan-

Más de un millón de seguidores en Twitter

La semana pasada ABC superó el millón de seguidores en Twitter, la red social de microblogging que concita una conversación online permanente sobre la actualidad. Desde la creación de la cuenta en 2009, el equipo de redes sociales y las secciones de ABC han publicado más de 152.000 tuits para relatar y analizar hechos trascendentales como los recientes atentados de París, la Coronación de Felipe VI, las muertes de Bin Laden, Hugo Chávez o Michael Jackson, el triunfo de la selección española en el Mundial de Sudáfrica, las filtraciones de Wikileaks, la Primavera Árabe o el cese definitivo del terrorismo de ETA. Del millón de seguidores de ABC en Twitter, el 59% son hombres y el 41% mujeres, interesados en noticias de política y eventos de actualidad (94%), negocios y noticias (93%), cine (90%) o música (81%). Gracias a su proyección internacional y al prestigio de los columnistas del diario, muchos seguidores lo hacen desde fuera de España, especialmente desde Venezuela, México, Argentina y otros países de Latinoamérica.

zó una nueva versión móvil con una portada más depurada y formatos optimizados para el consumo móvil, actualizada al minuto por un equipo de periodistas dedicado exclusivamente a ello. Un desarrollo, realizado con ayuda de la consultora especializada en diseño e innovación Fjord, que ha convertido a ABC en el único medio de todo el mundo en ser nominado como finalista a los prestigiosos premios Global Mobile Awards, que se entregarán en el marco de la feria tecnológica Mobile World Congress de Barcelona los próximos 22 a 25 de febrero.

Puede seguir a ABC en





CORDON PRESS

En la gran pantalla

La actriz Helen Mirren (izquierda) caracterizada como la reportera de sociedad más malvada de Hollywood, Hedda Hopper (bajo estas líneas, en una foto de 1940)



ABC

El regreso de *Hedda Hopper*, la malévola reportera de cotilleos

Dos películas narran las hazañas de la periodista de sociedad más famosa de Hollywood

MARIA LUISA FUNES
MADRID

Aquellos que piensan que la época del cotilleo social periodístico, cruel y sarcástico es una moda actual, deberían conocer la historia de **Hedda Hopper**. Durante más de 25 años Hopper mortificó a la sociedad hollywoodiense, revelando sus secretos y escándalos sin piedad en una columna conocida por todos. Era capaz de hacer que una película batiese récords o quedase en el olvido, de aupar actores o destruir carreras, según le conviniese.

La inefable Hedda Hopper, la malévola reportera de cotilleos de Hollywood, aparece ahora en dos películas sobre la época. Hedda está en «Trumbo», basada en la vida del polémico guionista de cine **Dalton Trumbo**, a quien Hedda acusó de comunista, colaborando así con su inclusión en la lista negra de la posguerra y terminando con su carre-

ra. No obstante, en 1950, Hopper acusó a los estudios MGM de seguir contando con los servicios de Trumbo bajo un seudónimo, anunciando a bombo y platillo le pusieron su nombre en los créditos como guionista de «Espartaco».

Encarnada por **Helen Mirren**, muestra el lado más canalla de una mujer que se hizo famosa a los 53 años, cuando comenzó a escribir su traicionera columna sindicada en decenas de periódicos en Estados Unidos, que inició con su colaboración en «Los Angeles Times». Llegó a tener 35 millones de lectores, apasionados por sus comentarios sobre divorcios, separaciones, matrimonios y demás hazañas de actores y directores de cine.

Nacida en una familia numerosa de padre carnicero en el Estado de Pensilvania, se marchó a Broadway para iniciarse como bailarina y corista, hasta que dio sus primeros pasos como actriz. Allí se casó con el actor **DeWolf Hopper**; tras su divorcio, se fue a Hollywood con su hijo a buscar

mejor vida. En Los Angeles trabajó como agente inmobiliaria, poniéndose al día de las idas y venidas de los habitantes más famosos de la Meca del cine.

Cuando Hedda no tenía un tema claro, lo buscaba. Investigaba, escuchaba a sus famosos vecinos de barrio o acudía al Beverly Hills Hotel a ver qué información lograba conseguir. Su enemiga, **Louella Parsons**, era fea, gruesa, e iba mal arreglada.

Nada tenía que ver con una Hedda elegante, presumida, bien vestida, peinada a la perfección y siempre tocada de sombreros curiosos. Su afición por los sombreros venía desde la adolescencia: con su primer sueldo en Pensilvania se hizo con un sombrero decorado y juró no ir nunca sin la cabeza cubierta. De hecho, llegó a comprar hasta 150 modelos distintos al año, algo que aprovechaba profesionalmente para definir aún más su personaje. Incluso les sacaba partido fiscalmente a los sombreros, deduciéndose las cantidades de la base

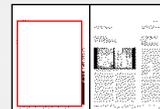
TOCADOS
Al contrario que su enemiga, **Louella Parsons**, Hopper era elegante e iba bien vestida. Acumuló hasta 150 sombreros. Siempre iba cubierta

impositiva. Cada vez que publicitaba la afiliación comunista de algún miembro de la industria del cine, estaba en realidad violando sus derechos y su capacidad de mantener en privado las orientaciones políticas. Pero esto no parecía disturbar a Hedda, acostumbrada como estaba a airear -con todo lujo de detalles- venturas y desventuras de lo más granado de las colinas de Hollywood.

Los hermanos Coen

Por otra parte, **Tilda Swinton** da vida a Hopper en un film de los hermanos Coen, «¡Ave, César!», acompañada de **George Clooney** y **Ralph Fiennes**. Aficionada a arruinar la vida y la carrera de actores y actrices, también se dedicó a criticar sin piedad a la clase política, poniendo en evidencia a homosexuales y maridos y esposas infieles. No dudó poner en evidencia a los actores **Cary Grant** y **Randolph Scott**, que por entonces tenían una relación secreta.

En 1954 protagonizó un programa de televisión que celebraba la inauguración del hotel Beverly Hilton, llamado «The Colgate Variety Hour». Apareció en un total de casi 150 películas, de un modo u otro, pero siempre representando a señoras elegantes o bien haciendo cameos de sí misma. Fan de **Richard Nixon**, incluso aspiró a algún cargo político, intentando sin éxito ser concejal en Los Angeles por el partido republicano. Hopper, omnipresente en los dos estrenos de este mes, era un personaje olvidado que ahora promete entretenernos en 2016.



16__ARADIUMENGE__31.01.2016

CARRETERES SECUNDÀRIES
BRU ROVIRAVERITAT DEL
PERIODISME, VERITAT
DE LA LITERATURA

AMB MOTIU DE LA PUBLICACIÓ DEL SEU darrer llibre, *Ensayo sobre un lugar silencioso* (Alianza), l'escriptor austríac Peter Handke ha declarat que, avui, el periodisme és pura recepta, pautes i motllos allunyats de la veritat. Només la ficció i la invenció, afirma Handke, "són la veritat".

El llibre segueix un fil que ja va explorar en anteriors volums -sobre indrets apartats com poden ser els bars de l'extraradi, les estacions de tren, les jukeboxes...- per elogiar el valor contemplatiu del vèter, un espai privilegiat de silenci i de pau -el Lloc Silencios-, on tenim l'oportunitat impagable de pensar per nosaltres mateixos, protegits del soroll mut i encengador que ens envolta.

Per què aquesta necessitat d'aïllar-se?

Ho resumeix de la següent manera a la periodista Cecilia Dreymlüller: "El que em passa -diu Handke- és que quan estic acompanyat per segons qui, em quedo sense paraules. Aleshores tinc la necessitat de buscar un lloc silenciós. I allà recupero la paraula [...]. Has d'apartar-te de la societat per poder tornar a ser sociable, per recuperar el llenguatge. És molt important poder parlar amb tu mateix [...], quantes vegades m'ha passat que tot just tancar una porta al darrere, alguna cosa a dintre meu començava a parlar. Mentre que abans, enmig de la gent, estava immers en el silenci".

Enrique Vila-Matas escrivia fa uns dies sobre la plàcida lectura que va tenir del llibre de Handke, precisament al vèter de casa seva, on s'havia refugiat per tal de fugir de la claustrofòbia informativa de la "gran cháchara" -es veu que estava mirant els informatius de TV3, en què s'explicava que uns coreans havien provat per primera vegada els calçots.

Aïllat, doncs, al Lloc Silencios, recuperada la pau i la tranquil·litat, Vila-Matas es va jurar protegir-se des de llavors i per sempre més del soroll mediàtic. Aquest terrabastall que, diu, s'encarrega d'enaltir els "falsos grans fets", però que oblidava atrapar "les veritats minúscules", les "veritats quotidianes", aquelles veritats que "només la literatura sap realment capturar".

Fins aquí estaria completament d'acord amb tots dos escriptors. Em sembla absolutament necessària aquesta reivindicació del silenci, l'aïllament, de la paraula pròpia enmig del Gran Soroll, la "gran cháchara". Aquest "apartar-se per poder tornar a ser sociable". L'elogi del "perill de la ficció" que fa Handke citant Hermann Hesse.

M'ha cridat l'atenció, però, que un dels exemples de les "veritats minúscules" que Handke escriu al llibre -i Vila-Matas recull en l'article- sigui la història d'una nena que durant la guerra de l'antiga Iugoslàvia va morir al vèter de casa, víctima del fragment d'una bomba llançada pels avions de l'OTAN que va entrar per

la finestra mentre estava asseguda a la tassa, a la ciutat de Batajnica, a l'extraradi de Belgrad.

Jo vaig conèixer la seva mare.

La nena, que en el llibre de Handke és una nena sense nom, es deia Milizia. Tenia només tres anys. De fet, la seva mort es va convertir en una història de "patriotisme" del règim de Milosevic, que la va manipular amb finalitats propagandístiques com un exemple de "resistència" i fortalesa del "poble serbi".

La mare de la nena, Dusica, tenia aleshores 34 anys. Era una obrera d'una fàbrica metal·lúrgica. Al cap d'uns mesos de la mort de la seva filla, la dona es va quedar embarassada. Un diari sensacionalista de la ciutat se'n va assabentar i va publicar un article dient que el nen havia de néixer el dia 17 d'abril, el mateix dia que havia mort Milizia. Portar un "nou serbi" al món i fer-ho el dia de la mort de Milizia seria la manera de donar una lliçó als criminals de l'OTAN.

Els polítics s'hi van apuntar. La mare, que s'havia de medicar contra la depressió, es va convertir en la nova mare coratge. El partit de Milosevic li va regalar un cotxet. Els radicals de

Handke diu que només la ficció i la invenció "són la veritat". Ell, que va aplaudir Milosevic

que arribi una nova alba sèrbia".

El dia que vaig visitar la Dusica, després de diverses hores de parlar em va confessar que en realitat havia volgut avortar, que es volia morir, que el marit, forçat pels polítics del barri, la va obligar a parir, que n'estava farta de la guerra, de l'odi, la manipulació, que volia que la deixessin en pau i que se'n anessin tots a bufar vent...

La història real, doncs, no tenia res a veure amb la història oficial ni amb el text de Handke. Era, de fet, una contrahistòria. Una magnífica història periodística. Una altra cosa és que aquestes històries -la "veritat minúscula"- no s'escriu a les portades dels diaris. Però no crec que aquest sigui el problema que té el periodisme sobre "la veritat", sinó que es tractaria més aviat del problema que provoquen els periodistes i els escriptors -i tots els intel·lectuals en general- que, com Handke, van als funerals de personatges com Milosevic per aplaudir-los. ■



El funeral de Slobodan Milosevic, el 2006. L'escriptor austríac Peter Handke, que havia ajudat a engrandir el corpus mitològic del patriotisme serbi, hi va fer un discurs laudatori. Ara teoritzava sobre la veritat.

MILOS BICANSKI...GETTY



vanguardia de la ciència

El grafè, un llençol de carboni d'un sol àtom de gruix, és dur, flexible, transparent i barat, a més de ser un excel·lent conductor d'electricitat: un material extraordinari per tenir un impacte enorme en sectors tecnològics i en la nostra vida quotidiana. Interessat en desenvolupar aplicacions pràctiques a partir del grafè, Koppens investiga com aquest material pot convertir llum en electricitat de manera ràpida i eficient. "És una propietat molt útil", destaca. "Per exemple per millorar els panells solars, o perquè les cases puguin produir la seva pròpia electricitat posant un recobriments de grafè a les finestres". En una investigació presentada a *Nature Nanotechnology*, investigadors de l'ICFO liderats per Koppens han demostrat que el

FÍSICA
Frank Koppens
Institut de Ciències Fotòniques (ICFO)

El grafè avança cap a les aplicacions



grafè converteix llum en electricitat a una escala de femtosegons (o mil·lèsimes d'una bilionèsima de segon). "La rapidesa és essencial en totes les aplicacions relacionades amb les comunicacions, com les de mòbils i ordinadors", explica Koppens. "Per transmetre dades molt ràpids, necessitem tenir sensors de llum molt ràpids".

Els tumors que afecten el cervell, tant els que s'hi originen com els que hi arriben en forma de metastasi, són alguns dels més difícils de detectar i de tractar. Joan Seoane ha trobat una possible solució per millorar-ne el diagnòstic i el tractament: realitzar una punció lumbar i analitzar si el líquid cefaloraquídi conté ADN de cèl·lules tumorals procedent del cervell. En un treball presentat a la revista *Nature Communications*, l'investigador de l'hospital Vall d'Hebron ha demostrat que l'anàlisi indica de manera precisa i relativament senzilla si hi ha un tumor al cervell, quin és el seu perfil genètic i si està present al tractament. La prova permetrà en un futur diagnosticar precoçment les metastasis cerebrals,

ONCOLOGIA
Joan Seoane
Vall d'Hebron. Institut d'Oncologia (VHIO) / UAB / Icrea

Punició lumbar contra tumors al cervell



de manera que es podran tractar de manera més eficaç; permetrà millorar el tractament dels glioblastomes, que són els tumors cerebrals més comuns i agressius; i suposarà un avenç tant per al tractament dels tumors pediàtrics que afecten el cervell, ja que permetrà saber fins a quin punt són agressius i com han de ser tractats.

JOSEP CORBELLA
 Barcelona

Quatre investigacions de l'àrea de la biomedicina, dues d'economia, una de física i una d'oceanografia han estat seleccionades com a finalistes del premi Vanguardia de la Ciència, que aquest any arriba a la sisena edició.

Igual com en els anys anteriors, els lectors de *La Vanguardia* tindran oportunitat de votar a partir d'avui la investigació que consideren més important a la pàgina web LaVanguardia.com/vanguardia-de-la-ciencia. La votació estarà oberta fins l'últim dia de febrer a mitjanit.

Durant els quatre dissabtes i diumenges de febrer, es publicarà una entrevista amb els autors de cadascuna de les vuit investigacions seleccionades perquè els lectors puguin conèixer més a fons els treballs. Les entrevis-

El premi Vanguardia de la Ciència convida els lectors a votar la millor investigació de l'any

Els estimats vuit

tes apareixeran tant a l'edició impresa de *La Vanguardia* com a les electròniques.

El premi, una iniciativa conjunta del Grup Godó i la Fundació Catalunya-la Pedrera, es va crear el 2011 amb l'objectiu de donar visibilitat a la investigació d'excel·lència que es fa a Espanya. La iniciativa va partir de la constatació que, mentre els grans esportistes, empresaris i artistes solen ser coneguts entre

els ciutadans, els grans científics –i els resultats de les seves investigacions– solen ser desconeguts.

A partir d'aquestes premisses, la selecció dels candidats es basa en dos únics criteris. D'una banda, l'excel·lència de les investigacions. D'una altra, que el director i/o el primer autor dels treballs estiguin afiliats a una institució d'Espanya. Així, tres de les vuit investigacions selec-

cionades aquest any són obra de científics estrangers establerts a Espanya (la de l'holandès Frank Koppens; la dels italians Alessandra Bonfiglioli i Gino Gancia; i la que han realitzat conjuntament la italiana Pia Cosma i la xipriota Melike Lakadamyali). En canvi, no s'han considerat com a candidats treballs realitzats per científics espanyols establerts en altres països.

Els vuit finalistes han estat seleccionats pel comitè científic assessor del premi, que té representació de destacades institucions de la comunitat científica. En l'edició d'aquest any, formen part de l'esmentat comitè un representant de la Confederació de Societats Científiques d'Espanya (Ricard Guerrero), de l'Associació Catalana d'Entitats de Recerca (Josep Samitier), de la Fundació Catalana per a la Recerca i la innovació (Laura Rubio) i del Centre d'Estudis Monetaris i Financers (Rafael Repullo), a més d'un represen-

tant de *La Vanguardia* i un altre de la Fundació Catalunya-la Pedrera.

La iniciativa es va inspirar en els inicis en l'experiència de la revista *Science*, que cada any designa un Breakthrough of the

L'OBJECTIU DEL PREMI
Donar visibilitat a la recerca d'excel·lència que es duu a terme a Espanya

INICIATIVA CONJUNTA
La Fundació Catalunya-la Pedrera i el Grup Godó sumen esforços a favor de la ciència

Year (avenç de l'any) i informa de nou finalistes més, la qual cosa ofereix una visió panoràmica del progrés científic que inclou

Al'interior del cos humà, sense que n'adonem, els teixits es fracturen i es reparen sense parar. Per exemple, quan omplim els pulmons en respirar o quan es dilata i es contrau el cor. Són trencaments microscòpics, en general sense conseqüències, però que en ocasions poden causar processos inflamatoris greus. Xavier Trepac va decidir examinar què passa a nivell de les cèl·lules quan es trenca un teixit. Esperava que el trencament es produiria en augmentar la tensió entre les cèl·lules, igual que es pot esquinçar un drap estirant amb força pels extrems. Això és el que predeia la teoria. Però va observar el contrari: els trencaments mai no es produïen en augmentar la tensió, sinó en relaxar-la després. "Al principi vaig pensar que havíem fet alguna cosa malament". Va trobar l'ex-

BIOINGENYERIA
Xavier Trepac
IBEC / UB / Icrea
Marino Arroyo
 UPC

Trencaments microscòpics al cos humà



plicació gràcies a Marino Arroyo, que va advertir que l'origen del trencament no era a les cèl·lules sinó en el teixit sobre el qual s'assen-ten les cèl·lules. En relaxar la tensió, surt líquid d'aquest teixit com d'una esponja en estrènyer-la. El descobriment pot ser útil per alliberar fàrmacs en teixits d'accés difícil o per desenvolupar nous materials resistents.

La gran recessió iniciada el 2008 ha inspirat una multitud d'investigacions sobre els efectes de la incertesa econòmica al sector privat. La conclusió unànime és que la incertesa és perjudicial per a l'economia. Bonfiglioli i Gancia van tenir la idea d'estudiar els efectes de la incertesa sobre les polítiques públiques, cosa que ningú no havia fet. Han analitzat dades exhaustives de sis sectors econòmics de 56 països des del 1973. D'aquesta manera, han pogut identificar les relacions entre la volatilitat dels mercats i les polítiques econòmiques. Els resultats indiquen que els contextos d'incertesa econòmica són els que més afavoreixen l'adopció de reformes estructurals. "Ens va sorprendre aquest efecte positiu", admeten els investigadors. Una possible explicació, asse-

ECONOMIA
Alessandra Bonfiglioli
UPF
Gino Gancia
CREI

La incertesa econòmica té els seus avantatges



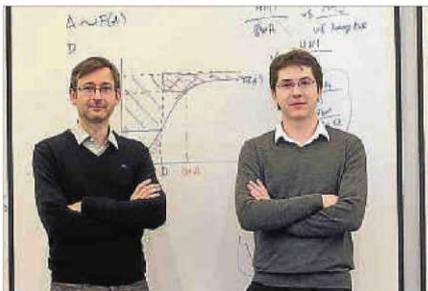
nyalen, és que les reformes estructurals aporten beneficis a llarg termini però solen ser impopulars a curt termini. En èpoques d'estabilitat, els governants són reticents a assumir el cost polític de les reformes. En èpoques de turbulències, en canvi, l'efecte de les reformes a curt termini queda diluït dins de la volatilitat general de l'economia.



Va ser la paradoxa espanyola. L'economia va tenir un creixement extraordinari, superior a la mitjana europea, en els anys anteriors a la crisi. Tot i això, en aquell període la productivitat es va reduir. Com explicar-ho? Segons una idea àmpliament acceptada, la culpa va ser de la bombolla immobiliària: el sector de la construcció, on la productivitat per treballador no havia augmentat, havia propiciat el creixement econòmic. Però García-Santana i Pijoan-Mas han descobert que la causa és una altra. Analitzant dades de múltiples empreses del període 1995-2007, han demostrat que les empreses menys eficients van créixer més que aquelles que eren més eficients; i que aquest problema va ser molt més gran als sectors més dependents del sector públic

ECONOMIA
Manuel García-Santana
UPF
Josep Pijoan-Mas
CEMFI

El que ens costa el clientelisme



EMILIA GUTIÉRREZ

per aconseguir llicències, rendes de monopoli o privilegis de producció. La investigació suggereix que la baixa productivitat de l'economia espanyola pot tenir la causa en el clientelisme, ja sigui en forma d'amiguisme o de corrupció. Resoldre aquest problema, adverteixen, és imprescindible per al futur desenvolupament econòmic d'Espanya.

L'oceà profund, per sota dels mil metres de profunditat, és l'ecosistema més gran de la Terra. També és el més inexplorat i desconegut. Durant l'expedició Malaspina, Arrieta i Duarte, juntament amb Eva Mayol, han treballat a bord del vaixell oceanogràfic *Hespèrides* per investigar què passa a l'abisme. Han estudiat el carboni dissolt a les aigües profundes, que és imprescindible per comprendre el cicle global del carboni i per tant el clima global. Per adonar-se de l'importància que té, només s'ha de recordar que hi ha aproximadament tant carboni dissolt a l'oceà com en forma de CO₂ a l'atmosfera. Segons una teoria acceptada des dels anys seixanta, el carboni no pot ser reciclat pels bacteris de les profunditats i queda emmagatzemat a llarg termini a l'oceà. Els

OCEANOGRÀFIA
Jesús Arrieta
Carlos Duarte
Imdeca/CSIC/UIB

El carboni als oceans té un límit



nos resultats demostren que la teoria era errònia: el carboni està distribuït en milers de molècules diferents, en concentracions massa baixes perquè als bacteris els resulti eficient aprofitar-les. Però, si n'augmenta la concentració, els bacteris l'aprofitaran millor, per la qual cosa el carboni ja no quedarà emmagatzemat a llarg termini al fons de l'oceà.

diferents camps d'investigació. Seguint l'exemple de *Science*, el premi Vanguardia de la Ciència és honorífic i no té dotació econòmica, ja que el seu objectiu no és finançar els investigadors sinó donar-los visibilitat.

En les cinc edicions realitzades fins ara, la iniciativa ha tingut una excel·lent acollida tant entre els lectors de *La Vanguardia* com entre la comunitat científica. "Tant per a mi com per a tot el meu laboratori va ser una gran satisfacció ser seleccionada", declara Pura Muñoz-Cánoves, investigadora de la Universitat Pompeu Fabra que es declara seguidora del premi des del primer any i que va ser la guanyadora en l'edició de l'any passat amb una investigació sobre l'envelliment. "Va donar visibilitat al nostre treball i va aconseguir tant suport dels lectors que va suposar una alegria enorme", declara Muñoz-Cánoves.

La iniciativa Vanguardia de la

LES NORMES DEL PREMI

Com votar els candidats

■ Per participar al premi Vanguardia de la Ciència no fa falta ser un expert. N'hi ha prou amb tenir curiositat per informar-se sobre les investigacions finalistes i ganes d'expressar l'opinió.

AL WEB. Es pot accedir a la votació al web LaVanguardia.com/ciencia, on hi haurà un enllaç directe al premi al llarg de tot el mes de febrer. Així mateix, s'ha creat la pàgina LaVanguardia.com/vanguardia-de-la-ciencia, dedicada específicament a aquesta iniciativa.

QUAN I COM VOTAR. L'enquesta per votar al web s'activarà avui i estarà oberta fins al 29

de febrer a mitjanit. No es demanarà als votants que s'identifiquin, però hauran de copiar una breu seqüència de lletres i números (un *captcha*) per assegurar que el vot no procedeix d'una màquina.

MÉS INFORMACIÓ. Els articles que presentem en aquestes pàgines permeten formar-se una idea sobre les investigacions finalistes. Els lectors interessats en saber més coses sobre els vuit candidats trobaran informació addicional tant a l'edició impresa de *La Vanguardia* (que dedicarà un article específic a cadascun dels finalistes tots els dissabtes i diumenges fins a

final de febrer) com al web.

GUANYADORS. El premi s'atorgarà a partir d'un vot ponderat entre les opinions dels lectors, que es valoraran en un 50%, i les del comitè científic assessor, en un altre 50%. Les tres investigacions que hagin obtingut més vots s'anunciaran el primer diumenge de març. No es faran públics els vots rebuts pels altres cinc finalistes.

