



# RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

10/03/2014



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

## COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
08/03/14	EL EBRE REIVINDICA EL PAPEL DE LA MUJER EN EL ENTORNO RURAL / DIARI DE TARRAGONA	6	1
08/03/14	UN REPORTAJE PUBLICADO EN 'LA MAÑANA' GANA EL PREMI MILA DE PERIODISME / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	7	1
08/03/14	PREMI MILÀ D'IGUALTAT PER A LLEIDA TELEVISIÓ / SEGRE	8	1
09/03/14	NEUS BONET, DEGANA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA: "El dret a la informació és tan important com el dret a l'educació" / ARA	9	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
08/03/14	LA NEGOCIACIÓ SOBRE ELS SALARIS DE LA CORPORACIÓ ACABA SENSE ACORD / ARA	11	1
08/03/14	'CLOSER' HAURÀ DE PAGAR 12.000 EUROS A VALÉRIE TRIERWEILER / ARA	12	1
08/03/14	DIRECCIÓ I PLANTILLA DE LA CCMA ES REUNEIXEN DURANT 26 HORES / DIARI DE GIRONA	13	1
08/03/14	LA CORRUPCIÓ EN EL PERIODISME ESPORTIU / DIARI DE SABADELL	14	1
08/03/14	EL CONSEJO DE MEDIASET GANA 5,9 MILLONES EN 2013, UN 8% MÁS / EL ECONOMISTA	15	1
08/03/14	JUAN JOSÉ PLANS, LA VOZ DE LO 'SOBRENATURAL' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
08/03/14	LA PENÚLTIMA NOVIA DE RUPERT MURDOCH / EL MUNDO (LA OTRA CRONICA)	17	1
08/03/14	EL REGULADOR DE MÉXICO ASESTA UN GOLPE HISTÓRICO AL GRUPO TELEVISA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	18	1
08/03/14	CAFÉ CON... JINETH BEDOYA PERIODISTA ¿NO ME QUEDÉ EN COLOMBIA PARA ESTAR CALLADA" / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	19	1
08/03/14	SIN ACUERDO EN TV3 Y CATALUNYA RÀDIO TRAS 26 HORAS DE REUNIÓN / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	20	1
08/03/14	EL GOVERN DEMANARÀ A LES TELEVISIONS QUE AVANCIN L'HORARI ESTEL·LAR / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	21	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Títular/Mitjà	Pàg	Docs.
08/03/14	MÉS REFERÈNDUMS A CATALUNYA RÀDIO I TV-3 / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	22	1
08/03/14	23-F: HISTÒRIA I FARSA, PER JOSEP GIFREU / EL PUNT AVUI	23	1
08/03/14	PERIODISTAS CONTRA POLÍTICOS, EL PARTIDO DE FÚTBOL QUE VUELVE / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	24	1
08/03/14	LA PLANTILLA DE LA CCMA VOTARÀ L'ÚLTIMA PROPOSTA DE LA DIRECCIÓ / REGIO 7	25	1
09/03/14	ALGÚ HA D'EXPLICAR-HO (I FOTOGRAFIAR-HO) / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	26	2
09/03/14	LÍDERS 2.0 / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	28	1
09/03/14	LA MISSIÓ DE CANDEL / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	29	1
09/03/14	ENTREVISTA / Xavier Bosch: "M'AGRADA QUE 'EUFÒRIA' SIGUI MOLT VENUT, PERÒ VULL QUE SIGUI MOLT TEMUT" / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	30	1
09/03/14	MANEL ESTELLER GUANYA EL PREMI VANGUARDIA DE LA CIÈNCIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	31	1
09/03/14	BABYRADIO, EMISORA APTA PARA MENORES / EL PAIS (NEGOCIOS)	32	1
09/03/14	TV GIRONA REP EL PREMI ZAPPING PEL PROGRAMA 'AD LIBITUM' / EL PUNT AVUI (GIRONA)	33	1
09/03/14	L'ART DE LLEGIR LA PREMSA, PER SALVADOR GINER / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	34	1
09/03/14	LOS PIRATAS CULTURALES SE QUEDAN SIN SU TESORO / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	35	2
09/03/14	VIOLENTA EUROPA, per Eva Peruga DEFENSORA DE LA IGUALTAT / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	37	1
09/03/14	LOS LÍMITES DEL RETOQUE FOTOGRÁFICO, POR TOMÀS DELCLÓS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	38	2
09/03/14	BIBIANA BALLBÈ TORNA A EL 33 AMB MÉS 'CARÀCTER' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	40	1
09/03/14	LATDP.CAT ES TRANSFORMA EN WELOBA PER PARLAR DEL BARÇA AL MÓN / ARA	41	1
09/03/14	EL GOBIERNO IMPONE LÍMITES A TELEVISIA Y LAS EMPRESAS DE SLIM / ABC (EDICION NACIONAL)	42	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
09/03/14	ASSANGE: «ELS PERIODISTES SÓN NOUS TIPUS DE REFUGIATS» EL FUNDADOR DE WIKILEAKS, JULIAN ASSANGE, VA COMPARAR AHIR ELS PERIODISTES NORD-AMERICANS QUE COBREIXEN ELS TEMES DE SEGURETAT NACIONAL AMB «NOU / REGIO 7	43	1
10/03/14	LA NOVA LLEI DE TELECOMUNICACIONS BUIDA DE CONTINGUT LA SEU DE BARCELONA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	44	1
10/03/14	LA CIÈNCIA DISSENYA UN DETECTOR PER CAÇAR MENTIDES A INTERNET / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	45	2
10/03/14	ENTREVISTA CAROLYN EVERSON, VICEPRESIDENTA GLORABL DE SOLUCIONES PUBLICITARIAS DE FACEBOOK "FACEBOOK NUNCA VENDE DATOS PERSONALES DE SUS USUARIOS" / CINCO DIAS	47	1
10/03/14	LOS FONDOS ECLIPSAN A LOS POLANCO EN PRISA / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	48	1
10/03/14	premis Recvll. RAMON MADAULA REP EL JOSEP AMETLLER AMB UNA CRÍTICA A L'«ENDOGÀMIA» TEATRAL / DIARI DE GIRONA	49	1
10/03/14	EL FUTUR DEL PERIODISME / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	50	1
10/03/14	CON JAVIER Y RICARDO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	51	1
10/03/14	SUBEN BAJAN / DIARI DE TARRAGONA	52	1
10/03/14	LIBERTAS 7 ELEVA SUS PÉRDIDAS UN 64% POR PRISA Y BANCO VALENCIA / EL ECONOMISTA (ED.LUNES) ECONOMIA REAL	53	1
10/03/14	MODA IMPARABLE CASILLAS ES FA UN 'SELFE' AMB PERIODISTES / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	54	1
10/03/14	PREMI A JAVIER ORTEGA FIGUEIRAL PER LA SEVA TASCA INFORMATIVA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	55	1
10/03/14	EL VIGÍA SE REFUERZA CON CORRESPONSALES EN BRUSELAS Y EN LAS ISLAS CANARIAS / EL VIGIA (ED. NACIONAL)	56	1
10/03/14	RTVE BUSCA SOLUCIONES EN EL EXTERIOR / LA RAZON	57	1
10/03/14	ANA MATO PIDE ADELANTAR EL «PRIME TIME» / LA RAZON	58	1



# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

---

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



DÍA DE LA MUJER | LA CELEBRACIÓN EN TERRES DE L'EBRE Y REUS

## El Ebre reivindica el papel de la mujer en el entorno rural

La Ribera d'Ebre hace un reconocimiento a una mujer de cada uno de los 14 pueblos de la comarca, en un acto celebrado en el centro cultural de la Palma d'Ebre

M. M.

Las Terres de l'Ebre avanzaron ayer muchos de los actos del Día Internacional de la Mujer, que se celebra hoy 8 de marzo. El acto institucional de la Delegació del Govern consistió en la lectura del manifiesto del Día Internacional de las Dones, a cargo de Carme Valls, coordinadora del Institut Català de les Dones en las Terres de l'Ebre, organismo que celebra su 25 aniversario. Además, tuvo lugar un debate sobre las «voces de las mujeres» en el ámbito público y privado, en

el que participaron la subdirectora del Campus de la Universitat Rovira i Virgili, Sara Romaguera; Maria Cinta Subirats, secretaria judicial; Rocío Sánchez, policía local de Tortosa; y la periodista Sílvia Tejedor, nueva presidenta del Col·legi de Periodistes en las Terres de l'Ebre.

También en Tortosa, pero por la tarde, el nuevo Col·lectiu de Dones de les Terres de l'Ebre convocó una concentración en la Plaça de Barcelona por una «una maternidad libre y deseada» y para reivindicar el aborto libre y gratuito.

En la Ribera d'Ebre, el acto central tuvo lugar en el Centre Cultural de la Palma d'Ebre, organizado por el Consell Comarcal. En él se hizo un reconocimiento a una mujer de cada uno de los pueblos de la comarca, por su labor en sus respectivos municipios: Irene Jornet, de Ascó; Mercè Crespo, de Benissanet; Josefina Carranza, de Flix; Teresina Jardí, de Garcia; Teresina Margalef, de Ginestar; Rosenda Pujol, de Miravet; Elena Ramos, de Móra d'Ebre; Mercedes Llorens, de Móra la Nova; Teresina Delamonja, de Rasquera; Isabel Abella, de Riba-roja d'Ebre; Pepita Pagès, de Tivissa; Emilia Grangé, de la Torre de l'Espanyol; Rosa González, de Vinebre, y Elisa Franch, de la Palma d'Ebre.

Amposta, Móra d'Ebre y Gandesa fueron otros de los municipi-



Acto del Día Internacional de las Dones, celebrado ayer en la Palma d'Ebre. FOTO: JOAN REVILLAS

pios donde se recordó con diversas iniciativas el Día Internacional de las Mujeres.

### Actos de hoy

Entre los actos convocados para la jornada de hoy está la proyección en Tortosa del documental 'Las maestras de la República'. Tendrá lugar el en Teatre- Audi-

tori Felip Pedrell, organizado por el sindicato UGT.

Entre otras poblaciones, en Uldecona, el Grup de Dones también ha organizado la proyección de la película 'Flor del desierto', en la sala de actos del Ayuntamiento (19.00 horas).

■■■■  
ebre@diaridetarragona.com



## GALARDONES / SÉPTIMA EDICIÓN

# Un reportaje publicado en 'La Mañana' gana el Premi Mila de Periodisme

El certamen del Col·legi de Periodistes distinguió a Miquel Guijalba y Noemí Fortón por la obra 'Competir en igualdad'

## LLEIDA

## REDACCIÓN

El reportaje *Competir en igualdad*, publicado en LA MAÑANA, se llevó ayer el Premi Mila de Periodisme dentro de la categoría de prensa escrita. En la modalidad audiovisual, el certamen del Col·legi de Periodistes distinguió los trabajos *Els joves i la influència de la cultura audiovisual sexista* de TV3 y *La coeducació com a eina per a la igualtat*, emitido en Lleida TV.

La concejala de Drets Civils, Cooperació i Igualtat, Maria Rosa Ball y el presidente del Col·legi de Periodistes de la demarcación de Lleida, Josep Lluís Cadena, hicieron público ayer el veredicto en relación a las obras galardonadas de la séptima edición del Premi Mila de Periodisme per a la Igualtat de Gènere a Lleida.

El certamen tiene como objetivo reconocer trabajos periodísticos publicados en diferentes medios de comunicación que se distinguen por fomentar las políticas de promoción de las mujeres en todos los ámbitos. La iniciativa forma parte de la implantación del segundo Pla Municipal de Polítiques d'Igualtat de Gènere a Lleida 2011-2014.



L.P.

## Maria Rosa Ball y Josep Lluís Cadena emitieron ayer el veredicto

Las bases del premio prevén la concesión de 1.500 euros para el trabajo distinguido en cada categoría. Esta dotación económica recibieron los leridanos Noemí Fortón y Miquel Guijalba por el reportaje *Competir en igualdad*, publicado en LA MAÑANA, dentro del ámbito de prensa escrita. En la modalidad audiovisual se concedieron dos distinciones: una para Teresa Macià y Josep

Carnicé por *Els joves i la influència de la cultura audiovisual sexista* y otra para Amaia Rodrigo por *La coeducació com a eina per a la igualtat*. En esta ocasión, el galardón de fotoperiodismo quedó desierto al no recibir ninguna candidatura y la categoría de medios digitales tampoco tuvo ganadores porque el jurado aseguró que las obras no reunían los criterios requeridos.



## IGUALTAT GUARDONS

# Premi Mila d'Igualtat per a Lleida Televisió

| LLEIDA | La periodista de Lleida TV Amaia Rodrigo es va endur un dels premis Mila de Periodisme per la Igualtat de Gènere que concedeix la Paeria. El jurat va reconèixer el seu treball *La coeducació com a eina per a la igualtat*, emès a la cadena del Grup SEGRE, en la categoria Audiovisual. També hi va ser

guardonat, *ex aequo*, un reportatge de TV3 sobre la influència de la cultura audiovisual sexista. Cada treball s'emportarà 1.500 euros. Les categories Digital i Fotoperiodisme van quedar desertes, per falta de qualitat i de treballs, respectivament. En premsa escrita, el guardó va ser per a *La Mañana*.





# Neus Bonet

DEGANA DEL COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

**Prestigi** “Ens hem de preguntar per què fem coses a les xarxes que no fariem en el paper” **Periodisme ciutadà** “Fer un clic amb una càmera no et converteix en fotògraf, ni penjar un vídeo a YouTube et converteix en periodista”

## “El dret a la informació és tan important com el dret a l’educació”

ÀLEX GUTIÉRREZ

La nova degana del Col·legi de Periodistes edita i presenta l’informatiu del migdia de Catalunya Ràdio. Ha estat també cap de programes i conductora del magazín matinal d’aquesta emissora.

**Assumeix el deganat en un moment de màxima incertesa sobre el sector. Quines seran les prioritats?** Jo no vinc de nou, fa quatre anys que sóc vicedegana. Així que voldria consolidar coses que hem fet aquest temps, com ara el centre de formació. Hem d’ajudar la gent més jove. M’ho prenc com un compromís personal: ho dec socialment. Vaig tenir l’oportunitat que fessin mestratge amb mi, així que m’agradaria, d’aquí quatre anys, donar les claus del Col·legi a la gent més jove.

**¿Tothom ha de poder exercir el periodisme?**

Si tens clar que és vocacional, que t’ha d’agradar molt, que és un ofici i que no et faràs ric, per què no?

**No defensa, per tant, la col·legiació obligatòria.**

No. Però una de les coses que volem és que es tornin a obrir les moratòries perquè els que no van tenir l’oportunitat de col·legiar-se com a llicenciats puguin fer-ho si ho volen. El Col·legi és una cosa voluntària: la gent que hi és té ganes de transmetre el seu coneixement i aportar idees.

**¿Les universitats generen massa llicenciats en periodisme?**

El Col·legi colla en aquest sentit: ¿totes les facultats han de tenir una llicenciatura o un postgrau de peri-

odisme? Reflexionem-hi. Jo crec que no. El mercat laboral no absorbeix actualment gairebé res.

**Pateix pel prestigi de la professió?** Traversa un moment baixet. Molts productes identificats com a periodístics no ho són en realitat: hi ha massa confusió. Dignificar la professió significa tornar a les bases. Per això estem revisant el codi deontològic. Ens hem de preguntar, per exemple, per què fem coses a les xarxes que no fariem en el paper.

**Què pensa de l’anomenat periodisme ciutadà?**

No existeix el periodisme ciutadà. Existeix el periodista-periodista, que ha invertit un temps de la seva vida a aprendre un ofici. Fer un clic amb una màquina no et converteix en fotògraf. Penjar un vídeo a YouTube no et converteix en periodista. No ens hem de deixar menjar el terreny. Nosaltres hem de contrastar la font, comprovar que sigui informació veraç, no saltar-nos les presumpcions d’innocència...

**El seu predecessor va voler mediar entre empreses i treballadors, ara que els ERO estan a l’ordre del dia. Jo recullo el testimoni de mediar en el que puguem. Però no em vull menjar els papers dels sindicats i dels comitès, que per això els han votat els treballadors.**

**¿Hi ha una separació excessiva entre empresa i treballadors, en uns moments de redefinició del sector?** Estem tots molt despistats, empreses i periodistes. Som ben bé a l’ull de l’huracà. Els pròxims quatre o cinc anys encara anirà més de pressa i encara no abastem a pair-ho.



“Molts productes identificats com a periodístics no ho són: hi ha massa confusió”

“Estem tots molt despistats, empreses i periodistes. Som ben bé a l’ull de l’huracà”



Bonet ha agafat el relleu de Josep Maria Martí al capdavant del Col·legi de Periodistes de Catalunya. PERE TORDERA

**Des de l’inici de la crisi s’han creat 350 mitjans al conjunt de l’Estat, impulsats pels mateixos periodistes. ¿Això és el futur o un mer pedaç en un sistema de mitjans trencat?** Detecto molta externalització: les empreses ja no volen plantilles. És el sistema americà; allò de “busca’t la vida i ven el teu producte”. Ho notem al centre de formació. El que més ens demanen últimament és com muntar una cooperativa, com liquidar l’IVA, com fer-se autònom, com crear empreses... Un dels projectes és crear un petit viver d’empreses, perquè constato que el que té ganes de fer periodisme s’acaba espanyolant.

**El periodista cobra bé?**

Va per barris, depèn molt. Hi ha nivells de contractació baixíssims. I explotació. Ens arriben ofertes a la

borsa de treball que no arriben al salari mínim interprofessional. Com més bé treballa un periodista, de més bona qualitat és la informació que es genera. Però si has de fer 30 peces en 10 minuts...

**Treballa a Catalunya Ràdio. Què sent quan li diuen que són uns privilegiats?**

Que no és veritat. És una guerra que han començat algunes empreses privades per rebaixar els sous al màxim en un moment de crisi. El dret a la informació és tan important com el dret a l’educació. O la sanitat. No ets gasiu amb un metge si t’ha d’obrir en canal. Ni pretens que et regalin el menjar al súper. Perquè pretenem que la informació sigui gratis? Jo pretenc que els periodistes estiguin tan ben pagats com els altres professionals. —



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS





## elradar

## La negociació sobre els salaris de la Corporació acaba sense acord

ÀLEX GUTIÉRREZ

Els treballadors de TV3 i Catalunya Ràdio hauran de votar la setmana que ve si validen l'última proposta que la direcció ha posat sobre la taula i que no ha aconseguit l'aprovació dels respectius comitès d'empresa. Dijous acabaven les dues setmanes que treballadors i empresa s'havien concedit per mirar d'acostar posicions sense l'espasa de Dàmocles que suposa tenir activat el mecanisme que permet a la Corporació abaixar unilateralment els salaris en un termini de dues setmanes. L'última reunió, però, va ser infructuosa. I maratoniana: 29 hores, des de dijous a les 10 del matí fins divendres a les 3 de la tarda.

La proposta que va quedar sobre la taula incloïa una variable innovadora: per primer cop es posa sobre el paper l'equiparació de sous entre Catalunya Ràdio i TV3. En concret, es proposa que els sous de l'emissora vagin pujant fins a igualar-se als de la televisió, el juliol del 2017. L'empresa també s'ha compromès a convertir la rebaixa de salaris en temporal i que, en aquesta data, les retribucions tornin a estar al mateix nivell que actualment. Els treballadors, però, rebutgen el pla. Segons explicava una font del comitè d'empresa de TV3 a l'ARA, "se segueix traspassant una línia vermella, que és tocar el sou base i l'antiguitat". La plantilla reclama que abans de tocar això es regulin tots els complementos que s'estan pagant fora de conveni, un aspecte que s'ha tingut en compte només parcialment.

A Catalunya Ràdio la situació és sensiblement diferent. El comitè d'empresa lamentava en un comunicat "que la CCMA no hagi pogut renunciar a la retallada de sou base i antiguitat, tenint en compte l'esforç econòmic que ja han fet les plantilles", però al mateix temps reconeixia que "aconseguir l'equiparació salarial és una reivindicació històrica de la ràdio".