LLIURAMENT DE PREMIS. L'acte de lliurament del premi es farà a la Pedrera a la primavera. Es convidarà als autors de les tres investigacions més votades a presentar-les per a un públic no especialista.

Ciència va ser destacada com una de les contribucions per les quals *La Vanguardia* va rebre el premi Nacional de Recerca en la categoria de comunicació científica el 2012.

Entre els vuit treballs seleccionats com a candidats, el premi s'atorga a partir d'un vot ponderat entre les opinions dels lectors, que es valoren en un 50%, i les del comitè científic assessor del projecte, en un altre 50%.

Les tres investigacions més votades s'anunciaran el primer diumenge de març a *La Vanguardia*. Els autors d'aquestes tres investigacions seran convidats a presentar els resultats per a un públic general a l'acte de lliurament del premi, que se celebrarà en una data encara per determinar a l'edifici de la Pedrera, seu de la Fundació Catalunya-la Pedrera.

VOTEU ELS FINALISTES DEL PREMI VANGUARDIA DE LA CIÈNCIA A www.lavanguardia.com/vanguardia-de-la-ciencia

L'ADN és un manual d'instruccions amb 3.000 milions de lletres que han de cabre en el nucli d'una cèl·lula. Per compactar-se, s'enrotlla com un io-io al voltant d'unes proteïnes i forma una estructura semblant a un collaret de perles. Totes les cèl·lules del cos humà vénen de cèl·lules mare i contenen les mateixes instruccions. Però una neurona i una cèl·lula muscular són diferents perquè les instruccions no estan organitzades igual, amb algunes parts de l'ADN marcades per ser llegides i altres per ser ignorades. Utilitzant un microscopi de molt alta resolució, la biòloga Maria Pia Cosma i la física Melike Lakadamyali han unit forces per visualitzar per primera vegada les unitats més petites -les perles- que empaqueten l'ADN. Han descobert que les perles del collaret for-

BIOMEDICINA
Maria Pia Cosma
CRG/Icrea
Melike Lakadamyali
ICFO

El secret de les cèl·lules mare



CRG

men grups irregulars. Les cèl·lules mare tenen perles petites i poc compactes, mentre que les cèl·lules diferenciades les tenen més grans i en grups més atapeïts. La investigació pot ser important per comprendre com es pot convertir un tipus de cèl·lula (per exemple, de la pell) en un altre (com una neurona) en futurs tractaments de medicina regenerativa.

En una investigació que obre la via a desenvolupar noves teràpies contra l'envelliment, Soria-Valles i Osorio han identificat la molècula NF-kB com una de les principals responsables del deteriorament dels teixits amb l'edat. NF-kB és una vella coneguda dels biòlegs moleculars perquè té múltiples funcions en diferents tipus de cèl·lules. Per això una mala regulació de NF-kB pot causar o agreujar un gran nombre de malalties com càncers, infeccions o trastorns autoimmunes. Els investigadors de la Universitat d'Oviedo han observat que contrarestar aquesta molècula augmenta la longevitat en ratolins i té un efecte rejuvenidor en cèl·lules humanes. En canvi, un excés d'activitat de NF-kB accelera l'envelliment. Per a aquesta acció perjudicial,

BIOMEDICINA
Clara Soria-Valles
Fernando Osorio
Universitat d'Oviedo

Una molècula clau en l'envelliment



NF-kB fa intervenir una altra molècula anomenada Dot1. Per una felicitat coincidència, ja hi ha fàrmacs experimentals que bloquegen precisament aquesta segona molècula. Aquests fàrmacs poden ser útils per a nens amb progèries, devastadores malalties genètiques que provoquen un envelliment prematur i la mort a una edat prematura.



Prepublicació d'un capítol d' 'Aquella porta giratòria', de Lluís Foix, premi Josep Pla 2016

Els germans Nadal

Lluís Foix va guanyar el premi Pla 2016 amb *Aquella porta giratòria*, on recull les seves vivències i records a *La Vanguardia*, diari en el qual va entrar el 1969 com a traductor substitut i va acabar dirigint-lo. "No és un llibre d'història. Ni tampoc hi surt

tothom. És un relat sobre com veia aquella casa. Aquestes impressions se centren bàsicament en aquells primers anys d'un periodisme que s'havia de renovar perquè el franquisme s'extingia i la llibertat s'obria en tots els àmbits de la societat". A continua-

ció, publiquem un fragment del capítol dedicat als germans Santiago i Carlos Nadal i a la secció d'Internacional. El llibre, el títol del qual fa referència a la porta giratòria de l'antiga seu del diari, al carrer Pelai, apareix el dia 3 de febrer.

CAPÍTOL 8. Els Nadal

La secció d'Internacional era en certa manera el contra poder de la redacció. L'ànima d'aquella gàbia de vidre fosc i nebulosa era Santiago Nadal, de la nissaga lleidatana Nadal, establerta a Barcelona a comença ments del segle passat. Escriu una columna diària signada amb les inicials SN. Era una figura emblemàtica del diari, una persona culta, llegida, afable, irònica. Provenia d'una família de polítics. El seu pare fou president de la Diputació de Lleida i era un liberal seguidor d'Eduardo Dato, expresident del govern que va caure assassinat a la Puerta de Alcalá de Madrid l'any 1921. Com a conseqüència de la Guerra Civil, Santiago Nadal visqué uns mesos a Roma i després va passar a San Sebastià, on practicà el periodisme al *Diario Vasco* i fou director d'*El Correo Español-El Pueblo Vasco* de Bilbao i també de la Nueva Rioja. Va ser un de tants catalans que marxaren pel perill que corria la seva vida en començar la guerra. El 1939 arribà a Barcelona i es va incorporar a la secció d'Internacional de *La Vanguardia*. Havia estat també un dels fundadors de la revista *Destino* i es movia en el nucli més decisiu del consell privat de don Juan. Monàrquic, demòcrata i liberal, feia paròdies molt divertides sobre les actuacions de personatges del règim, que també passaven pel diari de tant en tant. "Ens enterrarà a tots", deia amb sarcasme quan es re feria al general Franco. Els seus comentaris eren una referència per als lectors, i naturalment per a tots els que ens moviem en el seu entorn. Havia publicat a *Destino* una dura crítica sobre l'afusellament del comte de Ciano pel seu sogre, Mussolini, i del ministre del règim de Vichy Pierre Pucheu per De Gaulle a Alger. Nadal els condemnava pel que comportaven de venjança i crim polític.

El 1944 també publicà un article a *Destino* titulat *Verona y Argel*. Era una denúncia implícita de la política repressiva del franquisme, i hi relatava dos processos en els quals la justícia s'aplicà estrictament a Verona i Alger, en nom del feixisme i de la III República Francesa. Tots dos sense lleis que garantissin l'equitat del judici. Deia que tots els horrors causats per les guerres de l'odi i la incomprensió, els que podien evitar-los seguien semblant més odi i incomprensions radicals.

"Prou ja de depuracions, d'expedients, de justícia estricta, de neteja, de tribunals polítics i d'afusellaments", escrivia Nadal. Aquest article va ser el pretext perquè el governador falangista Antonio de Correa y Veghison l'envià a la presó amb la intenció que ingressés en un camp de concentració a la postguerra. Va ser alliberat al cap de deu dies, gràcies a la intervenció del comte de Godó, sense que el director de *La Vanguardia* Luis de Galinsoga mogués ni un dit per aconseguir que sortís de la Model.

També hi intervingueren Miquel Mateu, Josep Pla i el ministre franquista Demetrio Carceller. Galinsoga, enrabiat, li va prohibir firmar al diari amb el seu nom en sortir de la presó. Nadal optà per signar amb les inicials SN, que utilitzaria fins a la seva mort l'any 1974. Més endavant li havien demanat que signés amb el seu nom com plet. Però ell ho refusà. Per solidaritat, Juan Ramón Masoliver havia començat a signar amb la inicial M. Petites i grans misèries d'uns temps, els del franquisme més venjatiu, en els quals per escriure un article podies anar a la presó sense judici previ.

El fet més rellevant després de la guerra fou el judici contra Agustí Calvet, Gaziel, el director del diari durant la República i en començar la Guerra Civil. La Llei de respon-

d'Espanya. D'aquests episodis no se'n parlava mai en públic, en aquella redacció del carrer de Pelai. Quan l'any 1971 es publicà la *Història de 'La Vanguardia'*, corrien exemplars d'amagat entre els que els havien aconseguit a França, on la va editar Edicions Catalanes de París. Gaziel havia pres les mesures necessàries perquè les obres que deixés inèdites en morir fossin editades a l'estranger si l'edició íntegra no era permesa a Barcelona.

Gaziel agafà una enrabada forta amb *La Vanguardia* i amb el seu antic amo. Considerava que s'havia comés una injustícia. El llibre no està escrit amb serenitat per un dels grans directors de la història del diari, però és una aportació a la història del periodisme a Catalunya. El llibre era comentat oral-

Destino i que donaria el nom del premi literari més sòlid de la novel·la espanyola de la postguerra. Juan Manuel Nadal mantindria la casa pairal de Lleida i es convertiria, des d'una dreta pactista i culta, en una persona clau en el procés de transició a Catalunya. Gran aficionat a l'art, havia estat una peça clau de la UCD lleidatana.

Carlos Nadal, un excel·lent comentarista internacional, amic i gran persona, treballaria fins a la seva jubilació com a cap de la secció i com a articulista de la realitat del món. Els seus *Weekends* eren una lectura obligada per als que hem seguit la política internacional els últims quaranta anys. Era una persona molt llegida, irònica com tots els Nadal, un periodista que quan parlava del món tenia sempre pre-

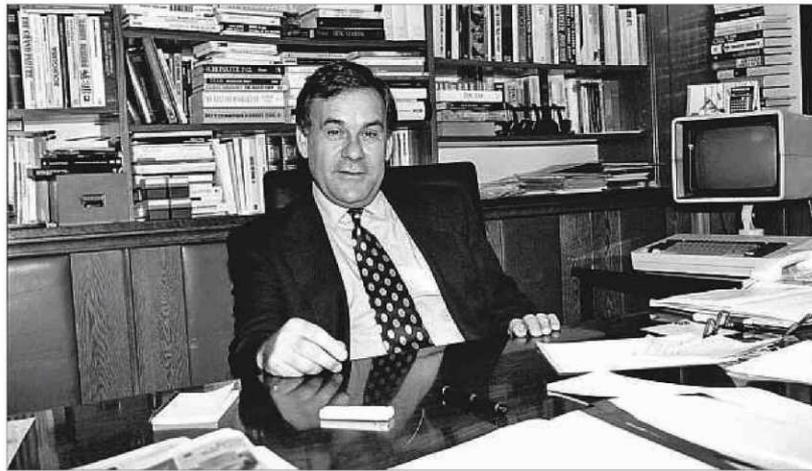
ze. Veia com anava tot, hi donava un cop d'ull, feia comentaris sobre les contradiccions del franquisme i es tancava en una gàbia més petita, on s'encabia també el seu germà Carlos. Santiago Nadal llegia desmesuradament. A vegades caminava pel carrer de Pelai amb un llibre obert i no el tancava fins que es topava amb la porta giratòria del diari. Li interessava molt la història.

Quan va morir el director Xavier de Echarrí, el 1969, pugna per la direcció, però no era del tot fiable. Primer perquè era *joanista*, formava part del consell privat de Joan de Borbó i viatjava a Estoril de tant en tant; i segon perquè els seus articles eren massa polítics, en el sentit que parlava sempre de les democràcies europees i dels seus avantatges. Les seccions d'Internacional dels diaris durant la dictadura, especialment la de *La Vanguardia*, eren el refugi de visitants il·lustrats de la ciutat que volien assabentar-se del que es deia fora sobre la política espanyola.

La partida de la direcció la guanyà Horacio Sáenz Guerrero, al qual sempre criticava subtilment perquè tenien dues personalitats molt diferents, per no dir contraposades. No va assistir a la presa de possessió de l'Horacio, que fou el primer director nomenat per la propietat des de la Guerra Civil. Sáenz Guerrero tenia grans qualitats i també moltes connexions a les esferes barcelonines i madrilenyes del règim. Com demostrà en els temps difícils de la Transició, era una persona pactista i possibilista, gens doctrinal ni dogmàtica.

Santiago Nadal es va quedar com a sotsdirector a partir de 1969, i mentre visqué fou un contrapès a la línia necessàriament oficialista del diari. Coneixia molt bé la història d'Europa a partir del Congrés de Viena i admirava especialment Talleyrand, Bismarck, Metternich i els grans personatges dels últims dos segles. Des que el vaig conèixer tenia una profunda aversió a qual·sevol autoritarisme. Havia viscut amb massa intensitat la intransigència pròpia d'un país de transcendències repetitives.

Per aquells passadissos silenciosos, des d'on es contemplaven les seccions hermèticament compartimentades per vidres gruixuts, S'hi havia passejat moltes vegades Luis de Galinsoga donant ordres i cridant. Encara no s'havien fet les reformes de la redacció. Conta Albert Manent, recollint l'experiència de Juan Ramón Masoliver, que a *La Vanguardia* es va notar especialment l'esperit d'ocupació. Al propietari, el comte de Godó, li van posar una multa d'un milió de pessetes perquè durant la guerra el diari, confiscat, havia servit d'òrgan del govern de Negrín, mentre que Godó havia hagut de fugir en un vaixell cap a Itàlia. Masoliver recomanà a Carlos Godó, l'amo, que si no tenia un document per escrit no el pagués. Ningú va reclamar la multa, i així se l'estalviaren. (...)



Lluís Foix, al despatx que ocupava a l'antiga seu de 'La Vanguardia' al carrer Pelai

sabilitats polítiques de 1939 va permetre obrir un procés sumari ordinari contra Gaziel pel delictes d'auxili a la rebel·lió militar. Li van fer cos tat alguns amics, com Joan Ventosa i Calvell. Però la propietat es va desentendre de Gaziel. Galinsoga burxava per tal que el jutgessin i el sentenciessin severament. Alguns redactors del diari de l'època, entre el 1940 i el 1942, presentaren testimonis poc convinctes contra el que havia estat el director.

El mateix comte, Carlos Godó, va declarar tres vegades en contra de Gaziel per explicar les gravíssimes discrepàncies ideològiques amb el director des de 1933, però Gaziel presentà al jutge el contracte, en el qual s'establia que la responsabilitat editorial era conjunta entre la propietat i el director. Els amics del comte eren més poderosos que els de l'exdirector, i Gaziel va ser condemnat a no poder practicar més la professió.

Va refer la seva vida professional publicant llibres excel·lents sobre les seves experiències i la seva visió

ment i amb dissimulació pels que l'havíem llegit.

Al cap dels anys, però, oblidats els fets per la majoria de la gent i dels lectors, el diari instituí el premi Gaziel de Periodisme, que encara perdura. La cultura de *La Vanguardia* s'adapta a les circumstàncies més variades. Qui havia escrit una de les peces amb més ràbia contra el diari i el seu propietari avui és venerat tot sovint a les seves pàgines amb tots els elogis merecuts.

Un dels comentaris més categòrics que Santiago Nadal feia per rebutjar un titular o una notícia era el que després, a la secció d'Internacional, encara es va dir durant molts anys: "Això no fa vanguardia". Doncs, sí, feia vanguardia, també al cap dels anys, instaurar un premi que portava el nom de la persona que s'havia deixat a la cuneta de Publit. És una manera de fer força grènt al país. Els caiguts d'ahir són els herois d'avui.

La nissaga lleidatana dels Nadal havia produït ja Eugenio Nadal, mort molt jove mentre treballava a

sents les realitats més properes. Quantes converses havia mantingut amb ell sobre Pio Baroja, Miguel de Unamuno, els clàssics castellans i catalans, la bibliografia de la Guerra Civil, els autors italians i francesos. Era, a més, un home d'una finor intel·lectual i humana extremes, te nia ànima de poeta, era un periodista d'una gran sensibilitat. Els seus poemes, publicats pòstumament, mostren una espiritualitat interior molt remarcable. En l'última etapa al diari, Carlos Nadal enraonava amb molta gent jove, que l'escoltava per aprendre. Assegut al cantell d'una taula, un peu a terra i l'altre penjant, parlava de l'actualitat, de la història, de la literatura. Poques vegades esmentava la poesia, tot i que dedicava moltes estones a escriure poemes d'una gran qualitat.

A la secció hi havia un ambient distès i alhora crític amb tot el que es movia fora dels límits d'aquell grup heterogeni però molt compacte. Santiago Nadal hi era des de les primeres hores de la tarda. Marxava a sopar i tornava cap a les on-

**CULTURA POPULAR** Las teleseries compiten con los medios de comunicación como creadoras de referentes para entender con mayor 'realismo' el mundo que nos rodeaUna de las escenas del capítulo de la cuarta temporada de *Homeland* en el que unos terroristas asaltan la Embajada de EE UU en Islamabad.

en un subgénero de ficción); si los blogs, YouTube y las redes sociales nos han convertido a todos en microcríticos y miniperiodistas; la pregunta no es del todo descabellada: ¿son las series de televisión el nuevo periodismo?

Pensemos en *The Good Wife*, la serie que hibridó la ficción legal con la política gracias a su protagonista, Alicia Florrick, abogada de profesión y esposa del gobernador de Illinois. Sus siete temporadas han estado caracterizadas por tomarle constantemente el pulso al presente. Ahora mismo, sin ir más lejos, Alicia se está enfrentando a Hillary Clinton. Hasta llegar a ese punto hemos ido viendo un sinfín de hechos reales contemporáneos transformados por la máquina ficcional. Por ejemplo, el control al que la NSA somete a la ciudadanía ha sido ampliamente mostrado y hasta ridiculizado por *The Good Wife*. En la serie, Google se transforma en Chunhum, que es acusado de entregar datos de ciudadanos a China o a Siria. El capítulo sobre el bitcoin, la moneda de código abierto, que fue el 13º de la segunda temporada, llega al extremo de titularse *Bitcoin for Dummies*, es decir, "bitcoin para principiantes". Y eso es, precisamente, no solo una dramatización de los problemas de los protagonistas y de las particularidades de la búsqueda del creador del bitcoin, sino un auténtico manual que explica con gran plasticidad en qué consiste el invento.

La misma capacidad pedagógica se extiende a otras series ambientadas en el presente. Gracias a *Person of Interest* hemos entendido la videovigilancia después del 11-S; gracias a *Gomorra*, la Camorra; gracias a *Nip/Tuck*, el mundo de la cirugía plástica; gracias a *Modern Family* y a *Transparent*, la radical transformación de las estructuras familiares; gracias a *Orange is the New Black*, las nuevas cárceles; y gracias a *Mr. Robot*, la subcultura hacker.

¿Existen relatos documentales con similar capacidad de penetración en la conciencia colectiva? Sin duda, la historia del Irán contemporáneo ha sido fijada por *Persépolis*, la novela gráfica de Marjane Satrapi; *Gomorra* fue antes un libro, una obra de teatro y una película; y la vida de Steve Jobs se ha difundido también en formato libro, documental y ficción documental. Pero al contrario que esos lenguajes, la serialidad —como el periodismo— es virtualmente infinita. Puede hacer un seguimiento de los hechos, una cobertura informativa, que se extienda en el tiempo; sin los límites que impone la verificación, con total libertad dramática y de seducción.

En su estudio pionero en España, *Prime Time* (2005), Concepción Cascajos Virino dice de la serie de los ochenta *Lou Grant* que "quería ofrecer una mirada realista sobre el papel de la prensa en las sociedades democráticas en un momento en que, gracias al escándalo Watergate, era un tema de máxima actualidad". A juzgar por la decadencia del diario de Baltimore en la última temporada de *The Wire* o la cancelación de la excelente serie *The Newsroom*, y el insistente fracaso de los personajes periodistas en la mayoría de las series, éstas han dejado de creer en el periodismo. Al mismo tiempo, lo han vampirizado. Auténticas bestias, monstruos narrativos para nutrir sus miles de capítulos absorben todas las historias que estén a su alcance. También las inmediatas, también las reales. Como dice Jason Mittell, la televisión cada vez es más compleja. Narrativa, social, moralmente. Y psicológicamente: su complejidad ha empezado a mimetizarse con la de nuestro cerebro.

Jorge Carrión es autor de *Librerías* (finalista del Premio Anagrama de Ensayo 2013).

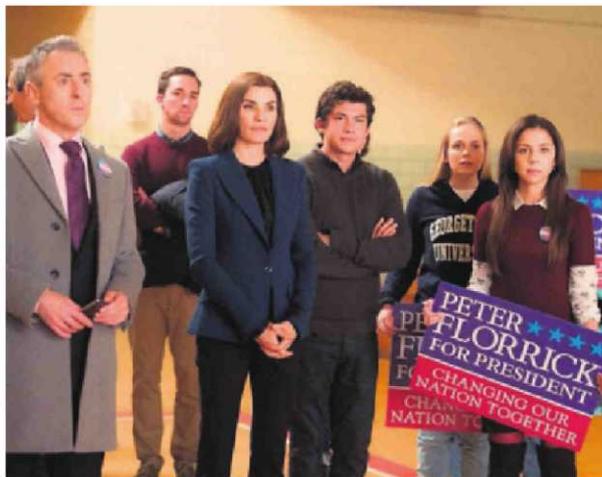
PERIODISMO EN SERIE

Por JORGE CARRIÓN

La ficción televisiva parece invadir la función tradicional de los medios de intermediar entre lo ocurrido y nuestra percepción de lo que pasó

El 11 de diciembre del año pasado un comando de terroristas talibanes asaltó la Embajada española en Kabul. Desde entonces los medios han publicado diversos reportajes y reconstrucciones de los hechos. Sin embargo, desde el primer momento los seguidores de ficción televisiva, para imaginar qué podría haber pasado *in situ*, recurrimos inconscientemente al asalto a la Embajada de Estados Unidos de Islamabad en la cuarta temporada de *Homeland*; y para entender cómo se vive una situación así desde la distancia, a crisis similares que encaran el presidente o sus subordinados en *El ala oeste de la Casa Blanca* o *Madam Secretary*. De modo que cuando fueron llegando los relatos documentales, lo que en cierto modo hicieron fue matizar o refutar lo que ya nos habían contado los de ficción.

Esa dinámica es una constante en la historia de la humanidad. La literatura es universal y, por tanto, capaz de iluminar cada hecho particular. Iluminaciones futuras: *Macbeth* o *El rey Lear* permitieron entender mejor a mandatarios tan distintos como Napoleón o Hugo Chávez; o retrospectivas: las estupendas novelas de Elena Ferrante ayudan

Capítulo de *The Good Wife* sobre los caucus de Iowa.

Recurrimos de forma inconsciente a 'Homeland' para imaginar el ataque a la Embajada española en Kabul

a comprender mejor la idiosincrasia napolitana. Sin embargo, el periodismo ha ocupado durante un siglo y medio una zona privilegiada que parece estar perdiendo. Se ha reivindicado, por su velocidad para elaborar una versión de los hechos, como la intermediación por excelencia entre lo ocurrido y nuestra percepción de lo ocurrido. Me pregunto si, por su conexión inmediata con el presente y por su enorme capacidad de difusión, las series de televisión no están invadiendo esa zona documental. Si la telerrealidad, desde el primer *Big Brother* de 1999, ha crecido exponencialmente hasta protagonizar incluso canales enteros (gracias a su asimilación de mecanismos ficcionales, si no a su transformación



LOS ESCRITORES DE ABC, OTRA

Abrimos hoy nuestras páginas a los redactores y colaboradores de ABC que han publicado libros en el último año. Es una leve muestra del compromiso de ABC con la literatura, mantenido durante los 113 años de su historia. Las páginas en las que escribieron Azorín, Camba o Cela siguen hoy fieles a esa búsqueda de la excelencia, cuya mejor muestra está en quienes hacen posible el periódico, día a día, y también enriquecen la cultura española con libros de todos los géneros: novela, ensayo, historia, poesía, reportaje... Hay algo de ABC en todas estas voces que forman una mirada crítica del mundo



Algunos escritores, en la antesala de la Biblioteca de ABC, junto a los retratos de las grandes firmas del pasado, como Emilia Pardo Bazán, Blasco Ibáñez, Julio Camba o Unamuno. En primera fila, de izquierda a derecha: M. Monmany, A. Martínez-Fornés, L. A. de Cuenca, C. Morcillo, M. Barroso, H. Terstch y F. Marín. En la segunda fila: J. M. de Prada, M. Vilas, L. Revuelta, J. Fernández-Miranda, I. Martín Rodrigo, L. del Val, A. Armada y G. Albiac

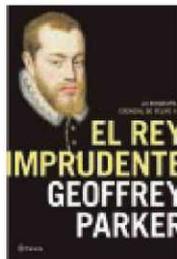


«El guionista de la Transición» (Plaza & Janés) J. FERNÁNDEZ-MIRANDA



Prologado por Don Juan Carlos, «El guionista de la

Transición» reúne relevantes testimonios, muchos hasta ahora inéditos, sobre la figura de Torcuato Fernández-Miranda y su papel decisivo en la vuelta de la democracia a España. Desde su etapa de tutor real, pasando por el célebre «de la ley a la ley», hasta las circunstancias de su adiós a la política, el libro alumbra y documenta la historia de un hombre que estuvo en el centro de aquella difícil encrucijada histórica.