Dimarts se sotmetrà a referèndum a Catalunya Ràdio i dimecres i dijous a TV3. No és previst que hi hagi vagues fins aleshores. En canvi, sí que són molt més probables un cop



**Brauli Duart** presideix la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. ARA

s'hagin fet les votacions si els treballadors rebutgen la proposta. L'empresa ja ha alertat que activarà el procés d'aplicar el nou article 41 de l'Estatut dels Treballadors (modificat durant l'última reforma laboral) per imposar aquest pla. L'objectiu és estalviar 7,5 milions en el pressupost de la Corporació per a aquest 2014. En anys successius, com que es començarà a notar l'impacte de l'ERO aprovat a l'estiu, podria començar la recuperació de les condicions retributives.

Dos interrogants planen sobre la situació actual. Primer: si la plantilla rebutja l'oferta, ¿l'empresa tirarà endavant aquesta proposta o tornarà a l'anterior, que suposava una rebaixa més gran sobre els sous? La direcció ha deixat la qüestió en l'aire. El segon interrogant és què passa si Catalunya Ràdio aprova la mesura però a TV3 els treballadors la tomben. "El pla està pensat per ser aplicat en el seu conjunt", explicava una font de la direcció a l'ARA. "S'hauria d'estudiar si es podria implantar en un mitjà sí i en l'altre no".



## 'Closer' haurà de pagar 12.000 euros a Valérie Trierweiler

La revista francesa *Closer*, que va descobrir l'afer d'Hollande amb Julie Gayet, ha estat condemnada per un tribunal de Nanterre a pagar 12.000 euros de multa a l'ex primera dama Valérie Trierweiler per haver publicat unes fotos d'ella en biquini en unes vacances a les illes Maurici. Aquestes fotos

són de quan Trierweiler ja no era parella d'Hollande. La sentència sobre les fotos de Trierweiler coincideix amb l'inici de l'audiència del cas que enfronta l'actriu Julie Gayet amb *Closer* per suposada "violació de la vida privada" en atribuir-li un idil·li amb el president francès.



# Direcció i plantilla de la CCMA es reuneixen durant 26 hores

► Els treballadors votaran si accepten recuperar els sous actuals el 2017 i equiparar els de la ràdio amb TV3

BARCELONA | DdG

■ Després de 26 hores negociant, la direcció de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i els comitès d'empresa de TV3 i de Catalunya Ràdio no van aconseguir ahir arribar a un acord satisfactori per a les dues parts, sobre les noves condicions salarials. La reunió, que va començar dijous a les 10 del matí i va finalitzar ahir al migdia, no va servir perquè les dues parts aconseguissin trobar el

consens necessari per aprovar la rebaixa de salaris. No obstant això, la direcció va realitzar una nova proposta als representants de la plantilla, que se sotmetrà a referèndum la setmana vinent.

En el cas de la tele, la proposta de la direcció inclou una retallada del salari del 4,33%, a més d'una rebaixa en la nòmina variable i també en l'antiguitat que tindrà un caràcter temporal, atès que si és acceptada, els salaris es recuperaran el juliol del 2017.

Pel que fa a la ràdio, la proposta de l'empresa es basa en una equiparació salarial amb els treballadors de la televisió pública, així com una reducció del sou base que va des del 1,5 % fins al 5,8

%, segons les categories. Tanmateix, el sou base en les categories més baixes s'incrementaria des d'aquest mateix mes un 5,68 %, mentre que a les més altes baixaria un 5,84 %. La proposta també inclou una retallada de l'antiguitat del 5 %, i del 12 % en la nòmina variable. La retallada salarial també seria exclusivament vigent, igual que en la televisió, fins al juliol de 2017.

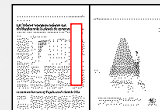
L'equiparació salarial dels treballadors de Catalunya Ràdio amb TV3 començaria l'1 de gener del 2015 i es completaria l'1 de juliol del 2017. El primer any seria d'un 20 %, el segon un 40 % i el 100 % de l'equiparació total s'aconseguiria l'1 de juliol del 2017.



E. BARNOLA

## La corrupció en el periodisme esportiu

El periodista que va fundar el diari Sport i va estar 27 anys a Esports de TV3, el barceloní Jaume Rius (a l'esquerra a la foto) va presentar dimecres al Vapor Badia el seu llibre «La corrupció en el periodisme esportiu».



## El consejo de Mediaset gana 5,9 millones en 2013, un 8% más

### Sube el sueldo de los directivos por la retribución variable

Á.S. MADRID.

El consejo de Mediaset se ha repartido 5,96 millones de euros en 2013, un 8 por ciento más que el año anterior. El salario anual de los consejeros de la cadena de Fuencarral ha subido en unos 452.000 euros por el efecto de la retribución variable, que ha aumentado en medio millón de euros por la consecución de tres objetivos: ingresos publicitarios, ebit consolidado y *cash flow*.

En este sentido, las ventas publicitarias de Mediaset han caído por debajo del mercado mientras el ebit (beneficio bruto des-

---

# 1,56

MILLONES DE EUROS

Es lo que se ha repartido el consejo en retribución variable por la cosecución de objetivos.

---

pués de amortizaciones y depreciaciones) ha mejorado un 43,8 por ciento, hasta los 70,2 millones de euros.

Las alzas se han concentrado en los tres jefes del grupo: Alejandro Echevarría, presidente, Paolo Vasile, consejero delegado, y Guisepe Tringali, consejero delegado de Publiespaña. El primer espada ha cobrado 1,024 millones en 2013 frente a los 943.000 euros de 2012. Vasile ha ganado 1,523 millones, un 13,7 por ciento más y Tringali se ha llevado 1,48 millones, unos 200.000 euros más. Así, entre los tres se han repartido 4,03 millones, un 13 por ciento más. El resto de los consejeros han visto como su sueldo caía ligeramente: de media han cobrado un 0,5 por ciento menos.



JUAN JOSÉ PLANS

# La voz de lo 'Sobrenatural'

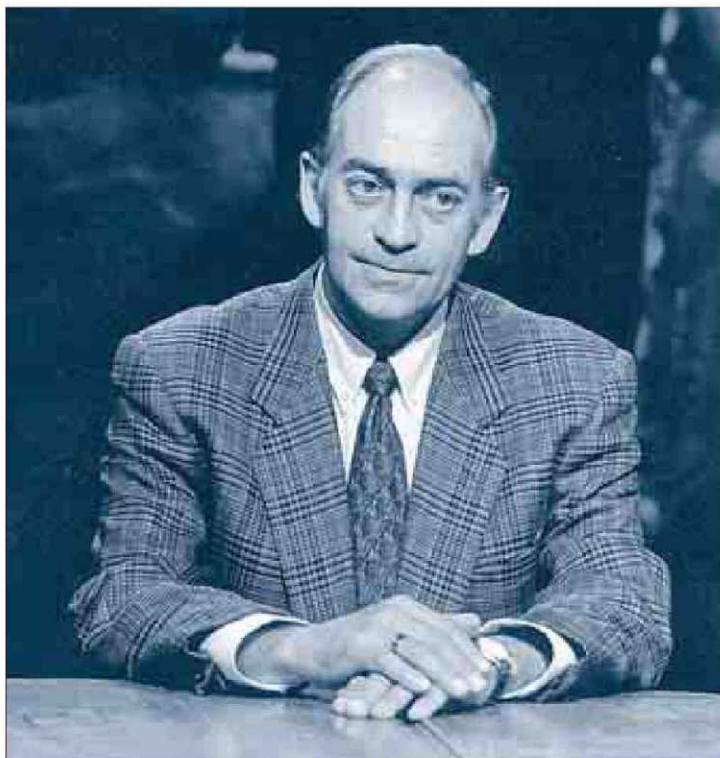
Presentó el famoso programa de RNE, donde obtuvo el Ondas por 'España y los españoles'

PATRICIA DEL GALLO

Buscaba «cosas» con las que expresarse, según sus propias palabras y por ello, lejos de huir de nada, se adentró en la escritura, el periodismo, el cine, el teatro e incluso el dibujo. Fue guionista, dibujante y locutor. Precisamente su voz y sus historias de terror y de ciencia ficción en radio nacional de España, entre 1994 y 2003 con los programas *Sobrenatural* e *Historias* le convirtieron en un personaje conocido, narrando cuentos fantásticos que cobraban vida en las ondas. Este trabajo le granjeó además premios como el Nacional de Radio y el Ondas en 1982 por *España y los españoles*. Tenía 70 años y desde febrero de 2013 era presidente de la Fundación Foro Jovellanos.

Es autor de más de 40 libros de distinto género, aunque lo suyo era ante todo el fantástico y de terror. Eso no le hizo huir del policíaco o incluso del ensayo como en *La literatura de ciencia ficción* y adaptó muchos de sus relatos a la radio y la televisión. Fue Premio Nacional de Relatos de Ciencia Ficción por *El Retorno* y obtuvo el Nacional de Teatro. Ha obtenido también el Premio de las Letras de Asturias en 2010. Su mejor premio, siempre dijo, sus lectores que le conocen también fuera de su país. Parte de su trabajo ha sido traducido al inglés, portugués, polaco, francés, ruso e inglés. Fue biógrafo de Alejandro Casona.

Era, además, un apasionado del cine, un género que descubrió, como él contó en varias entrevistas, viendo *Alí babá y los 40 ladrones*. Salió del cine con los ojos rojos porque no quería parpadear, para no perderse un instante. Una pasión que le duró siempre y que pudo demostrar el frente del Festival



CARLOS BARAJAS

Internacional de Cine de Gijón, donde estuvo seis años y al que trajo personajes como Jacqueline Bisset. De aquella época reconoció que su «mayor fracaso» fue no lograr que el festival se trasladara al invierno. Por aquella época se celebraba en verano porque comenzó dedicado a los más pequeños. «Entonces si tenía sentido», dijo en una ocasión. Pero cuando la temática empezó a abarcar otras edades «ya no pintaba nada en esa época y hubo veces en las que deberíamos haber pagado a la gente por ir, porque con el sol que hacía, el calor, y la playa...». La pasión por el cine, la compartía con su gran amigo José Luis Garcí.

Y algunos de sus textos fueron llevados a la gran pantalla como *El juego de los niños* que sirvió de base para la película de Narciso Ibáñez Serrador *¿Quién puede matar a un niño?*.

Como periodista colaboró en los diarios regionales de Asturias has-

ta que en 1965 se marchó a Madrid donde empezó en Radio Nacional. Fue redactor jefe de *La estafeta literaria* y director de la revista mensual *Lui*. Además, ejerció de consejero editorial de *El Basilisco* y de *Nickel Odeón*. Y durante cuatro años llegó a dirigir el centro territorial de TVE en Asturias.

Los tiempos han cambiado mucho, pero él mismo aseguraba que «aunque ahora recibimos la noticia de lo que ocurre» ésta antes, «también ocurría».

La ciudad que le vio nacer en 1943 lamenta ahora su pérdida. Estaba casado y era padre del pintor Edgardo Plans. Tenía además otros dos hijos.

Su frustración, dijo en una ocasión, fue la de no llegar a ser director de orquesta.

**Juan José Plans**, periodista, escritor y guionista, nació en Gijón en 1943 y murió en la misma ciudad el 24 de febrero de 2014.





Rupert Murdoch con su supuesta nueva novia, Juliet de Baubigny. / CORDON

JULIET DE BAUBIGNY

# LA PENÚLTIMA NOVIA DE RUPERT MURDOCH

El magnate australiano se dejó ver en los Oscar con una bella ejecutiva de Silicon Valley separada de 44 años

EDUARDO SUÁREZ / Nueva York

Se podría decir que no hay ningún soltero tan cotizado en el mundo como Rupert Murdoch, que anunció el divorcio de su tercera esposa Wendi Deng en junio del año pasado y desde entonces ha suscitado un sinfín de rumores sobre su futuro sentimental.

Al magnate se le relacionó en noviembre con una masajista y unos días después con una australiana con la que se dejó ver en Navidad. El entorno de Murdoch desmintió entonces que hubiera iniciado una relación con cualquiera de ellas. Pero no se ha pronunciado sobre su primera aparición pública con una mujer desde que anunciara su separación.

Sucedió unas horas después del final de la ceremonia de los Oscar a la entrada de la fiesta

nate, que tiene seis hijos de sus tres primeros matrimonios y se divorció de su tercera esposa al sospechar que se había acostado con el premier británico Tony Blair.

De Baubigny tiene 44 años y es socia de la consultora KPCB donde ejerce como asesora para empresas emergentes y firmas tecnológicas del área metropolitana de San Francisco. En su cuenta de Twitter se define como filántropa y subraya a menudo su trabajo para RED: una organización sin ánimo de lucro que colabora en la lucha contra el sida.

Entre los seguidores de Juliet de Baubigny en Twitter se encuentra el magnate. Pero también su amiga Sheryl Sandberg, que ha ganado prestigio como artífice del milagro económico de Facebook y que se ha convertido en el máximo ex-

sas de Silicon Valley según un artículo publicado en *Vanity Fair*.

De Baubigny tiene dos hijos y se divorció en 2012. La prensa local desconoce su lugar de nacimiento. Pero su currículum indica que se licenció en la Universidad de Northumbria y se graduó luego en la Newcastle Business School. Su carrera arrancó en Procter & Gamble y en 2001 se incorporó a la firma californiana KPCB.

GWYNETH PALTROW

En septiembre de 2010, De Baubigny desveló su rutina cotidiana en la web GOOP, cuya editora es la actriz estadounidense Gwyneth Paltrow y cuyas páginas recogen contenidos femeninos. Juliet contaba entonces que se despertaba a las cinco y media de la mañana para consultar su correo electrónico y hacer ejercicio.

Decía también que iba a la peluquería una vez a la semana y que hacía lo posible por sentarse a desayunar con sus hijos durante 15 minutos antes de ir a trabajar.

También veía *Mad Men* los domingos por la noche con su esposo y aconsejaba a las mujeres que organizaran su tiempo con una lista de tareas pendientes. Desvelaba que odiaba ir de compras y que se reunía un par de veces al año con una modista que revisaba su armario y retocaba sus vestidos para que le quedaran bien.

El entorno de Murdoch no ha desvelado por ahora si mantiene una relación estable con la ejecutiva de Silicon Valley. Pero sí ha confirmado que el magnate australiano ha adquirido una vivienda de cuatro pisos en una torre de cristal del barrio del Flatiron de Nueva York. Esta vez ha desembolsado unos 57 millones de dólares. La cifra supone un tercio más de lo que el magnate pagó por el triplex de la Quinta Avenida donde ahora vive su tercera esposa con sus hijas y convierte a su nueva residencia en la vivienda más cara de Manhattan al sur de Central Park.

El domicilio de Murdoch se extiende por unos 929 metros cuadrados distribuidos en cuatro pisos unidos por una gran escalera de caracol.

Los responsables de la inmobiliaria que lo gestionaba decían esta semana que Murdoch podría disfrutar de las mejores vistas del mundo de World Trade Center, que se inaugurará en los próximos meses y que ya es el rascacielos más alto de Nueva York.



ONEMADISONPENTHOUSE.COM

## OTRO TRÍPLEX DE LUJO

**NIDO DE AMOR.** En venganza, quizás, porque Wendi Deng se quedó con el fastuoso triplex de la Quinta Avenida tras el divorcio, Murdoch acaba de adquirir otro mucho más caro, por el que ha desembolsado 57 millones. ¿Es su nuevo nido de amor?

anual que organiza la revista *Vanity Fair*. Murdoch posó entonces sonriente junto a una mujer delgada y rubia enfundada en un vestido de color turquesa *palabra de honor*.

## 'AFFAIRE' TONY BLAIR

La prensa californiana enseguida desveló que la acompañante se llamaba Juliet de Baubigny y ejercía como ejecutiva en una firma millonaria de Silicon Valley. Unos detalles que enseguida dispararon los rumores sobre una posible relación con el mag-

ponente del nuevo feminismo con su libro *Lean In*. Tanto Sandberg como De Baubigny son un síntoma de una cierta feminización de Silicon Valley. Un lugar donde durante décadas mandaron los varones jóvenes y donde empiezan a abrirse camino ejecutivas como Marisa Mayer, consejera delegada de Yahoo.

A Juliet de Baubigny le gustan los vestidos asimétricos y compra en webs como Net-a-Porter. Sus firmas favoritas son Chanel, Derek Lam y Alexander McQueen y es una de las 10 mujeres más estilo-



# El regulador de México asesta un golpe histórico al grupo Televisa

- ▶ Deberá compartir red y dejará de tener la exclusiva en eventos deportivos
- ▶ El órgano también pone condiciones a América Móvil en telecomunicaciones

INÉS SNTAEULALIA  
México

El grupo de medios de comunicación más importante de habla hispana, Televisa, ha recibido un duro golpe en su país de origen. La autoridad reguladora mexicana declaró ayer a la empresa como agente económico preponderante o dominante del sector televisivo, por lo que le obliga a asumir varias medidas para reducir su poder a favor de la competencia. Televisa controla en la actualidad un 70% de su mercado. El organismo regulador también ha notificado al mayor grupo de telefonía celular de América Latina, América Móvil, propiedad del magnate Carlos Slim, su situación de preponderancia en su mercado, pero aún se desconocen las condiciones impuestas a este grupo.

La decisión se conoció el mismo día que el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifotel) publicó en el Diario Oficial de la Federación la licitación de dos nuevas cadenas de televisión nacionales en abierto. Se trata de una vieja reivindicación de la industria que podría dar un vuelco al panorama televisivo del país, hasta ahora en manos de Televisa y TV Azteca (que controla el 30% restante).

Las medidas que tendrá que asumir Televisa, y de las que la propia empresa informó en un comunicado a la Bolsa mexicana, incluyen la prohibición de ofrecer en exclusiva programas que generan "altos niveles de audiencia" como torneos de fútbol nacionales, finales de los mundiales o los Juegos Olímpicos. La empresa también deberá compartir su infraestructura con otros competidores a través de una tarifa pública y nego-



Redacción de una de las cadenas de televisión del grupo Televisa. / SUSANA GONZÁLEZ (BLOOMBERG)

## La licitación de dos nuevas cadenas nacionales de TV abre el mercado

## La empresa de Slim también pasa a ser considerada operador dominante

ciada, que en caso de no alcanzar un acuerdo será fijada por el organismo regulador.

El Instituto exige a Televisa que ofrezca toda la información que se le requiera, inclui-

da sobre tarifas publicitarias. Además, las televisiones de pago de la competencia tendrán derecho a retransmitir las señales de la televisión abierta del grupo por sus propias plataformas.

"Todas estas resoluciones afectan al Grupo Televisa en muchas áreas relacionadas con sus negocios de radiodifusión y televisión de pago, por lo que evaluaremos el alcance e impacto en cada caso, en sus resultados de operación, actividades y negocios", dice la compañía en el comunicado. "Vamos a analizar con detenimiento cualquier acción o medida (legal, de negocios o de otra naturaleza que el grupo deba tomar", añade.

El organismo regulador también investigaba desde diciembre a la empresa América Móvil, propiedad del magnate Carlos Slim, pero hasta el momento se desconoce la resolución sobre el mayor grupo de telefonía móvil de América Latina, que en un comunicado solo ha informado de la resolución del Ifotel sin entrar en detalles. Por agente preponderante se entiende a aquellas empresas que controlan más del 50% de su sector o que por su peso en el mercado imponen sus propias reglas de negocio al resto de competidores. América Móvil, a través de su empresa de telefonía fija y de Internet Telmex tiene una cuota del 84% de su mercado y con la empresa

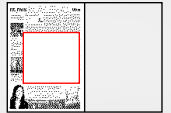
de telefonía celular Telcel controla el 70% del de móvil con más de 70 millones de clientes.

Ambas empresas son propiedad de dos mexicanos con un hueco en la lista Forbes de los hombres más ricos del planeta. Carlos Slim, dueño de América Móvil, ocupa el segundo puesto con una fortuna de 72.000 millones de dólares. Emilio Azcárraga, propietario de Grupo Televisa, es el número 663 gracias a sus 2.600 millones de dólares.