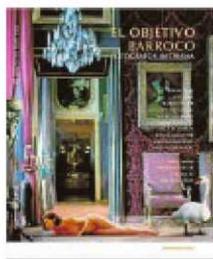


«El rey imprudente» (Planeta) GEOFFREY PARKER



El historiador británico y tercerista de ABC Geoffrey

Parker aporta documentación inédita de la Hispanic Society of America para desterrar tópicos en torno a la figura del rey Felipe II. Una polémica revisión de las políticas del monarca que tuvo el epíteto de «Prudente», pero que, a la luz de los mencionados documentos, demuestra que algunos de los ejes de su reinado le obligaron a jugar cartas importantes, dando más peso a sus propias convicciones que a la realidad.

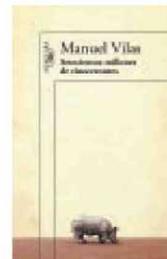


«El objetivo barroco» (documenta arts) LAURA REVUELTA



«Fotógrafos del drama» es el subtítulo de este ensayo, cuya

autora (Redactora Jefe de ABC Cultural) plantea su discurso literario y visualmente. Una rigurosa «exposición» de palabras e imágenes cedidas para este libro por un elenco de artistas contemporáneos (Erwin Olaf, Jeff Wall, Karen Knorr, G. Crewdson, Andrés Serrano, James Casabere, P. Lorca Di Corcia, J. Manuel Ballester, V. Beecroft, Sam Taylor Wood). Para ver y entender por qué vivimos tiempos que se definen como «neobarrocos».

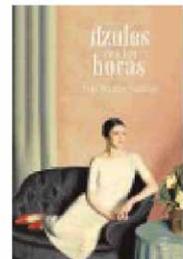


«Setecientos millones de rinocerontes» (Alfaguara) MANUEL VILAS



En «Setecientos millones de rinocerontes», Manuel

Vilas, colaborador de ABC Cultural, retrata la excepcionalidad de la mente del hombre moderno y transmite, con acrobacias imposibles, que la elección más sugerente siempre es el trastorno. Nadie puede negarle a Vilas, además de un pulso narrativo de atleta de élite, un buen humor y un desparpajo generosos, pero bien nutridos de tradición. Por algo es uno de los narradores más creativos en la parcela del humor.



«Azules son las horas» (Espasa) INÉS MARTÍN RODRIGO



Siempre rodeada de libros y palabras, Inés

Martín Rodrigo, periodista del área de Cultura de ABC, se estrena como novelista el 23 de febrero con «Azules son las horas», en la que se adentra en la vida de Sofía Casanova, la primera corresponsal de guerra. Un viaje apasionante que se inicia en los salones de la alta sociedad madrileña de principios del siglo XX y la Corte de Alfonso XII y nos conduce hasta la Revolución bolchevique y las trincheras de la Primera y la Segunda Guerra Mundial.



MANERA DE CONTAR EL MUNDO



IGNACIO GIL



«Los caminos de la literatura» (Rialp)
LUIS ALBERTO DE CUENCA



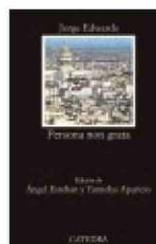
Cuatro amenos ensayos reunidos por la pasión lectora. Luis Alberto de Cuenca, Nacional de Poesía con «Cuaderno de vacaciones», evoca sus momentos más felices: de Stevenson al Amadís de Gaula, los poemas de Rubén Darío y la Biblioteca de Alejandría.



«Por las fronteras de Europa» (G. Gutenberg)
MERCEDES MONMANY



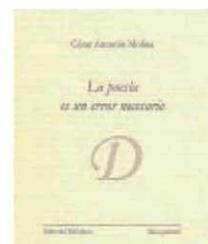
Mercedes Monmany, crítica literaria de ABC, dibuja, con la precisión de un bisturí literario, el mapa que todo (buen) lector querría llevar consigo en «Por las fronteras de Europa», obra que atraviesa las narrativas que han marcado el último siglo en el viejo continente.



«Persona non grata» (Cátedra)
JORGE EDWARDS



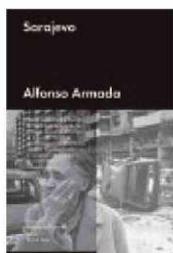
Cuatro décadas después de su publicación en 1973, retorna el libro-testimonio que provocó la expulsión de Cuba de Jorge Edwards por sus críticas al régimen castrista. La Historia ha dado la razón al escritor chileno, que en 2013 logró el Premio Mariano de Cavia.



«La poesía es un error necesario» (Trifolium)
CÉSAR ANTONIO MOLINA



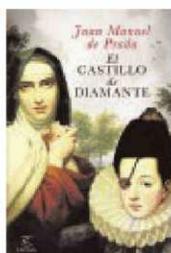
César Antonio Molina, director de la Casa del Lector, cierra la trilogía que inició con «Sobre la inutilidad de la poesía» y «En honor de Hermes» con este conjunto de ensayos en los que la poesía emerge como el último refugio del sentido de la existencia.



«Sarajevo» (Malpaso)
ALFONSO ARMADA



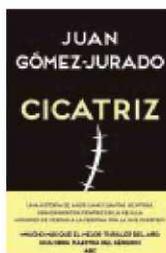
La crónica de guerra y el diario personal convergen en un topónimo del inmenso fracaso de la historia europea del siglo XX. Alfonso Armada, director de ABC Cultural, logra en este «Sarajevo» un maridaje de gran escritura periodística y lírica de la tristeza. Una crónica personal y periodística que nos lleva de la mano a recorrer uno de los momentos más dramáticos de la historia europea reciente, la atrocidad de la guerra en Bosnia y el cerco de Sarajevo.



«El castillo de diamante» (Espasa)
JUAN MANUEL DE PRADA



Teresa de Ahumada y Ana de Mendoza. ¿Qué tiene la santa andariega que no tenga la princesa del parche en el ojo? La España del Siglo de Oro respira por las heridas de dos mujeres en «El castillo de diamante», la última novela de Juan Manuel de Prada, escritor y colaborador de esta Casa. El autor de «Las máscaras del héroe» y «Morir bajo tu cielo» no nos cuenta qué pasó, sino qué cree él que pasó, qué pudo suceder para separar a dos mujeres, tan distintas a simples vista.



«Cicatriz» (Ediciones B)
JUAN GÓMEZ-JURADO



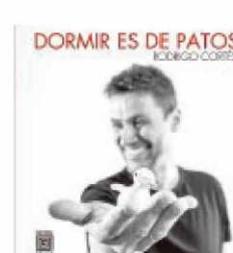
Además de un apasionado lector de alquimistas de mundos paralelos como Rothfuss, Martin y Abercrombie, Juan Gómez-Jurado se ha convertido en uno de los puntales del thriller «made in Spain». No en vano, el autor de «El paciente» ha llegado a «Cicatriz», su última y absorbente novela, después de haber vendido más de cinco millones de ejemplares en 40 países. Una obra construida con precisión de relojero y en la que nada es exactamente lo que parece.



«Volaverunt» (Confluencias)
JUAN PEDRO QUIÑONERO



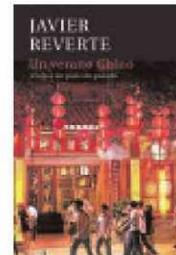
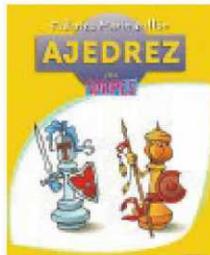
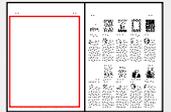
Corresponsal de ABC en París desde hace más de dos décadas, Juan Pedro Quiñonero combina el pulso de la actualidad con una creación literaria que le ha llevado a publicar más de una quinceña de títulos entre ensayos y novelas. El último de ellos, «Volaverunt», retoma su goyesca visión de España para añadir un sexto volumen a esa serie de reflexiones que el periodista vuelve en su blog, «Una temporada en el infierno». Simbiosis cultural de un español en París.



«Dormir es de patos» (Delirio)
RODRIGO CORTÉS



Este libro sin parangón ha nacido de una vocación irónica lapidaria y un poco inmisericorde, que quiere condensar realidades complejas como algoritmos en fórmulas gramáticas brevísimas. «Dormir es de patos» es un juego, es un libro pequeño, cuadrado, redondo, denso y ligero a un tiempo, fácil de abrir y difícil de cerrar, porque engancha. Su autor, cineasta y escritor, lo considera familia, aunque lejana, del «Verbolario» (la sección que ABC publica a diario en la última página).



«**Varados en Río**»
(Anagrama)
JAVIER MONTES

«**Ajedrez para torpes**»
(Anaya)
FEDERICO MARÍN BELLÓN

«**El crimen de Asunta**»
(La esfera de los libros)
CRUZ MORCILLO

«**Un verano chino**» (Plaza & Janés)
JAVIER REVERTE

«**Las hijas de Alfonso XII**»
(La esfera de los libros)
ALMUDENA MARTÍNEZ-FORNÉS



Colaborador de ABC Cultural y seleccionado por Granta en

2010 como uno de los mejores escritores jóvenes en lengua española, Javier Montes se estrenó con el Premio José María de Pereda con «Los penúltimos» y no ha hecho más que cosechar críticas entusiastas. Ahora, después de meterse en el pellejo de un crítico de hoteles en «La vida de hotel», Montes se traslada a Río de Janeiro para reflexionar sobre la relación de un personaje con la ciudad.



El periodista y bloguero de ABC Federico Marín Bellón destierra prejuicios hacia el ajedrez y nos revela las claves del juego más inteligente para que movamos pieza y consigamos, por fin, un jaque mate.

La idea, según reconoce su autor, no es ofender al aprendiz, sino animar a sumarse a este juego fantástico a todos aquellos que no tienen ni idea, pero les gustaría aprender, y a los que sólo saben mover las «fichas» y querrían conocer algunos secretos.



El crimen de Asunta sigue dejando preguntas en el aire, un reto para el periodismo de investigación: «¿Si hubiera sido otro tipo de familia, otro tipo de barrio, otro tipo de vida, se habría actuado igual?», se pregunta Cruz Morcillo, periodista especializada en Interior.

Todos los secretos que se esconden detrás de la muerte de la niña, los atestados policiales, las diligencias y testimonios que constan en la investigación se analizan con rigor para arrojar luz sobre el caso.

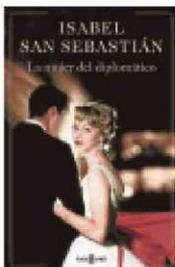


Viajero incansable e inquieto cronista de cuantas realidades le rodean, Javier Reverte regresa a China para explicar las transformaciones que ha sufrido el gigante asiático en los últimos años y embarcar al lector en un hipnótico viaje, siguiendo el curso del río Yangtsé y haciéndose valer como uno de los grandes activos de la literatura de viajes. Y es que, como reconoce el propio autor, «China es como un gran animal que lo quiere devorar todo».



Corresponsal de ABC en la Casa Real desde 2002, Almudena

Martínez-Fornés arroja con «Las hijas de Alfonso XII» un poco de luz al trágico destino de las Infantas María de las Mercedes y María Teresa, hermanas de Alfonso XIII y secundarias de lujo en una época de convulsiones política. Una apasionante novela que rastrea en nuestro pasado más reciente para contar el trágico destino de dos princesas que, pese a todo, lograron casarse por amor.



«**La mujer del diplomático**» (Plaza & Janés) I. SAN SEBASTIÁN

«**A la madura Dios no la ayuda**» (La esfera de los libros) MARTA BARROSO

«**Blues de invierno**» (Confluencias) GABRIEL ALBIAC

«**No digas que me conoces**» (Plaza & Janés) SERGI DORIA

«**Estilo Letizia**» (Planeta) MARÍA LUISA FUNES



En su novela más personal y ambiciosa hasta el momento, la periodista Isabel

San Sebastián se adentra en el glamuroso mundo diplomático de mediados del siglo XX –las intrigas políticas, las calles de París, Estocolmo, La Habana o Cuzco, el lujo, los bailes, las cenas y los escauceos amorosos– para contar una emotiva historia familiar de lealtad, traición y pérdida. Y es que «La mujer del diplomático» refleja, sin duda, el lado más íntimo de la columnista de ABC.



La periodista Marta Barroso ha escrito una

delirante novela en la que una cincuentañera superada va desgranando su existencia –el marido, los hijos, su madre, las amigas, la casa, el trabajo...– y, sobre todo, su convivencia con Él. «A la madura Dios no la ayuda» se compone de una sucesión de escenas hilarantes, tiernas, dramáticas a veces, pero siempre reales (como la vida misma), para acabar descubriendo los motivos que le han llevado a dar un portazo quizá sin vuelta atrás.



Gabriel Albiac, filósofo y columnista de

ABC, tardó una década en escribir «Blues de invierno», una novela negra en la que aborda el 11-M y que estuvo durante años en una carpeta bajo el rótulo «Novela póstuma». Un libro cuya acción se desarrolla en apenas dos días y donde confluyen el espionaje, el amor de pago y los peores atentados de la historia de España. En definitiva, más que una novela negra, es la biografía cruel nuestro mundo. En negro.



De entre sus múltiples escapadas a los albores del siglo XX, el

periodista y crítico literario de ABC Sergi Doria se trajo de vuelta a Antoni Lluçia Bussés, un hombre fuera de lo común, que hizo de la estafa un arte, y con el que el periodista catalán ha armado su primera novela, «No digas que me conoces». Una intriga anudada a un personaje memorable con la que Doria aprovecha para retratar la Barcelona del pistolero y la lucha anarcosindicalista.



Doña Letizia se ha convertido en un referente de

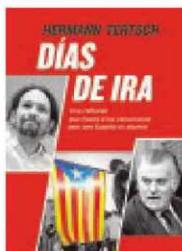
estilo y su forma de vestir tiene miles de imitadoras en todo el mundo. Esta obra de María Luisa Funes, periodista especializada en moda de ABC, es una guía, entretenida y práctica, sobre todos los aspectos del guardarropa de la Reina. Desde sus orígenes, cuando se vestía con el asesoramiento de las estilistas de la televisión, hasta el traje que llevó en la audiencia privada con el Papa, ya convertida en Reina de España.



«La historia de España...» (Espasa)
JOSÉ MARÍA CARRASCAL



Curtido en plazas tan dispares como el Berlín de posguerra o el Nueva York de los sesenta y los setenta, José María Carrascal se aparta momentáneamente de esa ventana a la actualidad que es su columna de ABC (titulada «Postales») para cuestionar en «La historia de España que no nos contaron», su último libro, algunas de las verdades universales sobre las que se asienta la historia de este país. Un repaso a las claves que impiden a este viejo país estar en paz consigo mismo.



«Días de Ira» (La esfera de los libros)
HERMANN TERTSCH



Columnista y enviado especial de ABC desde hace una década, Hermann Tertsch traslada las afiladas opiniones de sus columnas a «Días de ira», una reflexión urgente sobre la actualidad política en España y Europa con la que el periodista trata de arrojar un poco de luz sobre un momento el que, como él mismo señala, «se ha hundido una realidad y no ha emergido aún otra». Habrá, pues, que dar los primeros pasos de la exploración por espacios ignotos.



«La Transición perpetua» (Algaida)
LUIS DEL VAL



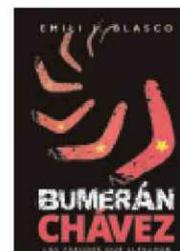
Prolífico novelista y firma habitual de las páginas de Enfoque en ABC, Luis del Val acumula galardones como el Logroño de Novela, el Ateneo de Sevilla o el Racimo de Oro, palmarés al que se suma ahora el de Novela Solar de Samaniego, galardón de nuevo cuño que logró con «La Transición perpetua», intriga novelesca que sigue los pasos de una profesora universitaria que está escribiendo un libro sobre los servicios secretos españoles durante la Transición.



«82 objetos que cuentan un país» (Taurus)
MANUEL LUCENA GIRALDO



El historiador Manuel Lucena Giraldo, tercerista y colaborador de ABC, traza en «82 objetos que cuentan un país» un recorrido por nuestra gran cultura material. «Un libro de historia, no de memoria», según advierte el propio autor, que nos retrata a través de las historias del bisonte de Altamira, la Dama de Elche, Nebrija, Carlos V, Felipe II, Quevedo, Velázquez, Carlos III, Goya, Gaudi, Picasso, pasando por la baraja española, el toreo a pie, el flamenco o el abanico.



«Bumerán Chávez» (Amazon)
EMILI J. BLASCO



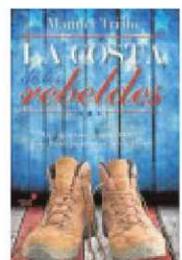
Corresponsal en Berlín, Londres y Washington, Emili J. Blasco fue durante su estancia en Estados Unidos un referente internacional de la información sobre Venezuela, algo que ya le valió el Premio Vocento de Comunicación y que le ha llevado a publicar «Bumerán Chávez», ensayo en el que recoge los fraudes que llevaron al colapso de Venezuela. El libro también incluye las curiosas relaciones del chavismo con Estados Unidos, la España de Podemos y Latinoamérica.



«Sombras de Ningurán» (Espasa)
JOSÉ MANUEL OTERO LASTRES



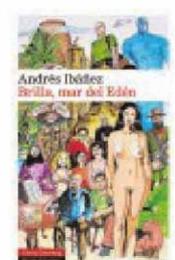
En noviembre de 2011, en Ningurán, una localidad de la Costa de la Muerte, en Galicia, se va a proceder a la exhumación del cuerpo de Romualdo García, un conocido constructor de la zona; pero, al abrir el nicho, el cadáver ha desaparecido. Con ese inquietante punto de partida, el escritor José Manuel Otero Lastres, autor del blog «Puentes de palabras» en ABC, construye un relato apasionante, en el que los fantasmas del pasado regresan para quedarse.



«La costa de los rebeldes» (Stella Maris)
MANUEL TRILLO



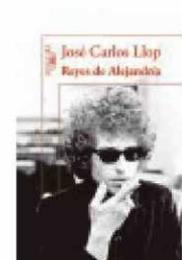
«La costa de los rebeldes» arranca en Massachusetts, en las primeras décadas del siglo XVII, con la llegada de «los padres peregrinos» ingleses a bordo del Mayflower. Desde ahí, Manuel Trillo, corresponsal de ABC en Miami, avanza a lo largo de diferentes escenarios históricos, al tiempo que recorrería los cinco mil kilómetros de la fachada atlántica de Estados Unidos. El relato concluye en Florida, donde se recrea el descubrimiento del lugar por Juan Ponce de León en 1513.



«Brilla, mar del Edén» (Galaxia Gutenberg)
ANDRÉS IBÁÑEZ



¿Qué puede suceder con noventa supervivientes de un accidente aéreo varados en una isla paradisíaca? Andrés Ibáñez, tercerista de ABC y colaborador de ABC Cultural, refleja la confrontación de nacionalidades y creencias religiosas, entre la aventura y la novela de ideas, en «Brilla, mar del edén». Una descomunal obra (en fondo y forma), cuya idea surgió tras un episodio de «Perdidos», que describe la crisis de un mundo (el nuestro) y propone un nuevo camino.



«Reyes de Alejandría» (Alfaguara)
JOSÉ CARLOS LLOP



José Carlos Llop, colaborador de ABC Cultural, ha hecho de la poesía narrativa todo un arte, como demuestra en «Reyes de Alejandría», su última novela, en la que reconstruye, como si de su propia memoria se tratara, el pasado de esa generación que en los 70 disfrutó de las mieles de tener 20 años. Una generación marcada por las drogas, el sexo y el rock and roll, que soñaba con cambiar el mundo mediante la literatura, pero terminó sucumbiendo a la comodidad de su propia realidad.



«Tu rostro con la marea» (Espasa)
F. GARCÍA DE CORTÁZAR



El historiador Fernando García de Cortázar logró el Premio de Novela Histórica Alfonso X el Sabio con «Tu rostro con la marea», de reciente publicación en bolsillo. Además, entre sus últimas publicaciones destaca «Momentos emocionantes de la historia de España» (Espasa), un viaje en el tiempo que se inicia con los romanos y culmina en las primeras elecciones democráticas. El colaborador de ABC aborda la crónica española como un apasionante libro de aventuras.



La importancia literaria de ABC

► Los colaboradores y escritores de este diario representan su esencia más pura

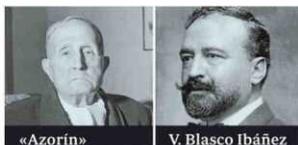
FEDERICO AYALA SÖRENSSEN
MADRID

Cuando don Torcuato Luca de Tena fundó ABC, subrayó que las tres primeras letras habían de significar el poder del alfabeto entero. Y para conseguirlo no dudó en contratar a los mejores escritores de su época, sin importar su ideología, buscando siempre la excelencia allí donde estuviere. Una cosa iba a ser la ideología del periódico, y otra la de sus colaboradores. Esto ha sido una especie de bandera de libertad que ha campeado brillantemente desde su nacimiento y que es como un timbre de gloria del liberalismo y del respeto al contrario. El primer gran fichaje fue el de Azorín, fervoroso republicano, proveniente del anarquismo literario, y al que, tal vez con cierta malicia, envió don Torcuato a cubrir el viaje del joven Rey Alfonso XIII a París, lo que le permitió narrar de un modo magistral el atentado sufrido en la capital gala por el Monarca. Y aquí se quedó, abriendo la puerta a otros miles -más de veinte mil tenemos registrados en nuestro Archivo-.

ABC se ha convertido, a lo largo de sus ciento trece años de existencia, en el referente necesario de la Historia de España y del mundo, en una especie de «vicio nacional», como lo llamó don Gregorio Marañón, o el desayuno obligatorio de casi todos los españoles, en frase de José María Pemán. Los hermanos Goncourt dijeron que el periodismo son «unos pocos céntimos de historia envueltos en un cucurucho de papel». Tal vez para dignificar ese cucurucho, la atención a la creación literaria fue uno de los pilares de este periódico desde el principio, marcando un itinerario constante que abrió el vasto horizonte de la literatura en los periódicos, contribuyendo de manera destacada a la aparición de un nuevo género: el columnismo literario.

Wenceslao Fernández Flórez pensaba que incluir su firma en ABC era la oportunidad más codiciable para un cronista. Como en un salón recubierto de espejos, los prestigios acumulados en aquellas páginas recibían recíprocamente luz e importancia. A lo largo de un siglo, por ABC han pasado las mejores firmas de la literatura, de la ciencia y del periodismo de todo el mundo. La relación sería interminable, pues nadie que hubiera destacado por su pluma o la profundidad de sus ideas está ausente de nuestras páginas. Un complejísimo mundo literario y periodístico que solo puede darse al calor de la liberalidad de un periódico como ABC.

113 años de historia, década a década



«Azorín»

V. Blasco Ibáñez

Antes de 1920 Emilia Pardo Bazán, Ramón María del Valle-Inclán, Juan Ramón Jiménez, Gabriel Miró, Ramón Pérez de Ayala, José Cuartero, Doctor Thebussem, José Echegaray, Manuel Troyano, Joaquín y Serafín Álvarez Quintero, Francisco Sánchez-Ocaña, Manuel Troyano, José María Salaverría.



Jacinto Benavente

Sofía Casanova

1920 Ramón Gómez de la Serna, Eugenio D'Ors, Gregorio Corrochano, Carlos Arniches, R. Sánchez Mazas, Julio Casares, José Francos Rodríguez, Rubén Darío, Antonio Azpeitua, Federico García Sanchís, Josep Pla, Víctor Pradera, Marcos Rafael Blanco Belmonte y Manuel Bueno.



C. González Ruano

Agustín de Foxá

1930 Pío Baroja, Rafael Alberti, Antonio y Manuel Machado, Ramiro de Maeztu, Wenceslao Fernández Flórez, Enrique Jardiel Poncela, Álvaro Cunqueiro, Concha Espina, Manuel Halcón, Natalio Rivas, Felipe Sassone y José Juan Cadenas.



Camilo José Cela

Gerardo Diego

1940 Pedro Laín Entralgo, Alfredo Marquerie, Dionisio Ridruejo, Antonio Díaz Cañabate, Carlos Sentís, Emilio García Gómez, Giraldillo, José María Alfaro, Eugenio Montes, Jacinto Miquelarena y Manuel Halcón.