La acción del Instituto regulador contra los dos grupos es la primera acción efectiva de la reforma de las Telecomunicaciones que impulsó el año pasado el presidente mexicano, Enrique Peña Nieto, al que sus críticos bautizaron durante la campaña electoral como "el candidato de Televisa" por el supuesto apoyo brindado por el grupo televisivo. La ley, que incluyó una reforma constitucional, fue aprobada en junio de 2013 y contó con el apoyo de los principa-

les partidos de la oposición, PAN (derechas) y PRD (izquierdas). Sin embargo, el desarrollo de la histórica reforma que podría cambiar el panorama de las comunicaciones ha ido más lento de lo esperado. Las necesarias leyes secundarias, de las que depende el alcance real de la reforma, siguen atascadas pese a que se tenían que haber aprobado antes del 9 de diciembre.

El primer golpe de mano ha llegado de parte del Ifotel, el órgano oficial autónomo que se creó al hilo de la reforma en 2013 con el objetivo de dar y revocar concesiones, así como de sancionar prácticas monopolísticas. Televisa ha sido su primer objetivo.



CAFÉ CON... JINETH BEDOYA  
Periodista

# “No me quedé en Colombia para estar callada”

MARIANGELA PAONE

Volver a Madrid es para Jineth Bedoya vivir una especie de *flash-back*. Fue aquí donde, en 2009, contó por primera vez ante el mundo la violencia brutal de la que había sido víctima nueve años antes. Era mayo de 2000 y ella era una joven reportera que investigaba sobre una red de tráfico de armas que involucraba a funcionarios y miembros del grupo militar Autodefensas Unidas de Colombia. Fue secuestrada, torturada y violada durante horas hasta que la soltaron, rota, en medio de la calle. “Hace cinco años era una mujer lista para contar su situación, y hoy tengo esta misma sensación pero es gratificante, en medio del dolor, mirar hacia atrás y darte cuenta de que valió la pena hablar. Vuelve a haber lágrimas, pero son lágrimas empoderadas”, comenta Bedoya, mientras sus grandes y oscuros ojos en su cara delgada se humedecen.

Desde que decidió contar lo que había sufrido su vida ha dado un giro de 180 grados. Ahora,

## Café Comercial. Madrid

- ▶ Zumo de naranja: 3,30.
- ▶ Capuchino: 3,25.

**Total (con IVA): 6,55 euros.**

además de ser una periodista comprometida con el relato de una guerra que lastima su país desde hace 50 años, es, dice, una activista. Lucha para que no queden ocultos los crímenes contra las mujeres, los más olvidados del conflicto armado colombiano. “Con los estudios que hemos hecho tenemos una cifra aproximada no oficial de medio millón de mujeres violadas en las últimas décadas por el conflicto, pero puede que el total llegue a los dos millones”, dice. “Y si algo se va a sacrificar en el proceso de paz que se está llevando a cabo en La Habana es la violencia contra las mujeres. Ni siquiera estamos incluidas en el punto cinco de la negociación, que es el que concierne a las víctimas”.

La campaña de conciencia-



Jineth Bedoya. /SAMUEL SÁNCHEZ

ción que ella ha lanzado, apoyada por Oxfam Intermón, la organización de mano de la cual hace cinco años decidió contar sus vivencias, se llama *No es hora de callar*. Ella ha decidido no hacerlo nunca más, aunque duela a diario. “Durante nueve años era la única que cargaba con mi dolor y me escudaba mucho en mi trabajo, pero fue mucho más duro hablar porque te conviertes en un referente público. Y muchas veces uno no se falla a sí mismo por no fallarles a los demás. Cuando yo empecé a hablar, muchas mujeres lo hicieron. Te

haces cargo de otros dolores y es mucho más complicado”.

En 2011, tras contar su caso en Colombia en un programa de televisión de máxima audiencia, la investigación judicial, que volvió a estancarse poco después, se reactivó y uno de sus tres raptos fue identificado. “Había gente que me decía que era valiente. Pero en octubre de ese año volví a caer en una gran depresión. Sentía que no era capaz de seguir. En menos de un mes me acabé físicamente, pesaba 41 kilos. Un día estaba en mi cama y decía: ‘Dios mío, me quiero ir porque no soy capaz y necesito que me des una respuesta’. Y en ese momento mi

madre entró, se arrodilló delante de mí y me dijo: ‘Jineth, si usted no quiere vivir para usted, viva por mí, que yo aún la necesito’. Y pensé que me tenía que levantar. Y no solo por mi mamá, sino por las mujeres que habían confiado en mí”, cuenta. Un año después recibiría de manos de Hillary Clinton y Michelle Obama el Premio Internacional a las Mujeres Coraje. Se ha prometido a sí misma dedicar a esto el resto de su vida, una vida que desde hace 14 años está bajo escolta. “Pero hay que hacerlo. No me quedé en Colombia para estar callada”.



## Sin acuerdo en TV3 y Catalunya Ràdio tras 26 horas de reunión

Los trabajadores votarán si aceptan la última propuesta de la CCMA

M. R., Barcelona

Tras meses de negociaciones infructuosas, los trabajadores de TV-3 y Catalunya Ràdio y la dirección de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA) han echado el resto para llegar a un pacto sobre el nuevo convenio colectivo antes de que expirara el plazo de quince días que ellos mismos se habían fijado. Se sentaron en la mesa de reuniones en la mañana del jueves, y las conversaciones se sucedieron ininterrumpidamente hasta 26 horas más tarde. Ayer al mediodía, el resultado seguía siendo el mismo que los últimos meses: sin acuerdo para reducir la masa salarial en los medios públicos catalanes

Los comités de empresa de TV-3 y Catalunya Ràdio rechazaron la última propuesta de la empresa, pero la someterán a referéndum de los trabajadores. El

convenio colectivo vigente hasta ahora venció el mes pasado, y lo único que habían logrado acordar empresa y trabajadores era un plazo de quince días para seguir negociando sin la espada de Damocles que supone el Estatuto de los Trabajadores, que da vía libre a la CCMA para imponer el convenio del sector, cuyas condiciones son mucho peores.

Los empleados votarán la semana que viene (el martes los de la radio; miércoles o jueves los de la televisión) si aceptan las últimas propuestas de la empresa. Si los trabajadores avalan la proposición rechazada por sus representantes, se abrirá un período de otros quince días para cerrar los últimos flecos del convenio. Si los trabajadores votan en contra, la corporación tendrá manos libres para aplicar los recortes.

En la reunión que acabó ayer, la CCMA propuso una rebaja del



La última concentración de los trabajadores, el jueves, frente a la sede de la CCMA. / CARLES RIBAS

salario base de un 4,33% de media para los trabajadores de la televisión, y de hasta el 5,84 para la categoría más alta de Catalunya Ràdio. Los trabajadores peor pagados de la radio incluso podrían ver mejoradas las condiciones, ya que lograrían una de sus reivindicaciones históricas: equiparar sus

suelos a los de la televisión. La antigüedad se vería recortada para todos el 5%, además de la pérdida de algunos complementos. La empresa, a cambio, se compromete a una reducción del sueldo de los directivos, que todavía está por concretar.

La CCMA apunta que ya ha he-

cho un gran esfuerzo, desde la propuesta inicial de reducir el 30% los sueldos. Los trabajadores están hartos de ver recortada su nómina desde 2010, y consideran que la empresa no ha valorado suficiente las propuestas alternativas. El conflicto sigue enconado, pero el fin se atisba cercano.

**CONSELL DE MINISTRES****El Govern demanarà a les televisions que avancin l'horari estel·lar**|| MANUEL VILASERÓ  
MADRID

«Demanarem als mitjans de comunicació, especialment a les televisions, que facin un esforç amb nosaltres, a veure si podem acabar una mica abans les emissions estel·lars, com les sèries, perquè les famílies se'n puguin anar a dormir una mica abans». Aquesta és potser l'única iniciativa innovadora de les que va anunciar ahir la ministra de Sanitat, Serveis Socials i Igualtat, Ana Mato, dintre del Pla d'Igualtat d'Oportunitats aprovat pel Consell de Ministres.

Espanya és el país d'Europa on les programacions televisives col·loquen més tard el *prime time* i el pla considera que l'avançament redundaria en la racionalització d'horaris i, per tant, en la conciliació familiar, un dels tres eixos del document aprovat ahir. El

---

**El Pla d'Igualtat  
no inclou estímuls  
a l'ocupació femenina**


---

text també preveu la creació per als funcionaris d'una borsa d'hores recuperables perquè puguin assistir a reunions a l'escola dels fills i facilitats per al trasllat de víctimes de la violència masculista en llocs de treball de l'Administració.

Al final no s'ha incorporat cap estímul fiscal a la contractació de dones com pretenia el ministeri per la negativa d'Hisenda. L'atur afecta en 13 punts més les dones que no pas els homes, com va reconèixer la ministra Mato. El pla està dotat amb 3.127 milions d'euros, una quantitat de diners que el PSOE ha demanat a la ministra que detalli en una compareixença. ≡



## NEGOCIACIÓ LABORAL

# Més referèndums a Catalunya Ràdio i TV-3

Després d'una reunió de 26 hores, que es va iniciar dijous passat al migdia, la direcció de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i els comitès d'empresa de TVC i Catalunya Ràdio no han tancat cap acord sobre el nou marc laboral. L'última proposta de la direcció -que inclou una rebaixa del sou base del 4,33% a TV-3- serà sotmesa a referèndum dimarts que ve (a Catalunya Ràdio) i dimecres i dijous (a la tele). ≡



**EL PROGRAMA  
SUSCITA UN ACTIVISME  
INUSUAL A LES XARXES**

Josep Gifreu



Periodista i professor de comunicació a la UPF

# 23-F: història i farsa

La virtut d'*Operación Palace* (OP), el fals documental ideat per Jordi Évole per recordar el 23-F d'ara fa 33 anys, rau a situar en el centre del debat públic la naturalesa del discurs audiovisual. Cap dels cinc milions de teleespectadors del programa va restar indiferent davant la farsa televisiva. El programa va suscitar un activisme inusual a les xarxes socials i de signe extremadament oposat: des dels que el consideraven un programa genial als que el qualificaven de paròdia intolerable.