Edgar Neville

Julio Camba

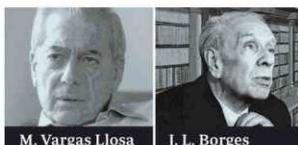
1950 José María Pemán, Luis Rosales, Víctor de la Serna, Julián Marías, Gregorio Marañón, Luis Calvo, Ignacio Aldecoa, Gregorio Marañón, Xavier Zubiri, José Camón Aznar, Joaquín Romero Murube, Andrés Révész y Josefina Carabias.



Dámaso Alonso

Miguel Delibes

1960 G. Torrente Ballester, J. Luis Martín Descalzo, José María de Cossío, Salvador de Madariaga, Guillermo de Torre, Daniel Vázquez Díaz, José María Massip, Sebastián Miranda y Alejandro Casona.



M. Vargas Llosa

J. L. Borges

1970 Gabriel García Márquez, Francisco García Pavón, Vicente Enrique Tarancón, Salvador Dalí, Alexander Solzhenitsin, Miguel Ángel Asturias, Claudio Sánchez Albornoz, Pedro Sáinz Rodríguez, John Kenneth Galbraith, Joaquín Calvo Sotelo y Julio Caro Baroja.



Octavio Paz

Terenci Moix

1980 Nicolás Guillén, R. Sánchez Ferlosio, Rosa Chacel, Francisco Ayala, Francisco Umbral, Carmen Martín Gaité, Juan Pablo Fusi, José María de Areilza, Augusto Roa Bastos, Severo Ochoa, Ernesto Sábato, Gregorio Salvador, Ricardo Gullón, Manuel Blanco Tobío y Lorenzo López Sancho.



Jaime Campmany

Francisco Umbral

1990 Antonio Buero Vallejo, Fernando Lázaro Carreter, Víctor García de la Concha, Antonio Muñoz Molina, Pere Gimferrer, Juan Rof Carballo, Vicente Zabalá, Stanley G. Payne, Adolfo Bioy Casares, Antonio Garrigues Walker y Dulce María Loynaz.



M. M. Ferrand

Jorge Edwards

2000 Ignacio Camacho, Antonio Burgos, Carlos Herrera, Ignacio Ruiz-Quintano, Javier Gomá, Jiménez Lozano, Cándido, Rodríguez Adrados, Andrés Amorós, David Gistau, Salvador Sostres, Luis Ventoso, Fernando Rodríguez Lafuente y Guy Sorman.



RAÚL ARIAS

CARTAS A K.

ARCADÍ
ESPADA

Periodista catalán, oxímoron

Mi liberada:

Este miércoles conocí a **Manuel Bultó Font**, al que tú llamarías, dado que eres algo antigua, el heredero de una familia acaudalada. El señor Bultó está a punto de cumplir los 90 años. Pero aún va en moto, como propio de un *bultaco*, y tiene el andar firme y la cabeza clara. Estábamos los dos en el Cotton de la Gran Vía, un hotel agradable y elegante, para respaldar la creación del Grupo de Periodistas Pi y Margall. Este grupo, nacido al calor del Clac (Centro Libre de Ar-

te y Cultura), que puso de pie la editora y mujer de mundo **Miriam Tey**, tiene el objetivo, puramente gramatical, de que el sintagma periodista catalán deje de ser un oxímoron.

Yo estaba allí para explicar por qué el periodismo catalán, genéricamente considerado, ha traicionado su primer deber respecto al proceso separatista, que es la búsqueda imperativa de la verdad. Y por qué esa traición ha sido decisiva en el relativo éxito de la propuesta y en la fractura de la comunidad de ciudadanos. No te vi entre el

público pero no me importa hacerte un resumen de mis argumentos.

Bultó estaba en el acto como víctima. No sólo porque en 1977, y en nombre del separatismo catalán, mataron a su padre. También porque hace un mes entrevistaron cuidadosamente a uno de sus asesinos, un llamado **Carles Sastre**, en la radio y en la televisión públicas catalanas. Con tanto cuidado que ni **Mònica Terribas**, responsable del programa matinal de Catalunya Ràdio, ni **Xavier Graset**, que hace lo mismo en un programa del canal televisivo de noticias, citaron su condición de asesino condenado. La familia Bultó se quejó amargamente del tratamiento informativo y, como el acto del Cotton trataba de alumbrar la posibilidad de un nuevo periodismo en Cataluña, ahí estaba el hijo de Bultó a modo de ejemplo hiriente de su necesidad.

La irrupción en la cadena pública del asesino Sastre tuvo interés por su capacidad de metaforizar algunos rasgos inmorales de la práctica periodística local. La primera alude al marco establecido para decidir quién entra o no a formar parte del discurso periodístico. El asesino Sastre estaba allí porque era protagonista de una operación política del sector cínicocapitalista de la Cup, que trataba de que **Artur Mas** siguiera. Había firmado un manifiesto junto a otros de los que Terribas llamaba, con pujo académico y miseria eufemística, «históricos del independentismo combatiivo». Una atenuación comprensible, desde luego, si se piensa que el presidente Mas estaba recibiendo el apoyo de un asesino. A diferencia de la mitad de la población catalana contraria a la secesión un asesino puede entrar con facilidad en el frame mediático siempre y cuando la defienda. El asesino Sastre encabezaba el manifiesto por una popularidad cuyas razones no se detallaron: no solo mató a Bultó y resultó absuelto de su participación en el asesinato del alcalde **Viola** sino que fue miembro empecinado de **Terra Lliure**, la banda criminal nacionalista.

Hasta ahora lo más importante que ha hecho Sastre en su vida es matar a un hombre. Pero la periodista Terribas no creyó, en la presentación que hizo del personaje, que éste fuera un detalle relevante y lo obvió. Lo mismo hizo Graset, aunque con más virtuosismo: logró hablar con el asesino más de un cuarto de hora sin aludir a sus crímenes. Lo extraordinario es que en las dos entrevistas se trató de política y, más concretamente, de separatismo. Un contexto donde la mención del asesinato aún cobraba más sentido: Sastre mató a un hombre y militó en una banda terrorista por las mismas razones que ahora firmaba el manifiesto favorable a la continuidad de Mas.

Terribas es independentista. Graset no lo sé. Ellos sabrán si su presentación del asesino obedece o no a una instrucción moral. En cualquier caso supone una grave incompetencia técnica. La selección de los detalles es crucial en el ejercicio del oficio periodístico. Y la suya fue desastrosa. La anécdota particular cabe vincularla también con un principio general: la falta de una formación rigurosa. Naturalmente ésta no es una característica exclusiva de los periodistas catalanes. El consumo de información se ha convertido, con las compras,

en la principal forma de ocio contemporáneo. Y en todas partes, para alimentar la máquina, se precisa mano de obra no cualificada. Como en el deporte, la falta de fundamentos técnicos se aprecia cuando los practicantes se ven sometidos a la presión y a la exigencia. El agobiante cerco de la política separatista podrían haberlo resistido periodistas articulados, que hubiesen leído y pensado sobre su oficio, con independencia de sus convicciones. La fragilidad intelectual ha sido la condición previa e inexcusable de la devastación moral. En Cataluña la política ha arrasado al periodismo y lo ha puesto humillantemente a su servicio. Hay un instante memorable en la suerte de entrevista de Graset cuando, al hilo de las imágenes del pu-

En Cataluña la política ha arrasado al periodismo y lo ha puesto a su servicio

La usurpación de la palabra 'democracia' es el peor delito del separatismo

ñetazo al presidente **Rajoy**, que sucedió el mismo día, el asesino se permite censurar la acción con estas palabras: «Me parece una salida de tono». ¿Cómo iba el exangüe periodista a objetarlas, con qué ánimo y legitimidad, él, que no había sido capaz de referirse a la antigua y aún más franca salida de tono de su interlocutor?

De modo sobresaliente están también las mentiras. En lo de Graset hay una significativa. En un momento de arrulladora complicidad con su entrevistado el periodista insinúa que en España las ideas independentistas se pueden defender democráticamente «siempre que no ganen». Sic. La mentira más escandalosa del proceso no es el *Espanya ens roba* ni tampoco el supuesto asesinato de la lengua y la cultura autóctonas; es la difusión de la idea de que España no es un Estado democrático porque impide la independencia. Cuando lo cierto es que los únicos que han atentado gravemente contra la democracia han sido las autoridades catalanas al incumplir la ley. La única condición que el Estado español pone a la modificación de sus fronteras es que sea decidida entre todos los que participaron en su fijación. Es decir, entre todos los españoles. La usurpación de la palabra *democracia* es el peor delito del separatismo. La mentira nuclear. No habría sido posible sin la absoluta complicidad mediática.

Como trato de hacer siempre, teniendo en cuenta, con **Ruano**, que en un discurso y en una morcilla cabe todo, a condición de atar bien cabo y rabo, acabé proclamando con gran solemnidad que el nacionalismo es una mentira, que los periodistas se dedican a la verdad y que un periodista gobierna en Cataluña.

Quod erat demonstrandum.

Y sigue ciega tu camino...

A.



Miquel Glez/ Shooting



Las intuiciones de José Manuel Lara

Isidro
FAINÉ*

José Manuel Lara Bosch, quien me honró con su amistad y confianza, murió hace un año, y todavía no he podido asumir que ya no esté siempre ahí. Porque él siempre estaba. Para escucharte, con tiempo, sin prisas, fumando un Ducados tras otro. Para regalarte una oportuna reflexión o un inteligente consejo. O para compartir alguna de aquellas intuiciones tan propias de José Manuel, que le dieron una visión apasionada de lo que es ser editor de un gran «holding», apostar por la realidad multimedia, concebir estrategias financieras de éxito y expandir un imperio. Había comprendido rápidamente que el futuro estaba en la industria de contenidos. Él lo lideró, alentado por el ejemplo de su padre, un «self made man» único, fundador de la dinastía.

Mi buen amigo José Manuel Lara Bosch combinaba la campechanía, la fina inteligencia y una vitalidad inagotable. En alguno de los paseos que compartimos, me contó cómo, de muy joven, comenzó a andar entre libros, en París, en la librería Larousse, como aprendiz. Y de allí, cómo luego acabaría liderando uno de los grupos editoriales más potentes del mundo. Le escuché más de una vez relatando todo lo que debía y admiraba a su padre.

Con su intuición, es decir, con su olfato para las tendencias creativas de nuestro tiempo, vislumbró que diversificar era la clave del mañana. Guardo memoria de la satisfacción que le produjo adquirir Editis, el segundo grupo editorial de Francia, con más de cuarenta sellos. Mientras tanto, Planeta se ampliaba en España con la incorporación de Mondadori, Paidós, el Grup 62 y tantos. Es un catálogo con unos quince mil autores. Publica millones de libros al año. José Manuel estuvo al pie del cañón todos los días, incluso durante su larga lucha contra ese cáncer de páncreas que acabó con su vida.

Otra de sus facetas, una de

las que más atraían y estimulaban su imaginación empresarial, fue la creación del Grupo Atresmedia Corporación, que abarca medios de comunicación de tanto peso como Antena3 TV, La Sexta y, en la radio, Onda Cero, entre otras. Al mismo tiempo, fundó el periódico LA RAZÓN.

A lo largo de este intenso último año, me he preguntado con frecuencia cómo hubiese reaccionado José Manuel ante la compleja realidad política,

«COMBINABA LA CAMPECHANÍA, LA FINA INTELIGENCIA Y UNA VITALIDAD INAGOTABLE»

«CON SU INTUICIÓN Y SU OLFATO VISLUMBRÓ QUE DIVERSIFICAR ERA LA CLAVE DEL MAÑANA»

«AÑORO EN ESTAS HORAS AL HOMBRE NOBLE, AL AMIGO QUE SIEMPRE ESTÁ Y AL GRAN EMPRESARIO»

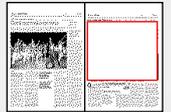
social y económica que estamos viviendo. Seguramente, pienso, del mismo modo en que afrontó gran parte de su vida: con espíritu crítico, pero tono conciliador; con atrevimiento y valentía, pero con voluntad de diálogo y pacto; y, sobre todo, con un profundo respeto por las personas y por sus ideas.

Con su corpulencia afable y un gran sentido de la amistad, José Manuel Lara supo combinar sus intuiciones con una voluntad constructiva y una determinación excepcional en su compromiso con la sociedad. Por ejemplo, fui testigo de su influencia en el Instituto de Empresa Familiar o en el Círculo de Economía. Cuando se habla de sociedad civil, pienso en José Manuel Lara. Me fascinaba observar la clarividencia de su actitud y acción en la sociedad civil de Catalunya, de Andalucía y del conjunto de España, al mismo tiempo que su lucidez en toda su estrategia inversora.

En estos últimos años, recuerdo con qué afecto tan especial tutelaba la Fundación José Manuel Lara, fiel a sus orígenes familiares en Sevilla, fiel a su padre y patriarca, a quien en justicia siempre reconocía las mejores virtudes y méritos.

Añoro en estas horas al hombre noble, al ciudadano comprometido con su sociedad, al amigo que siempre está, al gran empresario.

*Presidente del Grupo «la Caixa»



Un any sense José Manuel Lara. El 31 de gener del 2015, el món editorial espanyol va perdre un dels seus líders més intrèpids, que va ser capaç de recollir l'important llegat del seu pare i conduir-lo més enllà de les imponents fronteres originals. Van ser

molts els nous terrenys en què es va endinsar, però especialment va destacar per un gran interès pels mitjans de comunicació. Un dels seus últims desitjos, complert finalment per la seva família, va ser formar part de l'accionariat d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA.

Sé que era una de les seves il·lusions. L'any 2014 vaig iniciar unes converses amb **José Manuel Lara Bosch** perquè s'incorporés a títol personal a l'accionariat d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA. Els contactes van ser freqüents, intensos i profitosos. Al llarg d'aquestes trobades es va forjar una bona amistat i vaig descobrir la dimensió personal i professional de **José Manuel**. Era un home exigent, directe, de fina ironia com a persona intel·ligent que era, somiador, senzill, amant apassionat de la seva família... I, a més, un editor colossal en el sentit més ampli de la paraula. Es va endinsar en tots els camps de l'edició: llibres, premsa escrita, ràdio, televisió, cinema, internet... I el seu nom i la seva obra ja han quedat registrats en els llibres d'història del món de l'empresa i dels mitjans de comunicació.

La seva personalitat era aclapa-

Tribuna

Antonio **Asensio Mosbah**

PRESIDENT DEL GRUP ZETA



La il·lusió per un projecte

En uns moments tan delicats, José Manuel volia consolidar una Catalunya solidària i influent, motor d'Espanya

radora, contagiosa; tenia un caràcter fort, com correspon a un home de grans èxits, que els va aconseguir gràcies a la seva visió de futur, a la seva capacitat de treball i a la seva inclinació permanent per a l'autocrítica. **José Manuel**, com a home savi que era, d'entrada qüestionava fins i tot el que semblava evident, es feia preguntes i més preguntes buscant les respostes encertades, escoltava amb humilitat a qui volia sentir, analitzava i decidia.

Tots, ell mateix el primer, conei-

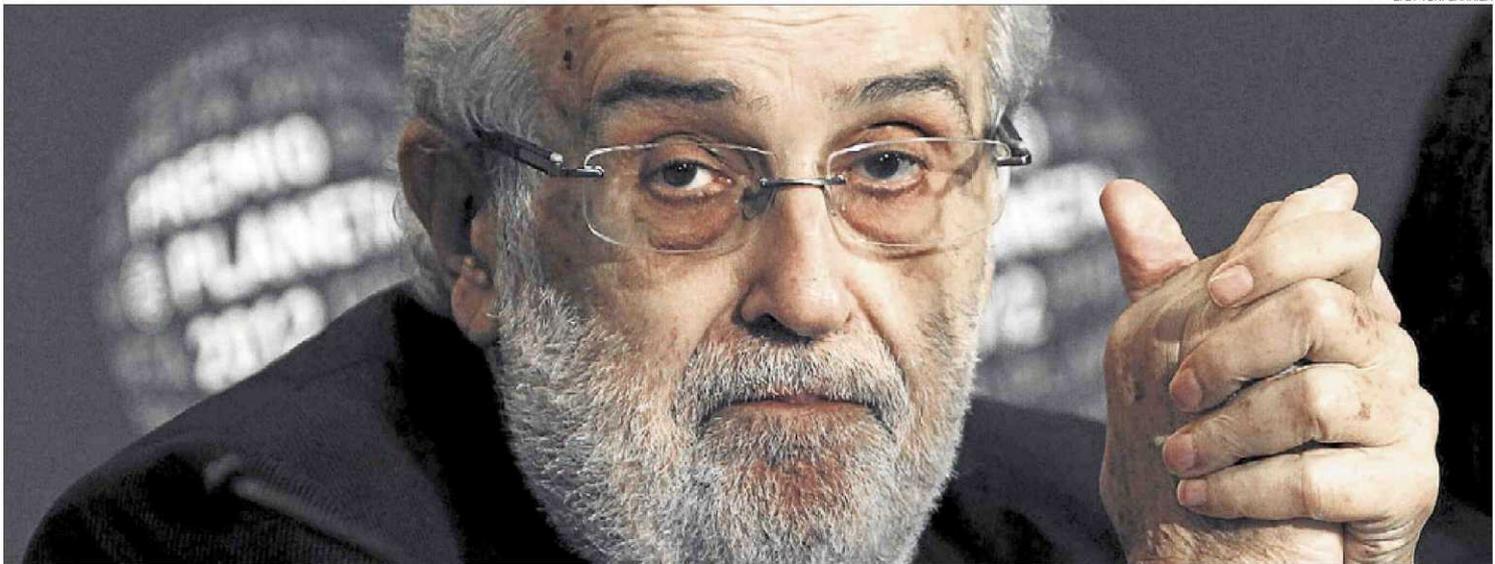
xiem l'abast d'una malaltia que a poc a poc el va anar minant físicament. Només físicament, perquè la seva fortalesa mental era extraordinària. Era admirable veure com es refeu de l'esgotament físic i participava en les reunions amb una energia i una claredat sobrenaturals. Aquesta força de voluntat gens comuna el va mantenir en el seu lloc de treball fins a l'últim moment.

En les reunions que vam mantenir em va confessar que se sentia identificat amb EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, perquè li resultava un diari pròxim, inconformista, defensor acèrrim de les clares singularitats de Catalunya i defensor a la vegada del compliment escrupolós de la legalitat constitucional. No deixava esclatxes per a l'ambigüitat. I el seu desig era formar part de l'accionariat d'EL PERIÓDICO, per enfortir el paper del nostre diari en uns moments polítics i socials tan delicats i

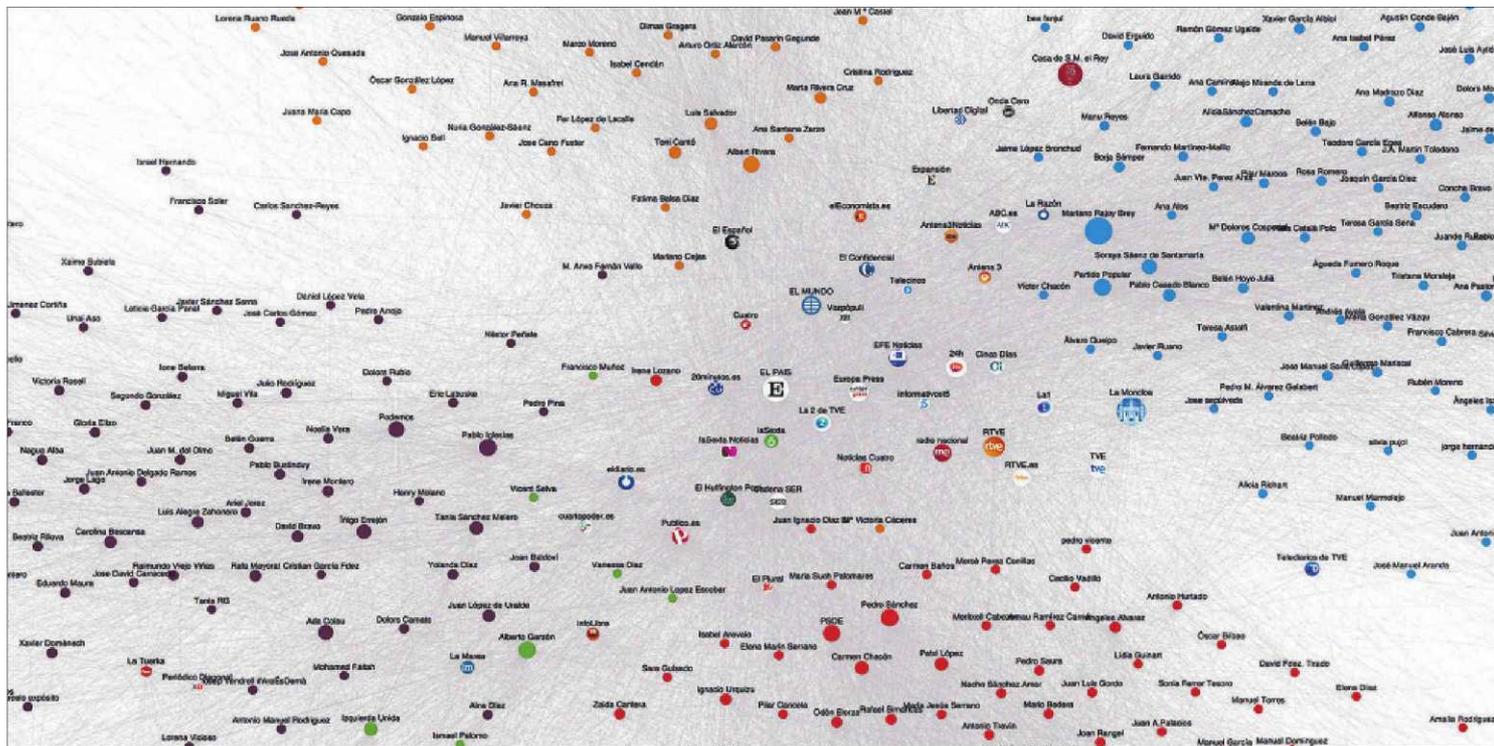
complexos que viu Catalunya. Volia aportar la seva saviesa per consolidar una Catalunya solidària, influent i emprenedora, que continués sent un dels principals motors econòmics i socials de la resta d'Espanya.

Per tot això l'hi lusionava molt incorporar-se al nostre projecte d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA. Les circumstàncies tristes i doloroses de la vida li han impedit personalment veure complert aquest somni. Va morir fa un any i el seu record i el seu exemple segueixen molt presents entre els que el vam conèixer. No obstant, aquesta il·lusió i aquest desig de **José Manuel** els ha recollit la seva família, que, compartint plenament els seus ideals, va decidir prosseguir amb nosaltres a EL PERIÓDICO la tasca de consolidar una Catalunya forta, assenyada i tolerant, amb una ciutadania més informada i més ben formada. Gràcies per sempre. ≡

EFE / TONI GARRIGA



►► José Manuel Lara, durant la roda de premsa de presentació del premi Planeta del 2012, en què va demanar als governs espanyol i català «diàleg i diàleg».



Representación gráfica de las afinidades e influencias entre cuentas de políticos, medios e instituciones elaborada por Graphext.

Cartografía de afinidades en Twitter entre partidos, medios e instituciones

La conversación política en un mapa

EL PAÍS, Madrid
La intrincada red de conexiones entre políticos, instituciones y medios de comunicación españoles en Twitter tiene también un reflejo gráfico en el que se perfilan con gran claridad posiciones, influencias y afinidades. Así lo acredita el análisis elaborado por la empresa española Graphext, que ha trasladado a un gran árbol de relaciones los cruces de seguimiento entre un total de 953 cuentas.

Cincuenta de los perfiles estudiados pertenecen a medios de comunicación e instituciones como la Casa Real, el Gobierno o el Congreso de los Diputados. Los restantes son de políticos que concurren en las listas de PP, PSOE, Ciudadanos, Podemos e Izquierda Unida. En todos los casos se ha listado a qué otras cuentas sigue cada uno de los usuarios y cuándo esa relación es bidirec-

cional. Las líneas grises que se aprecian en el gráfico ilustran esa vinculación entre cuentas.

EL PAÍS, cuyo perfil de Twitter supera los cinco millones de seguidores, ocupa un lugar central en este complejo mapa en el que la ubicación y agrupación de las diferentes cuentas se basa en algoritmos inspirados en la Ley de elasticidad de Hooke y la Ley de Coloumb. De acuerdo con esta correspondencia matemática, las cuentas que se siguen más entre sí forman grupos que,

salvo excepciones, coinciden con el color político. La determinación del tamaño de cada cuenta o nodo depende del número de seguidores o conexiones que tenga y de las que a su vez sumen sus respectivos seguidores.

El mapa resultante es un peculiar dibujo de las sensibilidades políticas presentes en la vida española. Los colores identifican la adscripción ideológica formal del titular y el intercambio de seguimientos establece unas agrupaciones en las que hay po-

cos elementos discordantes. Uno de los ejemplos más llamativos de esa aparente discordancia es Irene Lozano, diputada electa por el PSOE que dejó las filas de UPyD poco antes de las elecciones y que el mapa sitúa más cerca de Ciudadanos y Podemos que de sus actuales compañeros de bancada. La misma lógica permite apreciar la cercanía entre grupos, por ejemplo Podemos y Unidad Popular, que están muy próximos al compararse muchas conexiones entre sus integrantes.

Igual de significativa es la ubicación en el mapa de las cuentas de distintos medios de comunicación, muchos de los cuales se aproximan de forma muy evidente a determinados colores políticos. Los medios que salen más a la derecha son los que más conexiones reciben de políticos de derecha. En otra punta, *La Tuerka* figura en una posición cen-

tral de la zona de Podemos, lo que ilustra su relevancia entre miembros de la formación.

La centralidad que ocupa en el gráfico el perfil de Twitter de EL PAÍS prueba que es seguido de forma mayoritaria por representantes de todos los partidos políticos (es la opción mayoritaria entre miembros del PSOE y Ciudadanos y la cuarta en el caso de Podemos). Un análisis pormenorizado de las conexiones que se puede consultar en elpais.com sitúa la cuenta de este diario entre las cinco más seguidas por los miembros de todos los partidos analizados salvo el PP, que se decanta de forma prioritaria por *El Mundo* y *ABC*.

Con casi nueve años de vida, la cuenta @el_pais atesora más seguidores que cualquier otro diario escrito en castellano y es una referencia entre los grandes medios de comunicación internacionales.



Denúncia d'un col·lectiu



Escriptors i altres autors, abans d'entregar una sol·licitud davant el Ministeri de Cultura per poder continuar creant sense renunciar a la pensió, al novembre.

Escriure o petanca

Els autors, perseguits per la Seguretat Social, reclamen poder compatibilitzar creació i jubilació

ERNEST ALÓS
BARCELONA

Ja fa un any, les organitzacions que representen escriptors i altres creadors van alertar de la situació en què s'estaven començant a trobar molts dels seus associats, jubilats de professions com la docència però que continuaven actius com a autors: estaven rebent inspeccions de la Seguretat Social en les quals se'ls instava a escollir entre pensió i activitat intel·lectual remunerada i se'ls amenaçava amb multes, algunes de superiors als 100.000 euros, per les quantitats ingressades els últims exercicis.

Després que les inspeccions i sancions hagin seguit el seu curs sense que el Govern del PP hagi modificat la seva postura ni respost a les protestes, diverses entitats de gestió de drets, com Cedro, Sgae i Vegap, i organitzacions professionals, com l'Associació Col·legial d'Escriptors i

l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana (AELC), van presentar recentment la plataforma Seguir Creant, amb la reclamació que se suspenguin tots els processos oberts i es modifiqui la normativa per compatibilitzar la creació artística amb la jubilació laboral. De moment, tant PSOE com Ciutadans s'han manifestat a favor de tramitar al Congrés una reforma legal que ho faci possible. Ara tot està a l'expectativa de qui formarà el pròxim Executiu.

Els impulsors de la plataforma alerten del «dany de proporcions inculcables» per a la cultura del país que pot suposar que s'arrossegui a la inactivitat els autors en una etapa de la seva vida «en la qual el grau de maduresa, experiència i saviesa pot ser boletat a millorar una societat cada vegada més necessitada de pes intel·lectual» i la situació precària en què es trobaran «els creadors, especialment aquells amb rendes menors, que no poden complementar les se-

l'exemple

Javier Reverte: «Així tallen el cap a la cultura del país»

Són bastants els afectats, però pocs els que han fet pública la seva situació: Antonio Gamoneda, José Manuel Caballero Bonald, Luis Landeró... El més combatiu, i qui va obrir la polèmica, és el periodista i escriptor de llibres de viatges Javier Reverte. La inspecció de la Seguretat Social li ha retirat la pensió que cobrava després de cotitzar 40 anys com a periodista i li reclama 121.000 euros que va ingressar com a jubilat del 2011 al 2015. «Treball no diu ni piu i el ministre de Cultura no ens ha volgut rebre -lamentat-. No em donen l'opció de cobrar

la meitat de la pensió i continuar escrivint». L'aplicació de la normativa, a més a més, ha sigut confusa. Els drets d'autor són compatibles amb la pensió. «Però quan firmem contractes d'edició, el que cobrem és un avançament dels drets d'autor, i ells consideren que no ho són. És un tret que es disparen al peu: ens hauran de retornar impostos que paguem i perdran els que continuariem generant», sosté. I això només pel que fa a l'aspecte econòmic: «Així estan tallant el cap a la cultura del país, fent que gent en plenitud de les seves facultats es retiri». ■

vers pensions no contributives, amb el fruit del seu coneixement».

EL CONFLICTE // A diferència de molts països europeus, a Espanya el cobrament d'una pensió és incompatible amb mantenir una activitat laboral ja des del 1974, sostenen des del Ministeri de Treball. «Argumenten que en un país amb el nostre índex d'atur s'estarien eliminant llocs de treball, però que un jubilat escrigui un llibre o música no pren la feina a ningú», replica el secretari de l'Associació d'Escriptors en Llengua Catalana, Lluís Hansen.

No obstant, les dues successives reformes legals del 2011 i el 2013 que van permetre compatibilitzar de manera parcial activitat i jubilació, com també l'inici de l'encreament de dades entre Hisenda i la Seguretat Social per detectar frau, han tingut l'efecte contrari: des que es va establir que era compatible cobrar pensió i quantitats fins a l'equi-



valent al salari mínim (9.172 euros el 2015), o mantenir el 50% de la pensió i facturar quantitats més elevades, han començat per primera vegada les inspeccions sistemàtiques als que superen aquests marges, i als que cotitzen com a autònoms i desgraven despeses per una activitat professional continuada al mateix temps que cobren la pensió.

SENSE DIFERÈNCIES // «No es fa cap diferència entre escriptors o no escriptors, el règim que se'ls aplica és el mateix que a la resta dels ciutadans i la solució que hi ha és assessorar-se i complir la llei», sostenen fonts del Ministeri de Treball. «La pensió que han cotitzat per una altra activitat ara no tenen dret a cobrar-la», planteja Hansen. Encara és més greu, afegeix, el cas de les pensions no contributives que reben escriptors que no han pogut compatibilitzar l'escriptura amb activitats com l'ensenyament o professions liberals, absolutament incompatibles amb el cobrament d'un altre ingrés.

Al marge d'activitats com cursos, conferències i articles, el que resulta més difícil de justificar és que sigui també incompatible el cobrament de pensió amb el dels drets d'autor pel treball intel·lectual realitzat al

Entitats de gestió de drets i diverses associacions han impulsat la plataforma Seguir Creant

llarg de la vida o amb els premis literaris (excepte els nacionals, exempts d'impostos).

En aquest cas, com en molts altres aspectes del conflicte, s'escampa la confusió. Segons un portaveu de Treball, els ingressos per drets d'autor són «neutres»: després d'obrir una inspecció a partir dels ingressos declarats a Hisenda, que no en distingeix l'origen, «no es comptabilitzen els drets d'autor i, si un cop deduïts no se supera el límit, l'expedient es tanca». «No és cert», replica Lluís Hansen, que posa com a exemple el d'un soci de l'AELC a qui li van reclamar uns 100.000 euros i va acabar amb una sanció de 15.000 perquè no se li van comptabilitzar els drets d'autor generats abans de la seva jubilació, però sí els posteriors. I l'escriptor Luis Landero ha assegurat que en el seu cas se li qüestiona la jubilació pels ingressos per drets d'autor abans i després d'aquesta. I ni els uns ni els altres acaben de tenir clar què passa amb els contractes editorials que es firmen amb una quantitat a compte dels futurs drets d'autor.

L'aplicació de la normativa és encara més confusa. «Ens proposen que els escriptors es donin d'alta i interrompin el cobrament de la pensió quan estiguin actius, però ¿això què vol dir, durant els dos anys que poden trigar a escriure un llibre?», es pregunta Hansen. ≡



Blanca María Pol (1959-2016)

La luz de una voz

Dueña de una gran vocación periodística, dedicó a la radio hasta el último aliento de su vida en COPE

«**L**o ha dicho Blanca». Cuántas veces habrá servido esa frase para zanjar los debates más intensos, esos que encienden la redacción hasta hacerla hervir a borbotones. Si alguien podía pronunciarla sabía la reacción que estaba a punto de desencadenarse. De repente un silencio. Intercambio fugaz de miradas. Y fin del debate. Si lo decía Blanca, no había discusión posible.

Tal era el respeto, la admiración unánime y la autoridad de la que gozaba Blanca María Pol en la redacción de COPE.

Para ganarse ese respeto no le hizo falta elevar el tono de una voz con la que la Real Academia hubiera podido definir la palabra credibilidad. Nunca lo necesitó. Tal vez, como decía San Vicente de Paul, porque «el ruido no hace bien y el bien no hace ruido». Y varias generaciones de periodistas podemos atestiguar que Blanca siempre apostaba al bien.

Lo descubrí pronto. El primer día que, como un manojo de nervios, entré en la radio para balbucear unas palabras ante el micrófono. La sensación de fracaso, de carrera trun-



COPE

cada antes de dar el primer paso, hubiera sido generalizada entre todos los que hacíamos aquella prueba. De no haber sido por ella. Por su pa-

ciencia. Por su capacidad de hacerme sentir que eran tuyos los minutos más importantes de su vida.

Casi 20 años después, cuando ade-

Blanca María Pol nació en Vitoria en 1959 y falleció ayer en Madrid. Fue directora de Informativos de COPE. Comenzó su trayectoria periodística en Radiocadena Española y posteriormente en Radio 80. También pasó una etapa como corresponsal en Washington. Recibió galardones como el Premio Bravo en 2001.

más de su paciencia ya me había regalado su lealtad, su franqueza y su amistad, recordaba esa escena prácticamente a diario. La recordaba cada vez que me asomaba a la redacción y allí estaba ella, de pie, encorvada ante el ordenador de un joven periodista. Aconsejando, acompañando, enseñando, guiando.

Porque la información, a la que dedicó hasta el último aliento de su vida profesional, le preocupaba. Pero eran las personas lo que más le apasionaba.

Decía el viejo filósofo Nichiren que «quien enciende una antorcha para iluminar a otros, también alumbraba su camino».

Esa es la luz que muchos tuvimos la suerte de mirar a los ojos de Blanca. Ahora, solo su voz y esa luz que para siempre va a iluminar hasta el último rincón de esta redacción de informativos, puede ayudarnos a llenar el vacío que nos deja su pérdida.

JOSÉ LUIS PÉREZ
DIRECTOR DE INFORMATIVOS DE COPE



XARXES SOCIALS

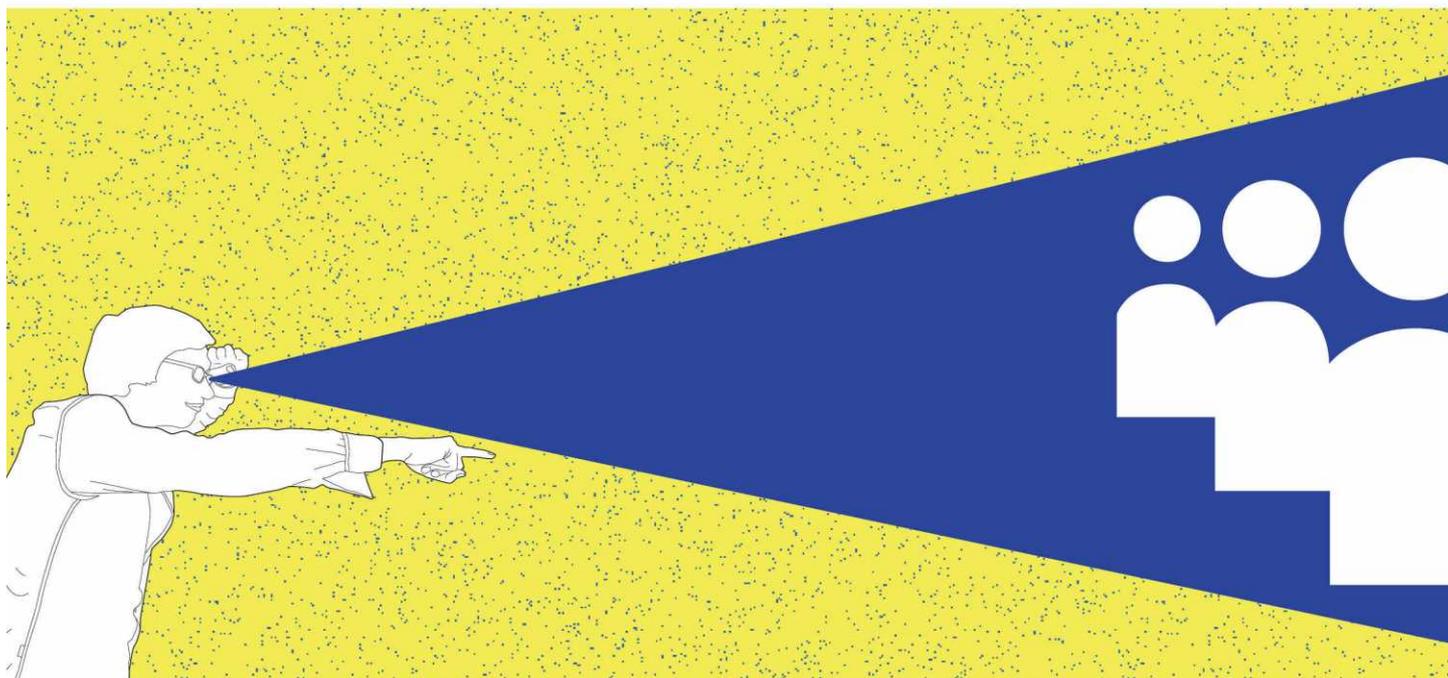
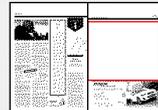
MySpace: el mort vivent

*La pionera xarxa social que
va impactar fa una dècada torna
al primer pla als Estats Units. I ho fa
d'una manera discreta però sòlida*

A MITJANS DEL 2007, una pintada a la tanca d'una fàbrica en un barri de Londres semblava més un auguri que una provocació: *MySpace is for losers* (MySpace és per a perdedors), resava. Amb aquella sentència, el seu autor resumia el que molts usuaris joves d'internet començaven a pensar en aquell moment en què es produïa el gran boom de les xarxes socials digitals.

Si Facebook començava el seu enlairament, sobretot als Estats Units, i Twitter acabava de néixer amb molt bones sensacions entre els internautes, MySpace, que havia aparegut tan sols quatre anys abans, estava iniciant el camí cap al cementiri d'elefants. Encara era al cim, i hi seguiria sent un o dos anys més, però al costat de les noves alternatives ja semblava vella, desfasada i corporativa.

L'autor de la pintada volia expressar també una protesta, ja que els fundadors havien venut un any abans MySpace a News Corp, l'empresa de mitjans de Rupert Murdoch, que l'havia convertit en una mena d'arbre de blogs personals de nous artistes on aquests posaven alguns dels seus treballs a disposició dels seus fans. Ningú va saber mai quines eren les intencions de Murdoch –no seria aventurat dir que ni ell mateix ho sabia, perquè amb el temps va declarar



IDOIA VALLVERDU

que aquella compra va ser "un error molt car", però el cas és que va pagar 580 milions de dòlars per MySpace.

COM A MÈRIT, MySpace acabava de fer pujar al cim Arctic Monkeys, el primer gran grup musical de masses sortit totalment de la blogosfera, sense promoció més enllà del món digital i sense haver passat per les mans d'una multinacional. Ara bé, per a l'autor de la pintada, l'empresa d'un gran magnat no podia ser tan *cool* com les d'una colla de joves enginyers rebels que es deien Zuckerberg o Dorsey i que havien aparcat les millors universitats dels EUA per fer realitat el seu somni. Així que, en efecte, MySpace va començar en aquells anys la seva llarga decadència.

No obstant això, tot i que els usuaris decaïen i cada vegada anaven menys a veure els murs dels artistes, MySpace mai va arribar a tancar, i el 2011 Mur-

doch la va vendre a l'empresa de publicitat digital Specific Media, avui rebatejada com a Viant, per 35 milions de dòlars. Viant es va associar per a la compra amb Justin Timberlake, un artista que creia en MySpace, i van apostar per relançar-la com a xarxa de música per a un públic més jove que el que llavors tenia, situat entre els 25 i els 40 anys.

La seva prioritat va ser simplificar la creació de pàgines personals, tal com havia fet Facebook, perquè tothom pogués tenir-ne una, no només els artistes. La segona va ser assumir que tots portem un artista dins o, almenys, ens agrada relacionar-nos amb els artistes de tu a tu i veure de primera mà què fan. Així, MySpace facilita que comparteixis els teus vídeos, cançons, fotos, etcètera. La tercera prioritat va ser donar un negoci publicitari a la xarxa mitjançant la xarxa d'anuncis Viant Add Cloud.

El resultat ha sigut que MySpace, discretament, sense fer soroll, ha anat recuperant posicions de manera modesta però sòlida, sempre posant per davant la rendibilitat, i ha aconseguit arribar als EUA als 50 milions d'usuaris mensuals, que consumeixen uns 300 milions de vídeos. A més, no només ha aconseguit guanyar públic jove, sinó també recuperar els seus antics usuaris, que van a la xarxa sobretot a veure les fotografies que van penjar fa deu anys, quan Facebook era només una pàgina de contactes de Harvard.

Tant és així que MySpace va aconseguir un creixement, entre el 2014 i el 2015, d'un 469%. Com a conseqüència, el conseller delegat de Viant, Tim Vanderhook, va ser considerat l'estiu passat per mitjans especialitzats, com *The Business Insider* o la revista *Quartz*, com un dels empresaris revelació. Vanderhook va reconèixer llavors que l'atractiu de

veure les fotos d'alguns artistes consagrats quan començaven és un gran esquer, però que un cop dins els usuaris s'enganxen a l'ús i a l'oferta musical.

També va afirmar que MySpace sempre ha donat beneficis gràcies a la publicitat, almenys a ells, que la van comprar barata. Encara que no va voler donar xifres, va calcular en "centenars de milions de dòlars" els rendiments del 2015 de Viant. En aquest càlcul s'inclou la facturació de MySpace. Finalment, Vanderhook apuntava a competir amb Spotify com a possible model de negoci per al futur.

Per si tot això no fos prou, fa dues setmanes *The Wall Street Journal* va calcular l'increment d'usuaris del novembre del 2013 al novembre del 2015 en un 575%. Potser va sent hora que aparegui una altra pintada als murs de Londres: "MySpace no estava mort; estava fent feina". —**Jordi Sabaté**.



LA PUNTA DE LA LENGUA

Por ÁLEX GRIJELMO

“AÚN ASÍ” O “AUN ASÍ”

Todos los periódicos incurrirán cada día en algún que otro fallo ortográfico, y quizás no haya manera humana de impedirlo. Unas veces sucede por despiste de un periodista, y otras por despiste de dos o tres (pues todo texto debería ser supervisado).

Le oí a Arsenio Escolar, director del gratuito *20 minutos*, contar la respuesta que le dio Manuel Saco a Fernando Lázaro Carreter en el consejo editorial del ya desaparecido *El Sol*, cuando el académico protestaba ante el responsable de edición por los fallos en ese diario: “Don Fernando, las erratas son las últimas que abandonan el barco”. En efecto: puede ocurrir que desaparezca una publicación y que las erratas continúen escondidas bajo sus mesas polvorientas, a la espera de asaltar a un nuevo incauto.

Pero hay maneras de reducir los desatinos. Una de ellas puede consistir simplemente en que los redactores más despistados se fijen en la diferencia entre “aún así” y “aun así”, casi con seguridad la mayor fuente de pifias ortográficas en la prensa.

Porque la fórmula “aún así” (con tilde en la primera palabra) viene desplazando desde hace algunos años a la locución “aun así”, que casi siempre es la que corresponde.

Veamos un truco para recordar y distinguir. El adverbio “aún” (con acento ortográfico) equivale a “todavía” (con acento también). Y el adverbio “aun” (sin la tilde) equivale a “incluso” (igualmente sin ella). Por tanto, aquí las tildes se excluyen y se arriman para facilitarnos la labor: “aun” no necesita tilde si se sustituye por una palabra

Puede ocurrir que cierre una publicación y que las erratas sigan escondidas bajo las mesas esperando al siguiente incauto

que tampoco la lleva (“incluso”). Y si precisa del acento ortográfico si se puede sustituir por un vocablo que también lo tiene (“todavía”). La locución “aun así” comparte además el valor concesivo de “a pesar de”.

Otra pista para vadear el error: los dos términos de “aun así” no se pueden intercambiar, pero cuando toque decir “aún así” podremos alterar el orden: “así aún”.

La oración “no te aprobaré aun si estudias dos meses” significa “no te aprobaré incluso si estudias dos meses” (o “a pesar de que estudies...”). Es decir: por mucho que te lo propongas no te voy a aprobar el curso de solfeo porque tienes un oído deplorable. Mientras que “no te aprobaré aún si estudias dos meses” quiere decir “no te aprobaré todavía si estudias dos meses”. Por tanto, en esta ocasión sí te aprobaré, porque tienes buen oído, pero estudia más, anda.

Y si el escribiente no se aclara con todo lo dicho, será mejor que tire por la calle de en medio y, en la duda, quite la tilde: reducirá sus errores, pues la alternativa “aún así” se emplea muy poco. Desde luego, eso no significa que esté en desuso. Podría incluirse, por ejemplo, en esta frase: “Ya han pasado 41 días desde las elecciones, y seguimos aún así: sin que se haya negociado nada”.

(Y aun así parecen todos tan tranquilos).



EL PAÍS cierra 2015 como líder digital en España y en castellano

El periódico global supera los 12 millones de seguidores en las redes

EL PAÍS, Madrid
EL PAÍS concluyó 2015 como el diario más leído en Internet tanto en España como en español, según los datos de comScore, medidor aceptado por todo el sector. El diario completó además en diciembre 15 meses consecutivos de liderazgo en ambas categorías. En España, donde se computan tanto los lectores que acceden por ordenador personal como aquellos que llegan a través de dispositivos móviles, y que ya suponen más del 50% de la audiencia, EL PAÍS alcanzó en dicho mes los 16.629.000 usuarios únicos, un 34% más que en el mismo perio-

do de 2014, y aventajó en casi dos millones de lectores a su rival más próximo.

Uno de los hitos del mes fue la emisión en ELPAÍS.com durante la noche electoral de un programa especial de televisión que registró más de un millón y medio de reproducciones y fue seguido en 150 países. La cobertura se realizó en un formato pionero que incluyó mesas de debate, conexiones en directo y el análisis de los resultados en tiempo real.

En el dato mundial de comScore, que solo contabiliza los lectores que acceden a través de ordenador personal, EL PAÍS cerró

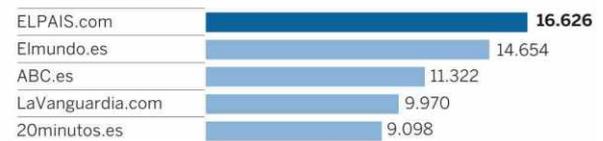
diciembre con 12.958.000 usuarios únicos, un 16% más que en diciembre de 2014. El crecimiento fue especialmente vigoroso en América, desde donde llega aproximadamente el 40% de la audiencia, según datos internos.

En el conjunto de Latinoamérica sin incluir Brasil, el aumento anual, según las cifras de comScore, llegó al 35%, aunque fue mucho mayor en algunos países, como en Colombia, donde creció el 69%. En Brasil, donde EL PAÍS tiene una edición en portugués, el alza alcanzó el 130% en 2015. El número total de lectores es mucho mayor que el reflejado por el

Audiencia digital en diciembre de 2015

En miles.

PERIÓDICOS DIGITALES EN ESPAÑA



PERIÓDICOS DIGITALES EN ESPAÑOL EN EL MUNDO



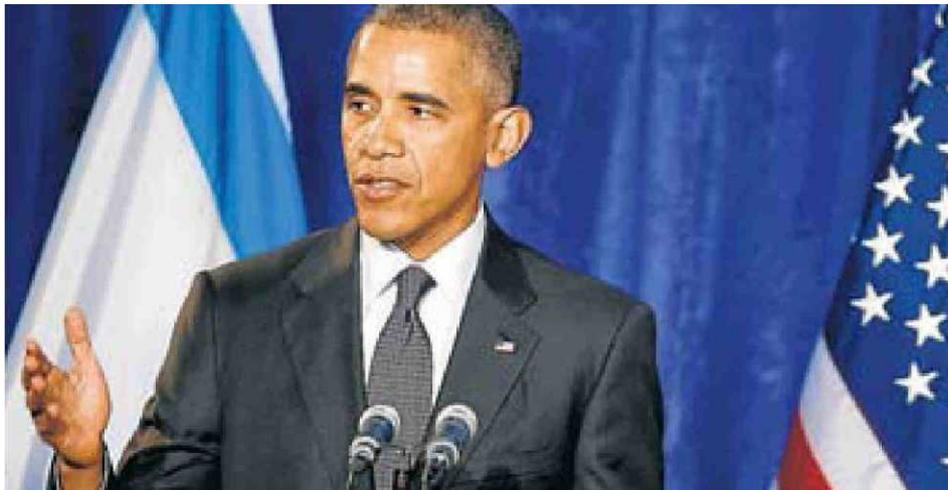
Fuente: ComScore.