**L'EMISSIÓ D'OP TAMBÉ** ha motivat debat conceptual en l'estela d'Orson Wells i dels *fakes* (falsificacions) memorables de la comunicació de masses o de les pràctiques de la comunicació com a guerrilla. La gràcia d'un fals documental rau a saber amagar la falsedat de la informació mentre es lliuren a l'espectador les claus de la falsificació. I l'obra d'Évole compleix bé aquesta doble virtut: un director escènic posa guió i imatges a la trama d'un fals cop d'estat ideat pel govern i executat pels militars per salvar la democràcia espanyola. La farsa del gran guinyol és tan perfecta com inversemblant. Fa riure. Fa somriure. I fa mal.

**EL DEBAT SOCIAL HA ARROSSEGAT** també un cert pronunciament dels intel·lectuals. L'OP no ha deixat tampoc indiferents els comentaristes del discurs públic i de la història. Periodistes, columnistes i bloguers s'han fet ressò aquests dies de la divisió d'opinions sobre com parlar del 23-F. En general, els periodistes han aclamat la idea. Els escriptors i historiadors, no tant. Per exemple, la novel·lista Carme Riera (*La faula del 23-F*) considerava l'obra una ficció magistral per l'intent de buscar "la veritat de les mentides". Tanmateix mantenia reserves sobre la pertinència d'usar el gènere del fals docu-



CATALINA ACELAS

mental, així com sobre la participació de polítics reals en la farsa.

**UNA ESMENA A LA TOTALITAT** de l'OP, la plantejava l'historiador Agustí Colomines (*Évole i el 23-F*). A la pregunta de què havia aportat el programa al coneixement dels fets, contestava: "No res", no va fer avançar "ni un pas més sobre el que ja se sabia". Al seu criteri, el periodista va optar per "la ficció espectacular i escandalosa i no pas per sotraguejar de veritat els fonaments del poder actual".

**CASUALMENT, L'ENDEMÀ** de l'emissió de l'OP, Mediapro, l'expropietària de La Sexta on es va programar la paròdia d'Évole, va recuperar i projectar el documental *El 23-F des de dins*. Aquest documental, coproduït amb TV3, dirigit per Joan Úbeda i emès el 18 de febrer de 2001, és encara el document(al) de referència sobre aquells fets. Però, vist ara a tretze anys de distància i l'endemà de l'*Operación Palace*, l'observador no pot deixar-se de plantejar un interrogant: què se sap avui de la veritat històrica del 23-F?

**I UNA QÜESTIÓ NO MENYS** interessant: què pot fer i dir avui un documental realista sobre el 23-F? En realitat el documental del 2001 no fa més que registrar la gran farsa que llavors continuaven representant els militars colpistes, orgullosos d'haver sofert condemna per haver estat "lleials al rei". I a la democràcia? I a la sagrada Constitució? Silenci.

**EN SUMA, EN LA PANTALLA** història i farsa han de conviure. La teoria dels gèneres narratius ens permet de valorar tant la necessitat del bon documental històric com l'interès d'un fals documental de qualitat quan l'opacitat, la impunitat o la falsificació interessada de la història impedeixen la veracitat exigible al bon periodisme.

**L'endemà de l'Operación Palace, l'observador no pot deixar-se de plantejar un interrogant: què se sap avui de la veritat històrica del 23-F?**



## Periodistas contra políticos, el partido de fútbol que vuelve

No sólo de pádel viven los políticos de Lleida, tal y como hemos vistos estos días en esta misma sección.

Los ediles Txema Alonso (PSC) y Paco Cerdà (CiU)

están trabajando para recuperar el tradicional partido de fútbol entre periodistas y políticos que el año pasado no se jugó al coincidir con la operación de corazón de Àngel Ros.

**TOP  
SECRET**





# La plantilla de la CCMA votarà l'última proposta de la direcció

► La direcció i els comitès de TV3 i de Catalunya Ràdio no van aconseguir arribar a cap acord satisfactori

DdG | BARCELONA

■ Després de 26 hores negociant, la direcció de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) i els comitès d'empresa de TV3 i de Catalunya Ràdio no van aconseguir arribar a cap acord satisfactori per a les dues parts, sobre les noves condicions salarials. La reunió, que va començar dijous a les 10 del matí i va finalitzar ahir al migdia, no va servir perquè les dues parts aconseguissin trobar el

consens necessari per aprovar la rebaixa de salaris. No obstant això, la direcció va fer una nova proposta als representants de la plantilla, que se sotmetrà a referèndum la setmana vinent.

En el cas de la tele, la proposta de la direcció inclou una retallada del salari del 4,33%, a més d'una rebaixa en la nòmina variable i també en l'antiguitat que tindrà un caràcter temporal, atès que si és acceptada els salaris es recuperaran el juliol del 2017.

Pel que fa a la ràdio, la proposta de l'empresa es basa en una equiparació salarial amb els treballadors de la televisió pública, així com una reducció del sou base que va des de l'1,5% fins al

5,8%, segons les categories. Tanmateix, el sou base en les categories més baixes s'incrementaria des d'aquest mateix mes el 5,68%, mentre que a les més altes baixaria el 5,84%. La proposta també inclou una retallada de l'antiguitat del 5%, i del 12% en la nòmina variable. La retallada salarial també seria exclusivament vigent, com en la televisió, fins al juliol de l'any 2017.

L'equiparació salarial dels treballadors de Catalunya Ràdio amb els de TV3 començaria l'1 de gener del 2015 i es completaria l'1 de juliol del 2017. El primer any seria del 20%, el segon del 40% i el 100% de l'equiparació total s'aconseguiria l'1 de juliol del 2017.

**PLÀCID GARCIA-PLANAS**  
Barcelona

El jove Eugeni d'Ors va cantar el 1906 les virtuts del corresponsal de guerra: va dedicar *Glosari* a Ludovic Naudeau, el reporter que *Le Journal* va enviar a la guerra russojaponesa.

"Crec que el nom amb què la societat moderna ha de designar al que sent les palpitations del temps no és el de filòsof, ni el d'historiador, ni el de científic, ni el de poeta. És el de periodista", escrivia pensant en el reporter de guerra.

Russos i japonesos van començar a canonejar-se i algú havia d'explicar aquesta palpitació. Naudeau va arribar fins aquell lloc: la seva presència no va agradar gaire i els japonesos el van empresonar.

Uns anys més tard va esclatar la revolució russa. Algú havia d'entrevistar Lenin, i Naudeau va arribar fins a ell: les seves preguntes tampoc no van agradar gaire i va ser un cop més empresonat.

Algú ha d'explicar la guerra, i el primer que ho va fer –tal com ho entenem avui– va ser William Howard Russell.

En les seves cròniques des de la guerra de Crimea, escrites entre el 1854 i el 1855, el reporter de *The Times* va denunciar el patiment dels soldats britànics, colpejats pel còlera, la malària i la desídia dels oficials.

**Segons abans.**

Foto feta 30 segons abans que un projectil matés els fotògrafs Tim Hetherington i

Chris Hondros (entre les figures del fons) a Misrata, Líbia, el 20 d'abril del 2011

El 25 d'octubre del 1854 Russell va ser testimoni de la desastrosa càrrega de la brigada lleugera davant la plaça russa de Balaklava.

"A les 11.00 hores, la nostra brigada de cavalleria lleugera es va precipitar cap al front", comença la crònica. "A les 11.35 h no quedava cap soldat britànic, excepte els morts i els moribunds, davant els sagnants canons moscovites", conclouia.

Era la primera vegada que un diari britànic explicava tan nítidament una derrota britànica. Les seves cròniques van enutjar la reina Victòria. El príncep Albert va arribar a suggerir a l'exèrcit que linxés el corresponsal i la cúpula militar va prohibir als soldats que parlessin amb ell i li donessin menjar.

"Aquestes són veritats difícils, però el poble anglès ha de sentir-les –va escriure Russell–. Ha de saber que el captaire que es balanceja sota la pluja als carrers de Londres té la vida d'un príncep en comparació amb la que tenen els soldats que lluiten pel país".

El reporter va saber escoltar les palpitations del temps: quan va tornar, els britànics el van rebre entusiasmats.

Amb el primer corresponsal de guerra modern naixia la censura, que arribaria a la seva apoteosi en la Primera Guerra Mundial: tan segellat estava el front que en tota la conflagració –quatre anys, vint milions de morts– només van morir dos periodistes.

Incrustat en l'exèrcit francès, Gaziél va relatar la Gran Guerra per a *La Vanguardia*. Les seves cròniques podien tardar diverses setmanes a arribar a la redacció.

# Algú ha d'explicar-ho (i fotografiar-ho)

guerreres: cascos, motxilles, capots, gorres, restes "impregnades d'humitat, destenyides i trenca-des com fregalls heroics". Eren tombes col·lectives en les quals s'havien enterrat, barrejats, soldats francesos i alemanys. "El més commovedor d'aquest desagradable lloc –escrivia Gaziél– és que aquí hi ha amuntegats a les tombes, home contra home, confonent-se en la mateixa podridura, els que es van matar mútuament perquè van creure que res no podria unir-los mai. I aquí són tots sota de terra, sense gorres, ni cascos, ni armes, ni capots, ni rastre de les mil nimietats que afegi-



GUILLERMO CERVERA

**GUERRA DE CRIMEA, 1854**  
Les cròniques de Russell van enutjar la reina Victòria, i Albert va suggerir linxar-lo

**GUERRA DE MELILLA, 1893**  
El telègraf estatal també cobrava a 'La Vanguardia' les paraules censurades

Deixaven per això de reflectir les palpitations del temps?

La velocitat de la crònica és important, esclar. El 1815, dos mil soldats dels Estats Units i britànics van morir en la batalla de Nova Orleans perquè no sabien que dues setmanes abans, a Brussel·les, s'havia firmat el tractat de pau. I el 2003, en la invasió de l'Iraq, una mare de Nova Orleans podia veure a temps real com el seu fill avançava en un cuirassat per les riberes de l'Eufrates: podia, fins i tot, veure'l morir en directe. Però hi ha alguna cosa en les cròniques de Gaziél que trenquen el temps.

Un dia, al front, el corresponsal es va trobar amb uns monticles de terra coberts de despulles

**COMENÇA EL 'XOU'**  
"Estava fascinat per la grandiositat de l'espectacle", escrivia Boada el 1893

**FRONT DEL MARNE, 1916**  
Gaziél descrivia els cadàvers de soldats alemanys i francesos, que es podrien junts

en la seva comuna personalitat d'homes enganyosos emblemes dels fantasmes canviants que governen el món".

El temps de les cròniques té sempre un punt de misteri, d'acordió: dos dècades abans, el 1893, els cables del primer corresponsal de guerra que va tenir *La Vanguardia* arribaven a la redacció el mateix dia. En aquestes cròniques, enviades per Josep Boada des de Melilla, ja hi havia censura i el diari es va queixar que la tisora era diferent si la crònica era per a Madrid o per a Barcelona.

"Com a necessitat més important –escrivia *La Vanguardia*– no hem d'oposar res a l'establiment de la censura, encara de tant en



tant es presta a l'abús; però sempre que l'Estat no cobri, com cobra ara, paraules que no transmet, i sempre que la censura s'estableixi per a tothom igual, perquè és curiós que les dues notícies que la censura a Melilla va suprimir al nostre corresponçal les va deixar córrer quan les van expedir els corresponçals de Madrid".

La informació viatjava abans a remolc de la realitat i la realitat viatja avui a remolc de la informació. En la Segona Guerra Mundial, la BBC va retransmetre en directe al món per ràdio els bombardejos del Luftwaffe des de les

# R

EL REPORTATGE

*El concepte modern de corresponçal de guerra va néixer a Crimea el 1854, amb Russell i la càrrega de la brigada lleugera*

teulades de Londres. El maig del 1968 els estudiants ja canviaven els carrers de la revolta en funció del desplegament policial que sentien als transistors. I el globus de la informació bèl·lica global va esclatar el gener del 1991, amb la CNN mostrant al moment el bombardeig de Bagdad a un món allucinat. Va ser a la ciutat de les mil i una nits. Quedava inaugurada la guerra videoclip.

La fascinació bèl·lica ha estat sempre aquí, preparada per ser injectada a les venes. Julio Fuentes -caigut a l'Afganistan- parlava de "les nits màgiques de Sarajevo". És una pulsio molt

satge explícit de la imatge contra el missatge implícit de la paraula.

El reporterisme de guerra tenia abans més part d'ofici: qui ho explicava millor. Avui, en la societat de la gratificació instantània, té més part de cursa: qui ho explica abans.

La rapidesa s'afegeix a altres inconvenients. Perquè les palpitations que el reporter ha de captar no solen ser agradables. "La vida de l'home és solitària, pobra, vil, brutal i breu -va escriure Thomas Hobbes-. I ens trobem aquí com en una planícia de foscor (...)" en la qual exercits ignorants xoquen a la nit".

Però algú ha d'explicar-ho, encara que no serveixi per a res.

Per a un reporter de guerra, la recerca de les paraules està incrustada en el dolor mateix del viatge, i Carles Sentís estava el maig del 1945 adolorit davant un foli en blanc: "Dant no va veure res i per això va poder escriure les seves patètiques pàgines de l'infern. Jo sí que he vist Dachau i potsar per això no ho sàpiga escriure". No era fàcil, però calia trobar les paraules, perquè per a

**Innocent.** Dania Kilsí, d'11 anys, rebent tractament mèdic per ferides de la metralla d'una bomba a Alep, Síria. Aquesta imatge ha estat premiada per l'Unicef com la millor fotografia del 2013



NICLAS HAMMARSTROM / AGENTUR KONTI-EFE

## "Arribar fins a aquell lloc"

"A Síria, des del mateix començament, tot va ser molt diferent de qualsevol guerra viscuda abans.

Quan em despertava i m'aixecava del llit, no sabia mai què m'oferia la jornada. M'estava moltes hores assegut a l'habitació esperant que algú vingués a recollir-me per cobrir algun tiroteig o bombardeig a les poblacions dels voltants durant les últimes hores. Per matar l'estona, llegia o, quan hi havia electricitat, mirava per la televisió algun canal regentats pels rebels sirians que emetien des de l'estranger, vomitaven dia i nit llistes de morts i difonien reportatges com la catàstrofe que va suposar per a la Segona República espanyola la no intervenció de les potències estrangeres durant la dècada del 1930, un fet històric amb què la revolució siriana podia establir dolorosos paral·lelismes.

"(...) No em va fer falta fer exhaustives investigacions per obtenir la informació necessària amb què poder elaborar els primers reportatges. Cada conver-

sa ocasional amb un interlocutor sirí, cada dinar o sopar informal amb alguna família de la localitat que m'acollia, era susceptible de convertir-se en un reportatge humà colpidor sobre els excessos de les forces de seguretat sirianes comesos durant l'any precedent. Ja fossin joves simpatitzants revolucionaris amb mandíbules trencaes que havien passat temps a la presó després de ser detinguts en un renúnci i que, en captivitat, havien estat colpejats a consciència, ja fossin camperols que un bon dia van recuperar en alguna morgue hospitalària el cos d'un ésser estimat amb evidents signes d'haver estat torturat, els estralls causats per la repressió sorgien a tota hora i a tot arreu, llestos per ser recollits per la ploma o la càmera de qualsevol periodista que tingués els sants nassos d'arribar fins a aquell lloc".

Marc Marginedas  
Periodisme al camp de batalla (RBA, 2012)



CORBIS

**DACHAU, 1945**  
Sentís va haver de fumar i prendre's pastilles abans d'entrar al camp

**RAPIDESA CONTRA REFLEXIÓ**  
El reporterisme de guerra abans tenia més part d'ofici, avui té molta part de cursa

antiga, una cosa que ja sentia el primer reporter de guerra de La Vanguardia a Melilla: "Recolzats a les baranes de la terrassa del fort, a les pollegueres de les portes, apuntàvem febrilment les nostres primeres impressions -escrivia Boada el 1893-. Estàvem fascinats per la grandiositat de l'espectacle. No teníem temps per anar a tots els llocs que cridaven la nostra atenció ni prou ulls per veure els mil incidents del combat".

La televisió arrossega avui el relat de la guerra: se li ha assignat el paper d'interpret oficial de l'espectacle. Es privilegia així la informació emotiva, directa, el mis-

això ens paguen: el jove reporter de La Vanguardia era un dels primers periodistes que penetrava en un camp de concentració nazi alliberat.

"Em vénen ganes de fer-me enrere -sentia el reporter a la porta de Dachau-, però fumant cigarets, menjant pastilles, les mans protegides a la butxaca, penetro al món fantasmagòric".

Amb un boli o amb un iPhone, el problema del corresponçal de guerra serà sempre el mateix: com adverbial el patiment, com puntuar la mort, com titllar la foscor.

Algú ha d'explicar-ho. Perquè de vegades, algunes vegades, s'arriba a sentir la palpació. Li va passar a Enrique Domínguez Rodiño, corresponçal de La Van-

**Alma.** Gravet de la batalla d'Alma, la primera de la guerra de Crimea, el 20 de setembre del 1854, entre Rússia i l'aliança anglo-franco-otomana. Hi van morir sis mil russos i va donar nom al pont de París

guardia en la Primera Guerra Mundial. I li va passar al front de l'est:

-Si algú treu el cap per les trinxeres russes, què fa? Dispara el seu fusell? -li va preguntar Rodiño a un soldat austriac.

-Segons -va respondre el soldat.

-...?

-Sí, segons. No sempre tinc temps d'agafar el fusell. A més, per què? No és veritat? No sempre es tenen ganes de matar un home, que potsar es posa en descobert per distracció. Ells tampoc no disparen sempre contra nosaltres. Per què? Hi ha ocasions en què no hi ha més remei. Però matar per matar, perquè sí, no.

-Però això és la guerra... -va insistir La Vanguardia.

-Sí, és la guerra, però un home més o menys... tant li fa... I tots som homes... No és veritat? Per què?●



## TEMES DE DEBAT

## Líders 2.0

Moltes vegades les notícies d'interès públic no desperten l'interès del públic. El món cibernètic ha diversificat l'audiència, l'ha fragmentat. Noves veus comenten i redistribueixen material per internet. Estan en condicions de plantejar a la xarxa una agenda alternativa. Aborden altres temes, que doten d'enfocaments i ritmes diferents.

ANÀLISI Josep Lluís Micó

## Interès (del) públic

Internet no només ha transformat múltiples indústries, per exemple, la dels mitjans de comunicació, sinó que també ha obert vies inèdites per a la participació dels ciutadans. Els instruments de l'anomenat web 2.0 són recents, però la seva aplicació ja és intensiva.

L'entorn cibernètic ha propiciat l'aparició d'una audiència més diversa, fragmentada i deserta que en qualsevol altra època. No és que el públic abans estigués adormit, no obstant això, fins fa poc no disposava dels actuals mecanismes per interactuar.

Ni tan sols els membres més destacats i respectats de la societat –els líders d'opinió– no podien imaginar-se la projecció de què gaudeixen ara els qui simplement comenten i redistribueixen material per la xarxa. No en va aquesta és una pràctica essencial en el present.

Com repeteix l'editora de premsa en línia Arianna Huffington, “comunicar és el nou entreteniment de la gent”. I si els internautes en qüestió tenen un mínim de credibilitat, es converteixen en prescriptors de primer ordre.

La professora de la Universitat de Connecticut Gaye Tuchman va escriure abans de l'eclosió digital que les empreses periodístiques construeixen el marc en el qual els particulars discuteixen els esdeveniments públics. Segons la seva opinió, “la qualitat del debat cívica depèn de la informació disponible”.

El catedràtic emèrit de la Universitat Complutense de Madrid José Luis Martínez Albertos coincideix amb aquest plantejament quan afirmava que els individus “arriben a formar-se un judici sobre el que és important al seu país com a resultat de la presència de certs assumptes i subjectes” en els mitjans.

Aquest punt de partida s'ha enriquit –o potser s'ha complicat– amb l'efervescència al web. Més que mai, a l'hora de configurar la seva agenda, els periodistes han de sospesar avui els avantatges i inconvenients que comporta conèixer al detall els gustos de la seva audiència: de la majoria, en el seu vessant quantitatiu, i dels líders d'opinió, en l'aspecte qualitatiu.