EL PAÍS

dato mundial, puesto que en estas cifras no se incluyen las conexiones desde dispositivos móviles.

EL PAÍS es también el medio en español con más audiencia social. En 2015, sus diferentes cuentas en redes superaron los 12 mi-

llones de usuarios: más de cinco millones siguen su página principal en Twitter y más de dos millones la de Facebook. Dentro de la apuesta por alcanzar nuevos públicos, acaba de nacer EL PAÍS México en Facebook.



El president Obama està a favor que el dret d'anar armat estigui més ben regulat. EFE

Facebook i Instagram prohibeixen la venda d'armes de foc entre particulars

Facebook va anunciar ahir la prohibició, tant en la seva plataforma principal com a Instagram, que és de la seva propietat, de vendre armes de foc entre particulars. En un comunicat, la cap de política de productes de Facebook, Monika Bickert, va anunciar que els ciutadans ja no podran utilitzar aquestes xarxes per anunciar i contactar amb possibles compradors d'armes. La prohibició, però, afectarà només les transaccions entre particulars, de manera que les empreses autoritzades podran seguir promocionant

els seus productes a Facebook i Instagram. Facebook ja prohibia la venda a través de les seves plataformes de marihuana, productes farmacèutics i drogues il·legals. Durant els últims mesos, havia augmentat la pressió de polítics i activistes sobre Facebook perquè aplicés aquesta mesura. Entre altres motius, per la posició del president Obama, que ha dut a terme una campanya pública a favor que el dret constitucional a posseir i portar armes de foc als EUA estigui més ben regulat. **J.C.**



Dos fotògrafs i un actor s'uneixen per una càmera

Dos fotògrafs de prestigi, Álvaro Sanz i Tino Soriano, i l'actor Marc Clotet han recorregut Barcelona i la Costa Brava durant tres dies amb la nova càmera de fotos Olympus PEN-F. El resultat és un curt documental titulat *El descubrimiento*, que serveix de campanya de promoció d'aquesta nova càmera.



ENTREVISTA | **Wifredo Espina** Periodista.

‘El periodismo militante es propaganda’

J. R. CORREAL

- Señor Espina, ¿quiénes quisieron silenciarle?
- Sin dramatizar. Pero demasiados y demasiadas veces. Ya es historia...

- ¿Cuándo quisieron silenciarle?

- Cuando, a los veinte años, me expulsaron políticamente del diario *Ausona*, de Vic. Cuando, años después, me amenazaban grupos de Fuerza Nueva, de Falange, de seguidores de Cristo Rey, por mis artículos en *El Correo Catalán*. Cuando el ministro Fraga me dijo en su despacho: «Yo puedo silenciarle», y a la empresa: «hay que desespinar *El Correo*». Cuando llamaban a mis familiares: «le cortaremos las piernas», «su vida corre peligro». Cuando un accionista del diario, que disienta de mis opiniones, me advirtió: «recuerde que usted tiene esposa e hijos». En fin...

- Quien tenía una obsesión con usted fue el por entonces ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga.

- Sí. Un modesto artículo mío sobre la canción *Se'n va anar* de la cantautora Salomé hizo saltar las alarmas. Para ganar audiencia, Salomé decidió cantarla en castellano y no me gustó, perdía su frescura. Lo critiqué y se interpretó como un desprecio al castellano y a España. Fraga llamó a mi director Andreu Roselló: «¡mañana a las diez, Espina en mi despacho, en Madrid!».

- No se andaban con chiquitas.

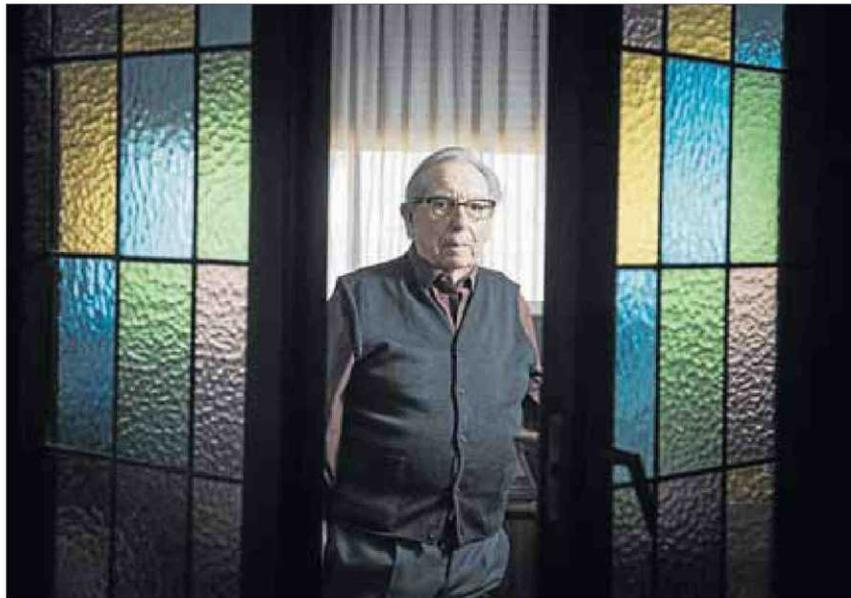
- Fui, y tuve bronca: «yo le puedo silenciar. Con la unidad de España no se juega» -Desde la periferia vemos las cosas distintas -comenté. «Yo también soy de la periferia, de Vilalba». Regresé a Barcelona y estuve un tiempo sin publicar nada. Pese a todo, corrió un malévolo rumor de que había un «pacto secreto» entre Fraga y yo para dar cierta impresión de libertad de prensa. ¡Qué le vamos a hacer!

- ¿Qué presiones percibe como más perversas, las de la política o las de la economía?

- Las de la política son más descaradas; las económicas más sutiles. Todas son perversas. La independencia es la esencia del periodismo. ¡Aun no es posible! Hay que encontrar nuevas fórmulas, como se ensayan en algunos países, sin demasiado éxito. Cada periodista debe ganarse a pulso su grado de independencia, con su rigor, seriedad, distanciamiento de todos los poderes, incluso de sus propios inte-

PERFIL | **Comenzó en el periodismo de marcas. Director de *Ausona* y *Crítica*. Su columna *Cada cual con su opinión* en *El Correo Catalán*, del que fue subdirector, hi-**

zo temblar a Manuel Fraga. Fue elegido ‘Periodista español del año’. Publica ‘*Quan volien silenciar-me. Memòries d’un periodista inconformista*’ (Pagès editors).



Espina llegó a ser definido como el ‘Enfant terrible de la prensa española’. FOTO: GIANLUCA BATTISTA

res personales. Nada fácil, claro.

- Usted siempre ha hecho bandera de su independencia periodística. Sin embargo se le ha ‘acusado’ de ser el «preceptor político de Jordi Pujol».

- Siempre he intentado ser independiente, y creo que bastante he conseguido. Lo de ‘preceptor político de Jordi Pujol’ lo dice en

de la Comunicació, con rango de director general, que en realidad no utilicé casi nunca. Mi labor era de estudio y coordinación de estudios entre expertos y universitarios de aquí y de otros países. Me pusieron en una lista de apoyo a la candidatura de Jordi Pujol e hice retirar mi nombre. Allí «no es feia barretina», era mi lema.

- Usted siempre ha tenido fama de rebelde. ¿Cree que ha sido así?

- No sé si rebelde, inconformista sí, en casi todo. Lo llevo en la sangre, pese a mi apariencia de sereno. Me ha acarreado disgustos. Josep M. Huertas escribió, ya en 1968, que «Espina quiere pasar desapercibido físicamente, pero no intelectualmente». Seguramente lo vio mejor que yo mismo. Y Josep Carles Clemente me calificó de *Enfant terrible de la prensa española*. Exagerado.

- Y un poco de mal genio. Una vez lanzó un bote de medicamentos contra una enfermera...

- Un poco de mal genio, quizás sí. Pero me entiendo muy bien con las personas. Lo del bote de medicamentos ocurrió porque me enteré que la enfermera lo había cogido de un hospital público y yo estaba internado, por un grave accidente, en uno de privado. Me irritó y le tiré el bote a la cabeza.

- Este carácter indómito, ¿le ha impedido llegar a director de algún gran periódico de Catalunya?

- No lo sé, pero es posible. En un periódico debes estar entre la redacción y la empresa, entre los intereses de los lectores y los económicos, que no siempre coinciden. Además, la gestión no me satisface. Prefiero pensar

El periodista sólo puede ser militante de la libertad, del servicio al lector

y escribir sin ningún tipo de cortapisa. Lo dicho: de forma independiente, incluso de uno mismo.

- ¿Qué le parece el periodismo militante, en un sentido u otro, de que hacen gala actualmente muchos periódicos?

- ¡Horroroso! El periodista sólo puede ser militante de la libertad. Del servicio al lector, con la máxima objetividad y honradez posibles.

- El periodismo, si no es independiente, ¿no es periodismo?

- Es propaganda, más o menos indeciblemente camuflada, en prensa u otros medios de comunicación. Abunda demasiado.

- Explíqueme alguna interioridad que no se haya atrevido a recoger en sus libros.

- He escrito este libro de memorias -a los 85 años y con 70 de periodismo- como una confesión. No trato de justificar nada, ni de ajustar cuentas con nadie, simplemente de explicar vivencias como las he vivido. ¿Quiere más? ¡Si en este libro desnudo mi alma!

- ¿Quiénes son los mejores periodistas que ha conocido?

Los que le hayan dejado alguna huella profesional.

- Conocidos personalmente, Josep Pla, Gaziel, Augusto Assia, Manuel Brunet, Tristán la Rosa, Joan Fuster, Néstor Luján, Vázquez Montalbán, Baltasar Porcel, Santos Juliá, González-Ruano, Emilio Romero, Juan Luis Cebrián, Huertas Clavería. Como director, Andreu Roselló, de *El Correo Catalán*.

- Atrévase a dar un consejo a los profesionales que hacen periodismo en Twitter.

- De consejos, nada. Yo inicié el comentario de diez a quince líneas, que fue seguido por otros. En Twitter se pueden decir muchas cosas en 140 caracteres. Ir a la idea, clavarla.

- ¿Ha muerto el periodismo y ha nacido otra cosa?

- Hay cambios, no siempre para bien, de forma y de géneros. Han aparecido con fuerza el tertuliano, el presentador, el *showman*, el animador... No todo es periodismo riguroso, sereno y pensado, más bien improvisado e impactante, mediático. Las redes son un gran fenómeno, ya se intentan controlar. El columnista, el reportero y el entrevistador, en cualquier medio, son insustituibles.

- Un último análisis de actualidad. ¿Cree que Catalunya llegará a ser un Estado independiente?

- Me habría gustado encontrar-me, al nacer, en una Catalunya independiente y bien estructurada, pero inventarse ahora un *procés* para llegar a ello me parece disparatado. No creo que se llegue nunca a una plena independencia, no parece posible y los costes para todos podrían ser enormes. Y no hay mayoría social aquí para ello, hay división por la mitad: la *heroicidad* de un Artur Mas iluminado, que un día se cayó del caballo, como San Pablo, pero él equivocó el camino. Una parte de Catalunya no se puede imponer a la otra parte. Otra cosa es mejorar su situación política y económica. Es como lo veo ahora.



El canal #0 arrenca avui a Movistar+

Buenafuente, Sánchez Silva, Sistiaga i Iñaki Gabilondo, a la graella de la cadena



Foto de grup d'alguns dels periodistes, presentadors i actors que seran a la graella del nou canal #0

F. PUIG Barcelona

Canal+ diu adéu avui a les 20.30 hores després de més de 25 anys en antena i ocuparà el seu lloc el nou canal #0, que continuarà disposant de molts dels professionals vinculats a Canal+. La nova cadena de Movistar+, que neix amb vocació generalista i aspira a tenir un caràcter familiar, tindrà a la seva graella *realities*, magazines, documentals, cinema i sèries. El nou #0 incorpora des d'avui mateix un dels seus programes estrella, el *Late Motiv* d'Andreu Buenafuente, que ja va iniciar les seves emissions fa tres setmanes. La cadena ha anat anunciant alguns dels seus futurs espais com la sèrie *Web Therapy*, amb Eva Hache, i també ha confirmat la continuïtat de programes com *Ilustres ignorantes* de Javier Coronas. Però la seva graella inclourà més novetats.

Likes. De dilluns a divendres a les 20.30 hores, Raquel Sánchez Silva presenta aquest espai que disposa d'un equip de rastrejadors que buscaran a internet, a les xarxes socials, entraran i sortiran de Google, YouTube, Facebook, Twitter, Instagram o fins i tot a xats de WhatsApp per recollir mems, vídeos, fotos, comentaris, *trending topics* i *hashtags*.

Diario VICE. Programa de reportatges sobre temes d'actualitat nacional i internacional que sovint els mitjans de comunicació tradicionals passen per alt. Amb un format diari de 25 minuts, de dilluns a divendres a les 21.30 h, i presentat pel periodista Dani Campos, el programa oferirà reportatges internacionals produïts per les més de 30 oficines que la prestigiosa companyia de comunicació i creació de continguts VICE té a tot el món i in-

clourà també històries de producció local.

Còmicos. A partir d'aquest dimecres a les 22 h., Javier Cansado presenta aquesta sèrie documental de sis episodis en la qual es conviden els principals actors còmics i humoristes del país a repassar el cinema i la televisió que més ha fet riure els espectadors en les últimes dècades. La sèrie inclou la participació de les figures més representatives del gènere com Martes y Trece, Cruz y Raya, Tricicle, Wyoming, Buenafuente, Faemino y Cansado o Muchachada Nui, entre d'altres.

9 meses. Aquesta sèrie documental de BBC Earth revela des de l'interior del ventre matern l'inici dels fenòmens que defineixen la vida humana i que determinen aspectes com el gènere i l'orientació sexual o si un serà es-

querrà o dretà. A partir d'aquest dijous a les 22 h.

La huida. Un dels últims èxits de la televisió mundial és aquest programa en el qual es desafia 15 ciutadans a intentar estar desapareguts sense deixar rastre durant 28 dies. Després d'ells un equip integrat per alguns dels millors investigadors professionals del país utilitzaran les tècniques i eines de vigilància de què l'Estat disposa per poder atrapar-los.

Movistar Arena. Dani Garrido i Joseba Larrañaga són les noves cares d'aquest informatiu diari que explicarà l'última hora i les millors imatges de tot l'esport de Movistar+. A la nova cadena també hi haurà programes consolidats com *Informe Robinson*, *El día después*, *El día del fútbol*, *Fiebre Maldini* o *Generación NBA+*. També inclourà esdeveniments

en directe de la Premier, l'NBA, entrenaments lliures de MotoGP i fórmula 1, i els pròxims esdeveniments de la Super Bowl o l'All-Star Weekend de l'NBA.

Tabú. Programa documental dirigit i presentat per Jon Sistiaga, que mostrarà alguns dels temes prohibits, invisibles i ocults en la societat actual.

Iñaki. El veterà periodista Iñaki Gabilondo abordarà temes relacionats amb els canvis que està vivint el món en diferents àmbits com la comunicació, les relacions, la ciència, la política o el sexe. Per això conversarà amb noms de l'escena mundial que poden ajudar a aventurar quin serà el futur.

Guardianes de la Historia. Aquesta aventura portarà una periodista (Nira Juanco), un paleoantropòleg (Juan Luis Arsuaga) i un director de cinema (Santiago Zannou) a recórrer el món, visitant llocs i monuments únics, patrimoni de la humanitat. Un viatge en el qual es coneixerà la gent anònima que té cura cada dia d'aquest llegat, i els homes i dones que hi viuen a l'entorn.

Maratón man. *Docureality* que gira entorn d'una història de superació personal: Raúl Gómez és un periodista que s'ha proposat de completar les maratons més dures del planeta. No és un atleta professional, sinó un corredor amateur amb un somni.

Resetea. Un programa de reportatges conduït per Estibaliz Gabilondo que tractarà temes d'actualitat amb un marcat caràcter social. Es confrontaran posicions oposades i aparentment irreconciliables, defenses per personatges anònims.

The naked choir. Adaptació espanyola d'aquest factual musical de la BBC en el qual diversos grups vocals competeixen per convertir-se en la millor banda a capella del país. Presentat per Dani Reus, referent de la música gospel.●



KRYSTYNA SCHREIBER, traductora i periodista, publica 'Què en penses, Europa?' (Angle Ed.)

“La independència l’han de fer els catalans, i Europa serà pragmàtica”

EXPLICANT CATALUNYA

Ara fa més de deu anys que Krystyna Schreiber (Dresden, 1976) va arribar a Catalunya. Amb estudis d'Economia a la Universitat de Colònia i de Traducció a la Universitat Pompeu Fabra, treballa com a traductora i periodista, sobretot per a mitjans alemanys. S'ha implicat en la gens fàcil tasca d'explicar al món el procés català, i amb aquest objectiu va néixer *Què en penses, Europa?* (Angle Editorial), un llibre amb 14 entrevistes a personalitats europees –i també Artur Mas i Carme Forcadell– que parlen sobre la possible independència de Catalunya. No tots hi són favorables, però tots fan l'esforç d'entendre. Que ja és molt.



ALBERT LLUMAS

Vic

Jordi Vilarrodà

A cada gran pas del procés s'ha dit aquella frase d'"el món ens mira". Realment ens miren, almenys des d'Europa?

Les persones que he entrevistat diuen, en general, que fins fa poc la Unió Europea no havia tingut el procés català en el seu radar. Però al mateix temps ho segueixen perquè són conscients que tindrà un impacte molt rellevant sobre Europa. Es mira a Catalunya menys del que aquí agradaria, però en els últims dos anys ha augmentat l'interès.

L'interès va més enllà de la informació que pugui facilitar el govern espanyol?

Amadeu Altafaj, que ara és el delegat permanent de Catalunya a la Unió Europea, diu al llibre que es va crear el seu càrrec per necessitat, perquè cada vegada hi havia més peticions demanant que estava passant aquí. S'adonen que la informació derivada des de l'Estat no coincidia.

Al principi, es veia com un soufflé que baixaria?

Era el que s'explicava des d'Espanya: que el moviment era un fet passatger, només connectat amb la crisi econòmica. Quan cada Onze de Setembre ha sortit tanta gent, ja s'ha vist que no és veritat, que la mobilització s'ha mantingut o ha crescut.

Però ara Europa té moltes qüestions urgents per atendre. No som una prioritat...

Europa té molts reptes, i Catalunya no està molt amunt en les prioritats. I els periodistes es fixen en altres qüestions, com la immigració. Des de la part catalana, s'ha fet molt bé de posar sempre noves fites en la internacionalització del procés, i ara parlo com a experta en comunicació. Així es manté l'interès. Han augmentat els corresponsals que han vingut a Catalunya, i la repercussió internacional.

A part de la fotografia de cada Diada, es parla d'altres fets polítics, com per exemple el nou govern?

És l'últim gran moment, el de la formació del govern. Ha entrat com una bomba.

Des de fora s'entén que una coalició moderada àmplia, que va de liberals a socialdemòcrates, pacti amb l'esquerra anticapitalista?

Durant els tres mesos de negociacions, era curiós veure com s'anitzava molt: la posició d'Artur Mas i Junts pel Sí, la naturalesa de la CUP... A mesura que passava el temps, tothom pensava que això acabaria en eleccions. I quan hi ha hagut una solució per invertir un president netament independentista, el missatge que ha arribat és el d'un compromís de les dues parts perquè un bé superior –la independència

del país– estigui per sobre d'interessos partidistes. Així és com es veu ara. De totes maneres, Junts pel Sí es descriu com una coalició socialdemòcrata i la CUP com a anticapitalista, però no tan lluny. També es comenta que aquí es parla de polítiques socials.

No tots en parlen de manera positiva. Manuel Valls enumerava problemes d'Europa i posava Catalunya o Escòcia al costat de la immigració o el terrorisme...

És un bon exemple. Tant el periodista Patrice de Beer, de *Le Monde*, com Gérard Onesta, que va ser vicepresident del Parlament Europeu, citen Valls com un referent contrari. És català però té la por que una independència de Catalunya porti reivindicacions al sud de França i en altres llocs com Bretanya, Còrsega...

No tothom veu aquest risc d'un efecte dòmino...

No, perquè quan vaig entrevistar a Ginebra Nico Krisch, especialista en dret internacional, deia que és

poc probable que es produeixi un *efecte dòmino*. No és fàcil que hi hagi una mobilització tan gran com la que hi ha hagut a Catalunya. A vegades és més el discurs de la por a un fenomen al qual no s'han enfrontat els estats-nació. Però no té perquè fer por a ningú.

La gent que es mira el procés des de fora veu la independència possible?

L'autor del pròleg, Franz Schausberger, president de l'Institut de les Regions d'Europa, arriba a la conclusió que la independència d'Europa serà inevitable. Això no vol dir que ell hi estigui a favor, però des d'un punt de vista objectiu aquestes persones veuen que Catalunya té el potencial d'arribar a la independència. I ningú hi veu el perill que expressa un Manuel Valls, per exemple.

La Unió Europea, no deixa de ser una unió d'estats...

Ho és encara, i qualsevol cosa que pugui provocar un canvi no és ben vista perquè són conservadors, no volen canvis. Però això no ens ha d'influir, perquè com diuen diversos entrevistats, els catalans han de fer el seu camí. Si això és el que la majoria social vol, som tots democràtics i s'acceptarà el resultat com s'hauria acceptat a Escòcia. Encara que aquí sigui més difícil perquè no hi ha acord amb l'Estat. Una

situació d'inestabilitat jugaria en contra dels interessos dels estats de la UE.

O sigui, que no ens esperem amb els braços oberts però, donat el cas, serien realistes?

Si hi ha dos punts en què coincideixen els entrevistats –estiguin a favor o en contra de la independència– és que aquesta l'han de fer els catalans. L'han de posar sobre la taula, amb una majoria social. I per altra banda, tots estan d'acord que la UE és pragmàtica. Hi havia coses que semblaven impossibles i, a l'últim moment, s'han salvat. Sí que és veritat que ara mateix no hi ha cap precedent d'una ampliació interna.

Hi ha un dels entrevistats que parla d'una zona grisa, per trobar-hi una sortida...

És Kai-Olaf Lang, de la Fundació Ciència i Política. Si arriba de declaració i Espanya no reconeix Catalunya, com a estat, a nivell formal no canviaria res: els catalans seguirien essent ciutadans europeus. Mentrestant, Catalunya seguiria construint estructures d'estat i se li demanaria que demostrés estabilitat.

Seria com un període de prova...

Col·loquialment, es podria dir així. I mentrestant es trobarien solucions perquè hi hagués continuïtat en tots els àmbits. A tothom li interessaria una transició suau.

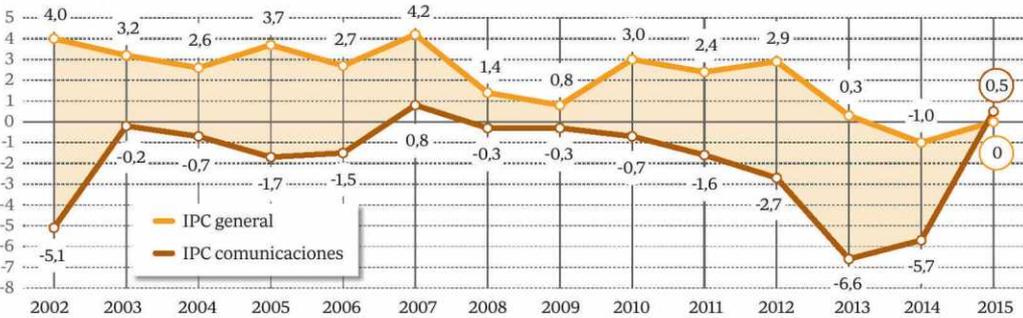
PRESENTACIÓ A VIC

Krystyna Schreiber va ser dividenda a Vic per presentar el seu llibre en entrevistes a EL 9 TV i EL 9 NOU. Amb ella, portava la traducció a l'alemany que acaba de sortir.



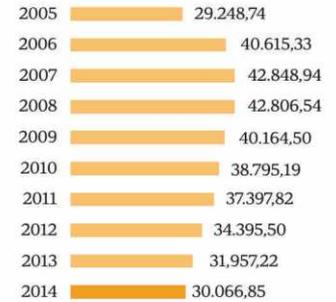
Un sector deflacionario

Variación anual del IPC
En porcentaje



Ingresos de los telecos

En millones de euros



Los precios de la telefonía suben por primera vez en ocho años

El resurgir de la televisión de pago, la generalización de los paquetes de servicios y la concentración del sector ponen fin a la guerra de tarifas

MONCHO VELOSO
MADRID

Fin de las rebajas en las tarifas de telefonía. La liberalización del negocio, una regulación enfocada a fomentar la competencia y la encarnizada guerra de precios llevada a cabo por las propias compañías convirtieron las telecomunicaciones en una industria claramente deflacionaria. Por ejemplo, el precio medio por minuto de una llamada móvil ha caído solo desde 2007 casi un 66%. Sin embargo, y según el Índice de Precios al Consumo (IPC) del sector, en 2015 se produjo el primer incremento medio de los precios de las comunicaciones en ocho años. En este ejercicio esa tendencia se mantendrá: Movistar aplicará desde el próximo viernes un alza de tres euros en sus tarifas y Orange hará lo mismo desde el 1 de marzo.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), los precios de estos servicios avanzaron un 0,5% durante el pasado ejercicio, frente a la caída del 5,7% registrada un año antes y al desplome del 6,6% de 2013. Prácticamente desde comienzos de los años 2000, tras la privatización de Telefónica y la liberalización del sector, el único año en que se produjo un incremento fue en 2007, del 0,8%. Es más, mientras la inflación general era superior al 3% año tras año, el IPC de las comunicaciones caía más de un 1% (ver gráfico) en cada ejercicio.

Ese progresivo abaratamiento de las tarifas de telefonía e internet (ADSL y fibra óptica) se debe, en primer lu-

gar, a la reducción de los precios mayoristas, es decir, a lo que cobran Movistar, Vodafone, Orange y Yoigo a los operadores sin red por usar las suyas. Esos precios vienen impuestos por la regulación. Y las autoridades, tanto las españolas como las europeas, se han afanado en la última década en fomentar la entrada de nuevos operadores en los distintos mercados nacionales para hacerlos más competitivos y conseguir que la factura del usuario se reduzca.

Compañías «low cost»

Ciertamente, España aparecía todos los años en todos los informes de la Comisión Europea como el país del Viejo Continente con las tarifas de telecomunicaciones más caras. En ese contexto surgen las compañías de telefonía e internet «low cost», como Masmóvil y Jazztel, que para captar clientes de los operadores tradicionales basaron su estrategia comercial en desatar una guerra de precios que obligó también a las grandes «telecos» a tumbar sus tarifas.

Esa tendencia, junto con la caída del consumo a raíz de la crisis económica, redujo los ingresos del sector

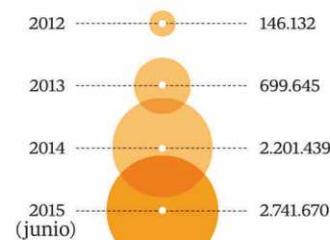
Contraprestaciones

Las «telecos» justifican las subidas ofreciendo más velocidad en internet y contenidos de televisión

Informes de la Comisión

España aparecía todos los años en los informes de la Comisión Europea como el país del Viejo Continente con las tarifas de las telecomunicaciones más caras

Nº de paquetes comercializados
(Teléfono fijo, móvil, banda ancha móvil, ADSL o fibra y televisión de pago)



nacional de las telecomunicaciones de los 42.848,94 millones de euros que facturó en el año 2007 a los 30.066,85 millones de euros registrados en 2014, últimos datos anuales publicados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC). Es decir, las «telecos» han perdido en ese periodo un tercio de su volumen de facturación. El ejercicio 2015 podría marcar un punto de inflexión: entre abril y junio la facturación creció un tímido 0,5%, lo que hace pensar que el año pueda cerrar ligeramente al alza.

Precios bajos e inversión

Las grandes multinacionales del sector consideran que esa espiral de precios a la baja ya no es compatible con la inversión que están haciendo en el despliegue de redes de nueva genera-

ción -4G y fibra-, y que suma más de 28.000 millones de euros desde entonces, y en la compra de los derechos de contenidos -el fútbol, por ejemplo- para la televisión de pago. «Estos años de caída de precios e ingresos coinciden con los despliegues de red más potentes de las últimas décadas», recuerdan desde un operador.

«Los precios de la telefonía tienen que subir», aseguró a principios del mes de marzo de 2015 el consejero delegado del grupo Vodafone, Vittorio Colao. Ese mismo mes, Telefónica anunció una subida generalizada de cinco euros en todos sus paquetes «Movistar Fusión», que incluyen todos los servicios (telefonía fija, móvil, internet y televisión de pago), a cambio de elevar la velocidad de conexión de la banda ancha fija (ADSL y fibra óptica). A los pocos días, Vodafone España encareció sus tarifas entre 1 y 9 euros a cambio de más datos de conexión 3G y 4G.

Solamente un mes después, en abril, Movistar comenzó a cobrar a los clientes nuevos por el exceso de «megas» que consumen con su «smartphone» y que no tengan activada la opción de reducir la velocidad al agotar esos datos. Es la misma medida que habían adoptado Vodafone y Orange.

Nuevas alzas en 2016

Esas alzas explican el primer incremento en ocho años del IPC de las comunicaciones. Además, a partir del próximo viernes, Telefónica facturará tres euros más a cada cliente de «Fusión» a cambio de más datos y velocidad.

Orange aplicará también una subida de tres euros desde el 1 de marzo en sus planes «Canguro» a cambio también de más volumen de tráfico en internet fijo y móvil y más minutos de llamadas. Está por ver, por otro lado, qué tarifas aplican los operadores a partir del verano por sus paquetes integrados, teniendo en cuenta los mi-



llones que han desembolsado por los derechos de retransmisión del fútbol, el gran reclamo de la televisión de pago, y que ahora deben rentabilizar.

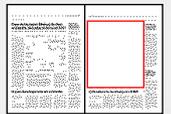
De producirse una nueva subida de tarifas entonces, muy previsiblemente 2016 cierre también con un alza general de los precios de las comunicaciones, lo que sería el segundo consecutivo, algo que no sucedía en décadas.

Lo operadores han comprobado además que ahora mismo están pudiendo aplicar incrementos en las tarifas sin sufrir una fuga masiva de clientes. Uno de los motivos es que, también para poder hacer frente a las mencionadas inversiones en infraestructura y contenidos, se ha producido un proceso de concentración que ha reducido la competencia. Es decir, hay menos compañías de telefonía e internet.

Servicios de más calidad

Pero además, los clientes ya se fijan exclusivamente en el precio; ahora están dispuestos a pagar más por esos servicios de mayor calidad, como la televisión de pago. Por eso, al no contar con una oferta tan completa, la influencia de los operadores «low cost» en las tarifas de las grandes «telecos» es actualmente menor.

Por si fuese poco, la Comisión Europea ha dado un giro radical en su estrategia y, tras años volcada en la reducción de tarifas, está enfocando la regulación hacia el fomento de la inversión, lo que provocará un mantenimiento de los precios mayoristas y, por tanto, menores rebajas en la factura del consumidor.



Las 'telecos' deberán crear alianzas para competir con Netflix y HBO



Análisis

Antonio Lorenzo

Periodista especializado en Telecomunicaciones

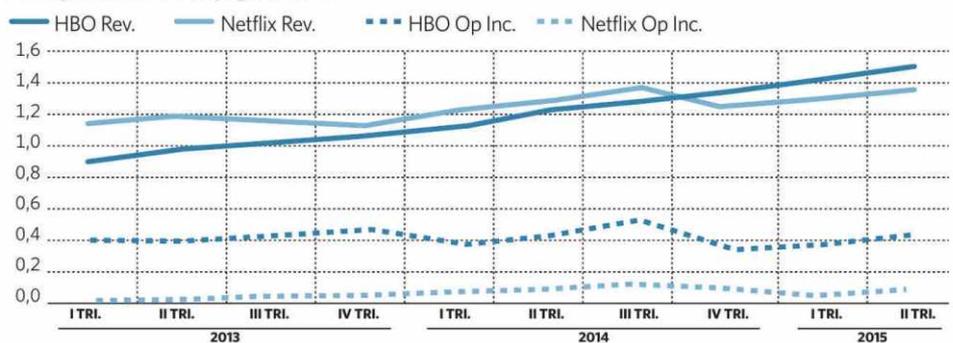
Las grandes compañías europeas de telecomunicaciones deberán buscar alianzas globales para competir en igualdad de condiciones con los gigantes del *streaming* en las subastas de series y estrenos cinematográficos estadounidenses. El asunto se presume complicado debido a la fortaleza de Netflix y HBO, compañías que estos meses se han lanzado a la conquista del mundo. La primera opera en España desde el pasado otoño y HBO tiene previsto estrenarse en el país antes de finales de año. Ante las leyes de la oferta y la demanda, la respuesta natural de las *telecos* consistió en unir fuerzas y hacer compras conjuntas. Solo de esa forma, las *telecos* tradicionales podrán hacer frente a la chequera y voracidad de Netflix. Tiempo al tiempo.

Quedarse sin títulos atractivos que ofrecer a los usuarios que han contratado la súper banda ancha fija es la nueva amenaza de los operadores convergentes. Y eso también será motivo de debate y conversación en los corrillos del Mobile World Congress que se celebra en Barcelona entre el 21 y el 25 de febrero. Parece claro que el interés de las *telecos* tradicionales por enriquecer sus respectivas plataformas de televisión de pago pasa por adquirir títulos atractivos en un mercado cada vez más reñido. Ahora les va la vida en ello, especialmente porque se han convencido de que la televisión de calidad es el principal reclamo para contratar la fibra óptica o el cable. Si hasta hace unos años bastaba a los operadores con ganar la exclusiva de ciertas series para el país en cuestión, ahora las negociaciones tienen un alcance transnacional. Las grandes productoras de cine y series de televisión obtienen mayores ingresos con la venta de los derechos de emisión de forma global, a cambio de altas sumas.

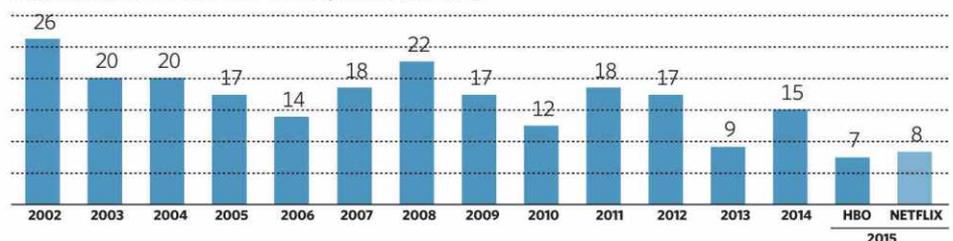
A los proveedores de primera fila les resulta más fácil y rentable vender en bloque antes que hacerlo desmenuzado por países, sin necesidad de lidiar con casuísticas diferentes de cada mercado. Por todo lo anterior, los ejecutivos de las *telecos* deberían mirarse los bolsillos y reconocer su desventaja cada vez que tienen que ofertar por separado por determinados contenidos.

Batalla entre HBO y Netflix

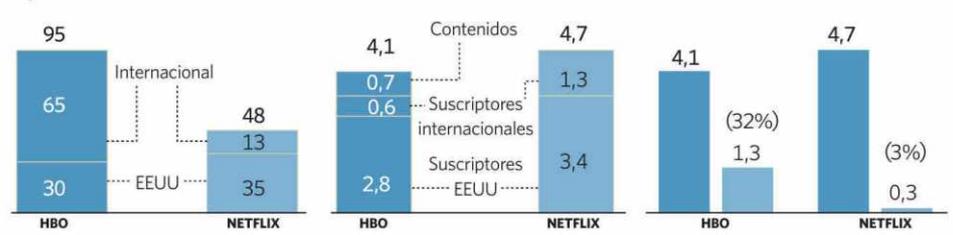
Suscripciones de TV de pago en EEUU



Nominaciones a los Globo de Oro de producciones HBO



Ingresos de HBO vs Netflix (millones de dólares)



Fuente: Media Quartz Redef hoz.com

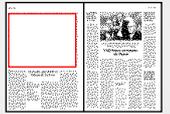
elEconomista

Ahora bien, los antecedentes de alianzas en las *telecos* no invitan al optimismo. No es la primera vez que los primeros ejecutivos de las compañías de referencia del sector se junten para hacer piña frente a las amenazas. Y en casi todos los casos el resultado fue calamitoso. Ya ocurrió cuando la mensajería gratuita comenzó a laminar los ingresos de los mensajes cortos (SMS). Entonces las *telecos* fracasaron al diseñar productos similares (como fue el caso de *Joyn*) para rivalizar con Whatsapp. El mercado eligió a los operadores de Internet. Otro tanto sucedió con el intento generalizado del sector para respaldar la plataforma alternativa Firefox OS, frente al

duopolio de Android e iOS. Todos aquellos esfuerzos resultaron baldíos.

Junto a todo lo anterior, las *telecos* también han puesto el grito en el cielo para reclamar que Netflix pague impuestos y se someta a las mismas condiciones que rigen a las cadenas tradicionales.

En Brasil, por ejemplo, los operadores de televisión de pago achacan a Netflix la pérdida de cerca de un millón de abonados en 2014. Por lo pronto, las *telecos* de aquel país se han movilizado para que Netflix pague las sumas que también se exigen a los operadores por cada película en su catálogo.



A la espera de la gran película catalana que probablemente nunca llegará, nada mejor que deleitarse con una película estadounidense que trata sobre la impunidad, las complicidades sociales y judiciales y naturalmente los silencios de la prensa ante un escándalo de mucha mayor envergadura como fue el encubrimiento sistemático de los curas pederastas por parte de una buena parte de la estructura jerárquica de la Iglesia Católica.

Hay diferencias abismales, naturalmente. Nada tiene que ver un caso de corrupción política que afecta al partido que ha gobernado en Cataluña durante 28 de los 36 años de su autonomía, y que sigue gobernando actualmente, con la tolerancia y encubrimiento eclesial desde tiempo indeterminado de la perversa e hipócrita costumbre de un número muy elevado de sus clérigos, sometidos de una parte al celibato pero de la otra habituados a abusar de su autoridad espiritual para someter a jóvenes de ambos sexos a sus caprichos eróticos.

Tampoco hay punto de comparación en cuanto al tamaño del escándalo ni a su resolución. La práctica de cobrar comisiones ilegales, el famoso tres por ciento en provecho de Convergència Democràtica de Catalunya, organizada por una red familiar y política alrededor del extenso clan del presidente de la Generalitat Jordi Pujol, se circunscribe a un ámbito y a un tiempo distintos y se halla todavía en fase de comprobación y probación ante los tribunales, a pesar de que sean ya muy abundantes y sólidos los indicios e incluso definitivas algunas pruebas, la que más la confesión del propio Pujol acerca de la existencia de cuentas en el extranjero ocultadas al fisco.

La pederastia eclesial es un fe-

La película que merece Pujol

LLUÍS BASSETS

nómeno universal, que empezó a ser denunciado en Estados Unidos y más concretamente en la diócesis de Boston, donde un prestigioso periódico local consiguió y publicó las pruebas de la extensión de tales prácticas en su territorio, el encubrimiento por parte de la autoridad religiosa local y su carácter sistemático en el conjunto de la estructura eclesial universal. A diferencia del caso Pujol, se trata de una cuestión ya zanjada, en la que dos papas sucesivos, Benedicto XVI primero y ahora Francisco, han sido decisivos a la hora de reconocer y condenar tan repugnante fenómeno y de hacer lo que la Iglesia había evitado hasta entonces, como es conducir a los

'Spotlight', sobre los curas pederastas, documenta cómo se fabrican los silencios de la prensa ante un escándalo que afecta a alguien poderoso

delincuentes ante la justicia ordinaria.

Volvamos a la cuestión cinematográfica. No tengo noticia de que exista algún proyecto sobre el caso Pujol, aunque Jordi Casanovas, dramaturgo muy interesado en el documental y en el teatro políticos (Ruz-Bárcenas, 2013), ha expresado su curiosidad por un tema tan agradecido para las tablas y el celuloide. Si atendemos a la pauta del mercado del libro, deberemos deducir que difícilmente veremos una producción en los próximos años. Como ya conté en estas mismas páginas cuando se cumplió el primer aniversario de la confesión (Los silencios del pujolismo, 27 de julio de 2015), hay

una inexplicable desproporción entre el número de libros que se vienen publicando un mes detrás de otro hasta ahora mismo sobre el *procés* (varios centenares en cinco años, y por tanto al menos uno a la semana) y los que tienen como objeto el caso Pujol, que eran cuatro en julio de 2014 y siguen siendo cuatro ahora mismo.

Vistas las abundantes diferencias, llegamos al fin a la semejanza, terrible y exacta semejanza en los silencios, tan bien explicados en el caso de la pederastia en la película *Spotlight*, que se estrenó el viernes en España, y tan inexplicables e inexplicados en el caso Pujol. El filme dirigido por Tom McCarthy documenta con rigor y sobriedad el trabajo realizado por el equipo de periodistas de investigación del diario *Boston Globe* sobre los casos de pederastia, la complicidad del cardenal Bernard Law y el carácter sistemático del encubrimiento eclesial de los comportamientos abusivos y violaciones. Como en el caso Pujol, también en Boston todos lo sabían y a los pocos que lo denunciaban nadie les hacía caso. La lección de periodismo que imparte McCarthy ante el gran público nos permite saber cómo se construyen los grandes silencios: olvidando las noticias alarmantes, dedicando la atención y los recursos a otras cosas y atendiendo, sobre todo, a la presión política y social para mirar hacia otro lado.

Regresemos a las diferencias: aquí todavía trabajan los tribunales, pero también sigue trabajando la poderosa máquina silenciadora, más poderosa aún cuando consigue introducirse en la mente de los ciudadanos. ¿El caso Pujol? Empieza a aburrir. Pasemos página. Nada de películas.

Por eso y por si acaso, yo les recomiendo que vayan a ver *Spotlight* y juzguen ustedes mismos.



Jordi Pujol y Marta Ferrusola salen de su domicilio tras un registro de la policía. / CONSUELO BAUTISTA



Nace la nueva revista 'Club+Renfe'

Está disponible en formato papel y digital

CINCO DÍAS *Madrid*

A partir hoy viajará a bordo de los trenes de Larga Distancia de Renfe la nueva publicación mensual *Club+Renfe*, también disponible en versión interactiva en la App Store y en Google Play para dispositivos iOS y Android. Es un producto realizado por La Factoría de PRISA Revistas y comercializada por PRISA Brand Solutions. La revista está concebida como referente del viaje

por España, de cultura y de estilo de vida.

Sus reportajes muestran lo último sobre los destinos españoles. Su línea editorial incide en transmitir lo que está ocurriendo aquí y ahora: descubre a creadores e innovadores, cuenta las tendencias, habla de la transformación cultural y estética, de la oferta gastronómica renovada y de los nuevos espacios de ocio y compras, entre otros.

Club+Renfe es, además, una herramienta para el viajero a la hora de gestionar mejor su tiempo: con una guía de destinos, direcciones de interés, tecnología aplicada al viaje e ideas para sacar mayor partido al tiempo que se disfruta en los trenes de alta velocidad. Es una prolongación de la experiencia del viaje que ofrece Renfe. El primer número de la publicación lleva en portada al actor y productor esta-



Portada e imagen de un reportaje del primer número de la revista.



dounidense Leonardo DiCaprio, con una entrevista en exclusiva realizada en Nueva York.

También descubre los nuevos movimientos culturales y gastronómicos de una de las ciudades más atractivas de España como es León; además,

se adentra en la ruta de las vanguardias artísticas en Málaga y explora tres de los barrios más vibrantes de Bilbao.

Incluye entrevistas con el director de orquesta Lucas Vidal, que triunfa en Hollywood, o con el cofundador de Tuenti Adeyemi Ajao.



CRÍTICA DE TV

Alfred Rexach



Capitalisme ets tu

Si no ets un professional de l'economia, descobreixes que l'economia existeix el dia en què no tens diners per pagar alguna cosa que necessites, quan et reclamen que paguis una cosa que ja vas consumir i no vas pagar i et diuen que et tallaran el gas o l'electricitat o l'aigua, un dia en què pot ser que truquin a la porta i et diguin que has de tocar el dos de casa teva. Milions de persones que no eren professionals de l'economia van descobrir que l'economia existia quan el 2008 tot se'n va anar en orris. Van descobrir també que existia el capitalisme, que ells vivien en el capitalisme. Ho va descobrir fins i tot Nicolas Sarkozy, que en aquell moment era el president de la República Francesa i va declarar emfàticament que calia refundar el capitalisme. Després *monsieur* Nicolas va deixar de ser president i la qüestió es va oblidar.

Per cert, què és això del capitalisme, que preocupa tanta gent, fins i tot els que no són economistes professionals? Aquesta setmana passada el canal Odissea va estrenar una sèrie de sis capítols titulat precisament *Capitalisme*, en què s'explica en què consisteix l'invent. Dirigida pel cineasta israelià Illan Ziv, la sèrie ens permet visitar les idees d'Adam Smith –l'Adam de la mà invisible–, David Ricardo, Thomas Maltus, John Maynard Keynes, Friedrich Hayek (ell i Keynes es portaven a mar) i Karl Polanyi –eminent austrohongarès que s'hauria de tornar a editar en alguna llengua hispànica: *La gran transformació*, Ed. La Piqueta, 1989–, que és qui fa sonar les alarmes quan avisa del perill que correm en un món on la societat depèn de l'economia i no al revés.

La sèrie, el primer capítol de la qual vam poder veure en la nit de dimecres passat, és interessant, instructiva i m'atreveria a dir que fins i tot apassionant, sens dubte recomanable per a qualsevol que pretengui entendre l'embolic en què estem ficats.

Esgarrifança a la CCMA. Més d'un deu haver tingut una esgarrifança quan s'ha sabut que el

L'arribada de Ciutadans a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuels deu haver provocat més d'una esgarrifança

diputat de Ciutadans al Parlament David Mejia presidirà durant aquesta legislatura la comissió de control de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuels (TV3 i Catalunya Ràdio). El seu col·lega Fernando de Páramo ja ha declarat que treballarà perquè "els catalans no tornin a canviar de canal per no sentir-se representats". Caldrà esperar que David i Fernando no ens converteixin la tele pública catalana en un erm i recordar Temístocles: "Pega, però escolta".

A treure les escombraries. Estava jo escoltant plàcidament la tertúlia de *La Noche en 24H* (TVE) quan se'm glaça la sang quan veig el somriure mefistofèlic de Victoria Lafora anunciant que el cromosoma Y és innecessari en la reproducció humana (de moment ho han experimentat amb ratolins). És la satisfacció amb què ho diu el que m'enfonsa. Ja intuïem –els homes, els del cromosoma– que amb els invents moderns el nostre paper essencial en la parella queda reduït al bricolatge domèstic i a treure la bossa de les escombraries, però i si rebéssim una miqueta d'afecte?

**PUBLICIDAD**

El Supremo avala que las telepromociones duren un mínimo de dos minutos

Expansión.Madrid

El Tribunal Supremo ha rechazado el recurso presentado por la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (Uteca) contra el Real Decreto 21/2014 que modificó la Ley General de la Comunicación Audiovisual y, por tanto, establece que la duración mínima de las telepromociones sea de dos minutos y no de 45 segundos.

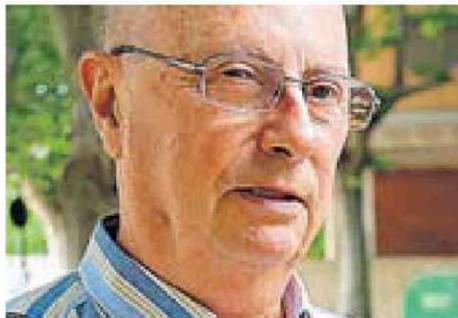
En este sentido, la sentencia, de la que ha sido ponente la magistrada María Isabel Perelló y que recoge *Europa Press*, apunta que “la peculiar naturaleza, contenido y forma de elaboración, presentación y emisión de las telepromociones requiere necesariamente de una duración del mensaje mayor que la típica de los *spots*”. Es más, el fallo matiza: “Puede decirse que las telepromociones no lo son porque duren más, sino que duran más precisamente porque son telepromociones”.

Unión Europea

De este modo, el Alto Tribunal avala que el reglamento español, dictado en cumplimiento de la condena a España por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, “tome esos dos minutos como duración mínima de las telepromociones, ya que no puede considerarse en modo alguno arbitrario, sino como una opción razonable y fundada”.

Según el fallo de la sala de lo contencioso-administrativo, la regulación “no es incompatible de forma insalvable con la regla legal que establece que el conjunto de las telepromociones no superará los 36 minutos al día ni los 3 minutos por hora de reloj”, tal y como argumentaba Uteca.

Este cambio en las telepromociones forma parte del real decreto que aprobó el Consejo de Ministros en el mes de enero de 2014 para modificar la regulación sobre estas prácticas publicitarias. Con esta reforma, que entró en vigor en febrero de ese año, el Gobierno pretendía “adecuar con mayor exactitud la legislación española a la normativa europea”.



MANEL LLADÓ

Mor Jordi Negre, el primer director del diari 'El Punt'

El periodista Jordi Negre i Rigol, de 71 anys, va morir dissabte a Figueres, la ciutat on va néixer el 24 de juliol de 1944, segons va confirmar aquest diumenge *El Punt Avui*. Negre va ser el primer director del *Punt Diari*, que va sortir el 1979. Tot i que va començar fent ràdio, a Barcelona va col·laborar en diversos mitjans escrits com el *Diario de Barcelona*, del qual va ser enviat especial a Al-Aaiun. Negre també va col·laborar en *El Periódico i El Punt*. El 1979 Negre va ser escollit per dirigir el diari comarcal *El Punt Diari*, que s'editava a Girona. Aquest rotatiu va ser la gènesi d'*El Punt*. Un any després, coincidint amb els primers ajuntaments democràtics, el periodista va deixar el diari i es va especialitzar en informació i comunicació municipal. També va ser cap de gabinet de Presidència.



El Consell d'Informatius de TVE denuncia un gràfic manipulat

El Consell d'Informatius de Televisió Espanyola ha explicat a Twitter que a la segona edició del *Telediario* de La 1 del divendres 29 de gener hi va aparèixer un gràfic manipulat a favor dels interessos del govern espanyol. El gràfic sobredimensionava la petita millora del PIB espanyol, ja

que el 3,2% de creixement del 2015 que hi apareixia era clarament més gran que el -2,6% del 2012. La denúncia no va passar desapercebuda a les xarxes i molts usuaris se'n van queixar. El 2013 ja es va denunciar un gràfic que marcava desproporcionadament una caiguda de l'atur.



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
01/02/16	Recordem Jordi Negre, membre de la primera junta de ISPC / Sindicat de Periodistes de Catalunya	72	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
31/01/16	Suicidios: informar con rigor / Periodistas en Español	74	3
31/01/16	Una professió dividida / E-notícies	77	1
01/02/16	Periodistes de TV3 denuncien el "repartiment de càrrecs" entre CDC i ERC / E-notícies	78	1
01/02/16	Sálvame / Media.cat Observatori crític dels mitjans	79	1
01/02/16	Federico Bianchini: beca Michael Jacobs para un libro sobre la Antártida / Periodistas en Español	80	2

Col·legi de Periodistes de Catalunya



Recordem Jordi Negre, membre de la primera junta de ISPC

Dilluns, 1 de febrer de 2016

Jordi Negre Jordi Negre era dels membres més veterans del grup promotor d'un sindicat de periodistes, unitari i plural, sorgit del II Congrés de Periodistes Catalans el 1992. Va destacar en l'organització de la conferència prèvia a la constitució de l'SPC, que es va fer en un convent de Sant Cugat, i també en la del Congrés constituent, el juny de 1993, a les Cotxeres de Sants de Barcelona. Meticulós en el funcionament i inspirador dels Estatuts i del programa del primer sindical professionals d'informadors que es constituïa després de la guerra civil. Sempre amb un punt de sorna, però amb la serietat que el configurava com a persona experta i de fiar, per molts va exemplificar que el projecte que naixia era seriós i valia la pena implicar-s'hi. El Jordi va ser membre de la primera Junta del sindicat, i va col·laborar en l'organització de la secretaria administrativa, en un local annex al del Col·legi de Periodistes a la Rambla de Catalunya de Barcelona. Per adscripció històrica provenia de la UGT, i tot i que les dues organitzacions van firmar un conveni de col·laboració, per algun motiu temps més tard el Jordi es va allunyar del sindicat. Sempre el vam considerar però una persona clau per al llançament d'un projecte organitzatiu nou, que respongués a les necessitats de la professió en l'àmbit laboral, basat en les experiències d'altres països europeus. Per això no l'oblidarem.

Ramon Espuny President SPC

Periodisme i Mitjans de comunicació



Suicidios: informar con rigor

Diumenge, 31 de gener de 2016

Informar con rigor, sin sensacionalismos, sin morbo, y con conocimientos científicos es fundamental para ayudar a prevenir los suicidios, señala una de las principales conclusiones del taller Suicidios y los medios de comunicación. Rompiendo en tabú, organizado por la Asociación de Periodistas Asociación de la Prensa de Almería (AP-APAL), el Colegio de Periodistas de Andalucía en Almería (CPPAA) y la Unidad de Gestión Clínica (UGC) de Salud Mental de Almería. Combatir el suicidio es cosa de todos: hobbitfoot / 123RF Foto de archivo Considerado un problema epidemiológico por la Organización Mundial de la Salud (OMS), los suicidios son la principal causa de muerte no natural en España, y en el taller, que forma parte del convenio de Formación Continua para Periodistas suscrito entre la AP-APAL y la Universidad de Almería, tuvo lugar el sábado 30 de enero de 2016, se puso de manifiesto que los suicidios se pueden prevenir, teniendo en cuenta además que, por cada suicidios consumado, hay entre 10 y 20 tentativas. En 2013, 3879 personas se quitaron la vida en España. Son diez veces mas frecuentes que los homicidios, sesenta veces más que la violencia de género, y el doble que accidentes de circulación. Aún así, la tasa de suicidios en España es de 8,9 %, frente al 61 % de Lituania o el 17,5 % de Francia. Un millón de personas se suicida cada año en el mundo. La tasa, según la OMS, ha crecido en un 60 % en los últimos 45 años. Y se prevé que esa tasa aumente en 2020 hasta el millón y medio de personas. Una solución permanente a un problema temporal El catedrático de Personalidad, Evaluación y Tratamiento Psicológico de la UAL, Adolfo Javier Cangas Díaz , explicó que el objetivo es verbalizar, que se pueda hablar libremente de temas que para el que está sufriendo son muy dolorosos y que aprendamos a escuchar. Porque, contra lo que hacemos con este tabú (los medios no informan sobre suicidios), lo importante es hablarlo. Porque es una percepción subjetiva, y hay salidas alternativas al suicidio. Cangas, quien mostró cartas de suicidas, analizó los síntomas que alertan de que esa decisión puede estar cercana, con rasgos habituales como depresión y consumo de drogas, especialmente el alcohol. Y hay fases previas: la consideración, la ambivalencia y la decisión. En las dos primeras, es en las que más fácilmente se puede intervenir. Entre las profesiones con más riesgo de suicidios están la de policías, médicos y psiquiatras, abogados y agentes de seguro. Por su parte, Domingo Díaz del Peral , coordinador del taller, psiquiatra y director de la Unidad de Gestión Clínica de Salud Mental de Almería, abordó los aspectos psicológicos que conducen al suicidio y que, explicó, siempre se dan en una fase muy aguda de crisis, que es breve y hay una ambivalencia porque en realidad la gente no quiere morir, sino lo que no quiere es vivir como está viviendo. Domingo Díaz indicó que hay que informar al paciente de que esa situación angustiosa no dura para siempre, es pasajera y tiene solución, porque antes pudimos tener momentos similares y pudimos salir. Es prioritario para ayudar al paciente conocer la red de apoyo que puede tener esa persona. Para Díaz del Peral, hay que tomar medidas entre todos, lo mismo que se ha hecho con los accidentes de

tráfico, Se han hecho protocolos, cambiando leyes, de manera que hemos pasado de tener 5000 muertos al año en nuestras carreteras, a 1000. Y sin embargo, no hacemos lo mismo con este gravísimo problema. Tampoco -ha dicho- cuidamos, ni ayudamos a los supervivientes de los suicidios, a sus padres, familia, amigos y hasta el médico que lo ha tratado previamente. Es la llamada postvención suicida. Es que cada suicidio supone un impacto y un shock brutal para entre seis y veinte personas del entorno del suicida. Romper con el tabú Por eso cree que atajar los suicidios es una labor en la que entran familia, amigos, pero también médicos de atención primaria, especialistas, maestros y profesores (ante los casos de suicidios de menores) y claro, también los periodistas. Para Díaz es fundamental que los medios de comunicación se unan para informar de los síntomas, de las señales y, sobre todo, difundan las herramientas que tenemos disponibles para evitarlo. Tenemos que romper con ese tabú, dejar de pensar que es un asunto absolutamente privado, cuando es una verdadera epidemia, añadió: Los medios de comunicación tienen que gritar que el suicidio no es una vergüenza. No tiene ninguna connotación moral negativa. El papel de los medios El periodista Ángel Luis Mena, técnico de la Escuela Andaluza de Salud Pública, señaló que es habitual que los suicidios no aparezcan en las noticias: Es una evidencia que los medios tenemos una obligación ante los suicidios, y podemos cumplirla jugando el papel del joven Werther, el joven romántico que se suicida, y que lleva a la imitación. Por eso nos dicen que no debemos dar datos sobre el suicidio, datos morbosos, con mucho detalle, porque está demostrado que cuando así aparecen en las noticias, hay réplicas a los tres días y luego a las dos semanas. Pero La novedad es romper el tabú. Hablar, pero de forma correcta, del fenómeno Papageno (por el personaje de la Flauta Mágica, que no llega a suicidarse). Explicando qué alternativas hay, qué sistemas de ayuda, y respetando por supuesto al entorno de la víctima y el proceso de duelo. No debemos repetirlo constantemente, ni tampoco contarlo de forma normalizada, y debemos tener especial cuidado, por ejemplo, al hablar del suicidio de menores, adolescentes o personas famosas, porque puede provocar empatía y que se multipliquen. Mena recordó las recomendaciones de la OMS: Que no vaya en portada Que no aparezca en titulares Que no aparezca en titulares la palabra suicidio, ni términos como suicidio fallido No usar datos grandilocuentes o abusar de adjetivos Usar datos fiables y estadísticas correctas No confundir suicidios con tentativas Respetar el duelo de los supervivientes Plan Integral de Salud Mental El taller, en el que participaron 74 personas, entre periodistas, estudiantes universitarios de diferentes grados y profesionales de trabajo social, la psicología y la psiquiatría, procedentes de varias provincias andaluzas y de Madrid, fue inaugurado por el delegado territorial de Igualdad, Salud y Políticas Sociales de la Junta de Andalucía, José María Martín , quien destacó la importancia de capacitar a los profesionales y concentrar esfuerzos para asistir a personas en riesgo de suicidio y a aquellas que se encuentran en una situación de duelo al perder a un familiar tras un suicidio y recordó que la Consejería de Salud va a impulsar a lo largo de este año la formación de los profesionales de Atención Primaria para fomentar la capacidad de detectar, intervenir y derivar a los pacientes con conducta suicida. Dentro del Plan Integral de Salud Mental de Andalucía (PISMA) han sido varias las acciones emprendidas para contribuir a la prevención del suicidio en los últimos años, señala la AP-APAL. Así, se han elaborado documentos dirigidos a profesionales sanitarios y a personas con ideación suicida y

Audiència: 4.609

Ranking: 4

VPE: 11

Pàgina: 3

Tipologia: online

familiares. Asimismo se ha desarrollado un proyecto de investigación con el objetivo de mejorar las actuaciones de detección, atención y seguimiento de las personas con intentos de suicidio, mediante el análisis de la situación en dos distritos sanitarios de atención primaria con una alta mortalidad por suicidio. Para avanzar en el conocimiento en cómo prevenir el suicidio de forma efectiva, en el año 2012 Andalucía se integró como socio en el proyecto europeo Euregenas, que finalizó en el año 2014. Euregenas tenía como objetivo la promoción de la salud mental y la prevención del suicidio a través de una estrategia de creación de redes locales y regionales e identificación de ejemplos de buenas prácticas. En el contexto de este proyecto se elaboraron diferentes guías y herramientas prácticas que han sido difundidos y están disponibles en la página web del Servicio Andaluz de Salud, en una sección dedicada a la

Una professió dividida

Diumenge, 31 de gener de 2016

El grup periodistes Pi i Margall sha presentat aquest dijous al matí en un hotel de Barcelona. Aquesta associació de professionals dels mitjans de comunicació safegeix així el grup de periodistes progressistes Josep Maria Lledó, el grup Gaziel de periodistes catalans, el grup de periodistes Ramon Barnils. Totes elles coincideixen en defensar que el periodisme és una professió que ha d'exercir-se des del rigor, la veracitat, el sentit crític i la imparcialitat; però cada associació ho fa des d'una trinxera política diferent. Per tant, la agrupació de periodistes Josep Maria Lledó reuneix -majoritàriament- professionals que combreguen amb les tesis progressistes, com per exemple Enric Sopena. Mentrestant, l'associació Ramon Barnils reuneix aquells periodistes pròxims al sobiranisme i el grup Gaziel aglutina els que s'identifiquen amb el catalanisme. De fet, entre els que han format part d'aquesta entitat periodística, hi destaca el mateix president de la Generalitat, Carles Puigdemont, o el columnista Francesc Marc-Álvaro. Finalment, el grup de periodistes Pi i Margall han estat els últims en aparèixer en escena i pretén adherir els comunicadors partidaris de les tesis unionistes dels defensors de la independència. Tomàs Gusach, Joan López Alegre o Nacho Martín Blanco són alguns dels professionals que formen part de la Pi i Margall.

Periodistes de TV3 denuncien el "repartiment de càrrecs" entre CDC i ERC

Dilluns, 1 de febrer de 2016

El Sindicat de Periodistes de Catalunya de TV3 ha denunciat que Convergència i Esquerra han procedit a repartir-se els càrrecs relacionats amb la comunicació, una eina bàsica per a un projecte polític i exposen que ho han fet violant la independència prevista a la Llei per als mitjans de comunicació de la Generalitat, i també han negociat sense cap mirament, és a dir, a esquenes de la representació de més de la meitat de la població catalana, els càrrecs clau de la CCMA: presidència, direcció de TV3 i de Catalunya Ràdio, i caps d'Informatius respectius. Si s'entén la Corporació com a instrument essencial per a la projecció de l'acció del Govern -afegeix-, no és estrany que els pròxims canvis a TV3, a la direcció i a Informatius, vagin en la línia de reforçar el relat governamental. Si no, no tindria sentit que cada partit busqui col·locar professionals de confiança, que tractant-se d'aquest tema, només pot ser política, al marge de la vàlua professional. El sindicat rebutja els noms que sonen i indica que per a nou director i en l'òrbita de Convergència, sonen noms que no poden generar consens. I per a Informatius, ERC proposa algú amb un biaix ideològic molt connotat, en un càrrec que reclama tot el contrari i una capacitat de lideratge professional, i en un mitjà criticat sovint per la falta d'equilibri en el tractament informatiu. No podem estar d'acord en el mètode ni ho podem estar amb els noms -diu-, i cal dir-ho obertament, perquè aquesta dinàmica traeix la lletra i l'esperit de la Llei de la CCMA, que es va reformar el 2012 i fixa que els càrrecs directius han de ser independents i professionals, i sense cap dependència aliena a la del seu càrrec. El SPC de TV3 critica que aquest repartiment polític de càrrecs des del Govern, que hauria de fer una CCMA fruit del consens parlamentari o d'una majoria qualificada, i amb criteris de professionalitat i d'independència, es pot fer impunement perquè CDC i ERC aprofita el marc legal imposat per CiU i el PP que garanteix el control del Govern a través de la majoria absoluta al Parlament, o fins i tot de la relativa. Finalment, els periodistes de TV3 també lamenten que aquesta operació va acompanyada de la negativa de Junts pel Sí, expressada als representants dels treballadors de TV3 i de Catalunya Ràdio, a reprendre aviat la reforma de les lleis audiovisuals i considera que aquesta seria l'única manera de rendibilitzar la bona feina dels professionals de TV3 i de Catalunya Ràdio, que queda enfosquida quan en la programació es produeix un acostament acrític a determinades posicions polítiques, per majoritàries que siguin, i que posen en risc la credibilitat dels nostres mitjans.

Sálvame

Dilluns, 1 de febrer de 2016

Vaig conèixer una vegada un corresponsal del diari basc Egin que va acabar guanyant-se les garrofes en una agència de notícies del cor. El primer dia que va anar a treballar li van encarregar redactar una peça de tres pàgines per acompanyar unes fotos: a la infanta Cristina li portaven una nevera a casa. Operari, infanta, porta de casa, punt i final. Des d'aquell dia tinc un profund respecte per als companys de professió que es guanyen la vida en aquest sector; no només perquè vénen quantitats ingents d'exemplars o sumen milions de telespectadors en els programes que semeten a les televisions sinó perquè també lluiten contra els elements, les dificultats i els equilibris. Sí, jo també procuro estar al dia d'aquestes notícies i molts divendres mengixo a Sálvame : quatre hores de televisió només basades en la paraula de mitja dotzena de convidats però amb prou ritme per liderar el prime time i més enllà. Per cert, Kiko Hernández és un dels tios que més notícies dóna a l'Estat espanyol. No, els periodistes de la nomenada premsa seriosa, aquells que cada dia intenten explicar les interioritats del Procés o que analitzen els canvis socials o econòmics, o els periodistes dels gabinets de comunicació, aquells que miren de construir un relat de l'actualitat des de la perspectiva de la imatge corporativa o del sector institucional que representen, no som millors que cap altre periodista que estigui en un altre sector, com els de la premsa rosa. Però és cert que en els últims anys estem assistint a un aiguabarreig curiós: al Parlament, per exemple, s'hi ha fet habituals unes cintes que limiten el pas a les càmeres per entrevistar els diputats, com una mena de zona mixta que els periodistes esportius ja han assumit des de fa anys; també al Parlament cap periodista pot baixar lliurement als despatxos dels grups parlamentaris sinó que ha de fer una petició oficial; els periodistes de tribunals o policial, tercer exemple, han assistit en els últims anys a una multiplicació de gabinets de premsa de qualsevol sectorial sindical, que també lògicament busquen filtrar els cada cop menys moviments lliures del periodista. Perquè entre l'obligació del periodista de saltar la tanca o la cinta limitadora hi ha o hi havia una sèrie de regles no escrites que un cert estil Sálvame en l'actual periodisme, de persecució de diputats o de persecució d'imputats, hi ha acabat influint. No hi ajuda la immediatesa amb què es treballa, no hi ajuda el rigorós directe i última hora, no hi ajuda tampoc la ideologització creixent dels mitjans ni el background decreixent que banalitzava la nostra feina. De res serveix fer anuncis amb periodistes, com el que vam fer amb el Grup Barnils amb frases del mestre sobre el periodisme o el que ara protagonitzen els presentadors de TV3, o el que anys enrere publicava a pàgina sencera el diari Avui sobre el rigor i el contrast i aquests termes tan avorrits per al públic en general que ja sens haurien de suposar. Que Sálvame faci Sálvame i que el periodisme polític, social, econòmic i esportiu segueixi les regles escrites i no escrites de sempre. I respecte per tots els models. Però no pretenguem intercanviar papers, perquè ho farem pitjor.

Federico Bianchini: beca Michael Jacobs para un libro sobre la Antártida

Dilluns, 1 de febrer de 2016

El periodista y escritor Federico Bianchini, de Argentina, ha ganado la Beca Michael Jacobs de crónica viajera 2016, por lo que recibirá cinco mil dólares para sacar adelante el proyecto de libro periodístico por el que se postuló después de viajar un mes por la zona: Antártida, donde el tiempo no pasa. Federico Bianchini Su proyecto «Antártida: donde el tiempo no pasa», fue seleccionado como el mejor entre las 97 postulaciones de 19 países que evaluó el jurado conformado por Alex Ayala (España), ganador de la primera edición de la beca; Daniel Samper Pizano (Colombia) y Jon Lee Anderson (Estados Unidos), ambos maestros de la FNPI. El jurado nombró como finalistas a los periodistas Patricio de la Paz, de Chile, y Yoe Suárez, de Cuba. El jurado, reunido en Cartagena, seleccionó su trabajo al considerar que el autor busca acercarnos a un mundo desolado, la Antártida, que nos parece muy distante, a través de personajes de carne y hueso, que se emocionan, que lloran, que ríen, y cumple con una de las máximas de los viajeros. Abre una puerta a lo desconocido, según se recoge en el acta de juzgamiento. Los jurados de la Beca estuvieron de acuerdo en modificar el nombre de la beca, que hasta ahora se llamaba Beca Michael Jacobs para periodistas de viajes, y sustituirlo por el de Beca Michael Jacobs de crónica viajera, ya que el objetivo de este reconocimiento es incentivar a jóvenes periodistas a que viajen por el continente en busca de historias sobre las que reportear, y para huir de la etiqueta periodismo de viajes, que según afirman, hace que algunos trabajos sean menos valorados por considerarlos textos de promoción turística. El anuncio del ganador de la beca se hizo durante la charla Michael Jacobs y la crónica de viajes, que hace parte de la programación del Hay Festival Cartagena 2016 y en la que han participado los miembros del jurado, junto con Jaime Abello Banfi, director general de la FNPI. La Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano abrirá la convocatoria para la Beca Michael Jacobs de crónica viajera en los próximos meses y divulgará a través de fnpi.org los requisitos y las recomendaciones para la postulación de los proyectos. Federico Bianchini Federico Bianchini se cruzó con Fogwill en una piletta: escribió un perfil del escritor y ganó el Concurso Las nuevas plumas (UDG-Escuela de Periodismo Portátil). Trabajó varios años en Clarín: en 2012 fue elegido por la FNPI para participar en el encuentro Nuevos cronistas de Indias. Siguió nadando y en 2013, con un perfil del juez de la Corte Raúl Zaffaroni, ganó el premio Don Quijote, Rey de España. Editor de Anfibia, en 2015 publicó el libro Desafiar al cuerpo: del dolor a la gloria (Aguilar) y obtuvo el premio estímulo TEA en la categoría Tarea periodística en Medios Digitales. Últimamente nada poco: está concentrado en una larga crónica sobre el mes que pasó en la Antártida. Así describe Federico Bianchini el proyecto Antártida: donde el tiempo no pasa, con el que ganó la Beca Michael Jacobs 2016 Pensaba hacer una crónica breve. Debido a las condiciones climáticas quedé allí, encerrado durante un mes en un mundo conceptualmente cercano (a mil kilómetros del continente americano) pero terriblemente distante, con leyes propias y reglas particulares: no

hay virus ni gripes y la mayor parte de las enfermedades que circulan son psicósomáticas. En sus catorce millones de kilómetros cuadrados, sin armas ni soberanía, se vive un presente continuo. La naturaleza se acepta como un dogma inquebrantable, un poder supremo, un axioma cotidiano. El trabajo depende del clima. Y si llueve o nieva, o la presión empieza a bajar acelerada, indicio de que la furia del viento es inexorable, no se sale. ¿Quiénes viven allí? ¿Cómo entran sus vidas estos hombres y mujeres que decidieron pasar meses, años, alejados de sus familias? Las historias se complementan, las escenas se cruzan. De a poco, van formando un dispositivo narrativo; una crónica: un rompecabezas frío, real y literario. El premio El ganador de la Beca Michael Jacobs para periodistas de viajes recibe 5000 dólares para financiar la tarea de investigación y escritura del proyecto de libro con el cual se postuló. Además, como parte de la Beca, el ganador será invitado a Cartagena de Indias a presentar su trabajo en el marco de la programación del Hay Festival en enero de 2017. Gracias al ofrecimiento de la Asociación Manolo El Sereno MAELSE, el ganador, si así lo quiere, tendrá la opción de disfrutar durante 2015, de una estadía de máximo seis meses en una casa en Frailes, Jaén, Andalucía (España), lugar en el que Michael Jacobs escribió algunos de sus últimos libros. La finalidad es que pueda adelantar su labores de escritura en un ambiente tranquilo y agradable. Cabe anotar que corren por cuenta del becario los gastos de traslado y manutención por la estadía en la casa de Frailes Beca Michael Jacobs de crónicas viajeras La Beca Michael Jacobs de crónicas viajeras es una iniciativa de la Fundación Hay Festival de Colombia y la Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano. Este estímulo tiene el objetivo de mantener vivo el legado y el espíritu descubridor del escritor y periodista Michael Jacobs (Génova, Italia, 1952 Londres, 11 de enero de 2014), quien dedicó su vida a recorrer el mundo para narrarlo, siempre con curiosidad, alejado de prejuicios y con una narrativa exquisita. En su primera edición, en 2015, el ganador fue el periodista español Alex Ayala, con el proyecto Rigor mortis, el principio del fin, que será una recopilación de historias mínimas sobre la muerte en distintas regiones de Bolivia. Compártelo