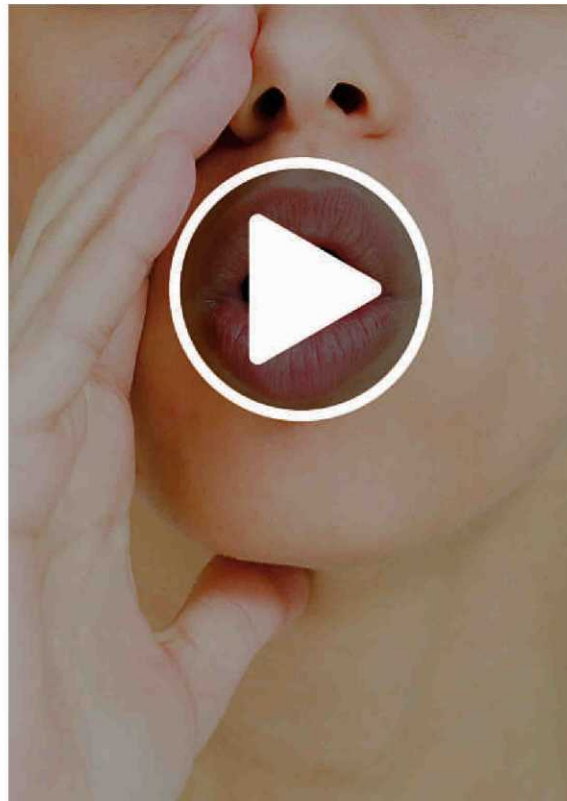
En paraules de l'investigador de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull) Santiago Justel, editors i programadors es mouen dia a dia entre la tensió que generen les

## Els navegants de les xarxes han elevat a la categoria de líders d'opinió persones sense cap influència fora de l'univers en línia

notícies d'“interès públic” i els continguts amb “interès per al públic”.

Els vells pressupòsits sobre el consum informatiu s'estan revisant. Una de les principals claus de la modificació del paradigma és la transició d'un usuari aïllat i més aviat discret a un altre d'interconnectat i que sap fer-se escoltar, en especial si domina els ressorts de la difusió virtual. Les decisions més difícils li corresponen al sector.

Les companyies promouen sovint aquestes mutacions aproximant-se a una massa que tendeix a la inèrcia i, en paral·lel, als prescriptors que la



JOSEP PULIDO

desencadenen: als blogs, les xarxes socials, etcètera. Amb tot, continuen sent abundants els casos de resistència a la renovació.

Al marge de l'acció dels mitjans convencionals, els navegants que desembarquen en ports amb tant trànsit com Facebook, Twitter, YouTube o Instagram han elevat a la categoria de líders d'opinió persones que amb prou feines tindrien capacitat d'influència fora de l'univers en línia, com passa amb les denominades *tweetstars*.

Aquests elements estan en condicions de plantejar a internet una agenda alternativa. Aborden altres temes, que doten d'enfocaments i ritmes diferents. Les interseccions positives per a les dues parts últimament són freqüents: firmes prestigioses que cedeixen el seu espai a aquests líders i cibernautes que recomanen productes o serveis d'empreses.

Quan es dona aquest segon moviment, els lectors més populars operen com a aliats amb prou poder per derivar a un lloc web els seus milers –i fins i tot milions– de seguidors. A més de repercutir en el nombre de visites, la seva adhesió o el seu rebuig poden determinar l'esperança de vida que tingui una pàgina.

No ens ha d'estranyar, doncs, la urgència amb què s'han posat a treballar els experts per conèixer els costums dels líders digitals i esbrinar com relacionar-s'hi correctament. O de franc o a canvi de diners.

Conscients que la improvisació eclipsa el sentit comú, els professionals s'han adonat que no n'hi ha prou amb gestionar aquests vincles d'una manera intuïtiva. És millor registrar-se segons criteris científics per sistematitzar una sèrie de pautes i normes precises que portin a l'èxit. Èxit comercial i alhora democràtic, si així, activant els prescriptors adients, s'aconsegueix que les notícies d'interès públic acabin sent igualment les que suscitin l'interès del públic.●

LA CLAU Vicente Zaragozá

## Paraula de blogaire

Quan el 1970 els meus pares van obrir la seva modesta botiga d'electrodomèstics, Mark Zuckerberg, creador de Facebook, encara no havia nascut. Tampoc no ho havia fet Jack Dorsey, pare de Twitter. Fa 40 anys els comerços locals sobreviuen gràcies a la venda de productes de qualitat i, sobretot, al tracte proper i familiar amb el client. El més semblant a internet que havien vist era una Olivetti Lettera. La seva inversió en publicitat? Aparèixer a les Pàgines Grogues, alguna inserció en la premsa local i confiar en el boca a boca.

Les grans empreses mundials sí que apostaven per costoses campanyes de pu-

## Les seves opinions favorables propicien vendes; les seves crítiques, en canvi, poden tancar un negoci

blicitat i per departaments de màrqueting cada vegada amb més pes a l'organigrama. Però des de la democratització d'internet i la irrupció de les xarxes socials, el món virtual ja és capaç de mirar cara a cara al real.

Avui, les recomanacions continuen sent una de les maneres més rendibles i eficaces de publicar un producte o un servei. Quin és el canvi? Ara, alguns dels principals prescriptors, *influencers* o, en definitiu, líders d'opinió, són blogaires i tuitaires, perfils inèdits fins fa tot just uns anys. S'especialitzen en moda, en cosmètica, en gastronomia... I les seves opinions favorables propicien vendes; les seves crítiques, en canvi, poden tancar un negoci.

Les empreses intenten guanyar-se la seva simpatia per arribar als seus milers de lectors, consumidors potencials de la marca. A més, ho fan gràcies a un comentari del blogaire, a una recomanació, moltes vegades sincera. El *súmmum*. Esclar que en ocasions aquests líders no són tan accessibles o amateurs. Els més eixerits compten amb una agència de representació que gestiona les seves col·laboracions previ pagament. És un nou perfil professional 2.0, molt més rendible per a les empreses anunciants que la publicitat convencional ja que, només a ulls dels consumidors més innocents, opina des de la imparcialitat.

Però no només les grans companyies els hi van al darrere. Els mitjans de comunicació tradicionals comencen a reconèixer el seu poder. El novembre passat es van fallar els premis Bitàcoras 2013, que tenen el suport de RTVE i que des del 2003 reconeixen els millors blogs i tuitaires d'Espanya. Potser els mitjans ho facin per seguir les tendències 2.0 i maquillar la seva imatge encartonada. Ells sabran.

El que queda més clar és que, de moment, el que digui @Barbijaputa, millor compte de Twitter 2013, continuarà anant a missa.●

VICENTE ZARAGOZÀ, responsable de comunicació de Sesderma

## PER SABER-NE MÉS

## LIBRES

**The new digital age: Reshaping the future of people, nations and business.** Eric Schmidt y Jared Cohen. Alfred A. Knopf, Nova York, 2013

**Network journalism: Journalistic practice in interactive spheres.** Eric Schmidt y Ingrid Isenhardt. Routledge, Londres, 2011

**Análisis Web 2.0: El arte de analizar resultados y la ciencia de centrarse en el cliente.** Avinash Kaushik. Gestión 2000, Barcelona, 2010

**La producción de la noticia: Estudio sobre la construcción de la realidad.** Gaye Tuchman. Gustavo Gili, Barcelona, 2003

## WEBS

[www.tandfonline.com/loi/rics20](http://www.tandfonline.com/loi/rics20) Information, Communication & Society

<http://nms.sagepub.com/> New Media & Society

<http://therealtime-report.com/> The Real Time Report

Participeu amb la vostra opinió a [www.lavanguardia.cat](http://www.lavanguardia.cat)



# La missió de Candel

Jordi Amat

A mitjan març del 1960, a Montserrat, es va celebrar una sessió d'estudi a porta tancada amb el títol *Alguns aspectes de la vida obrera a Catalunya*. Als nuclis de catòlics progressistes la qüestió obrera havia penetrat amb força i l'abadia s'oferia com una àgora de llibertat per discutir a fons sobre els reptes que havia d'afrontar la societat catalana.

Un dels ponents de la jornada havia de ser Jaume Vicens Vives. L'historiador Vicens, a qui quedaven dos mesos mal comptats de vida, no va pujar a Montserrat, però si que va redactar el text de la conferència. I en els preliminars, no va deixar d'assenyalar una singularitat de la població obrera catalana de la primera meitat del segle XX: majoritàriament havia estat població immigrada de la resta d'Espanya que s'incorporava a una societat que tenia uns índexs baixíssims de natalitat.

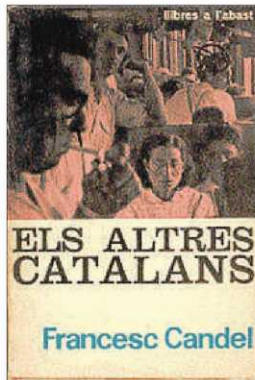
Les conseqüències, durant els anys anteriors a la Guerra Civil, havien estat profundes. "En menys de catorze anys la població catalana s'incrementa en mig milió de persones. Aquest fet altera tots els pressupòsits demogràfics, econòmics i polítics i, de fet, és particular, els socials. Catalunya es revifa biològicament amb sang estranya (gran boom de naixements entre el 1919 i el 1926); però això li costa la pèrdua de la seva carta política en el període 1931-1939".

Deixem de banda si el judici de Vicens era encertat o no. La qüestió és que a principi del 1960, Vicens, al cim del seu prestigi com a eminència grisa de l'oposició catalanista, vinculava la pèrdua de "la carta política" del catalanisme durant la República i la guerra a les transformacions en tots els ordres que havia implicat l'arribada d'immigració de la resta de l'Estat. I Vicens mateix, que havia lligat la seva recerca com a historiador amb els desafiaments del catalanisme democràtic del seu moment, consignava, a més, que a partir del 1948 s'havia iniciat una nova onada immigratòria cap a Catalunya i que no s'havia aturat.

Fruit d'aquell judici sobre el passat i aquella constatació sobre el present, els ideòlegs més realistes del catalanisme de postguerra (Jordi Pujol potser més aviat que ningú) van assumir que la clau del volta del futur del moviment passava per la integració de la immigració. El desafiament era molt complex. No hi havia ni institucions ni projectes que tinguessin com a objectiu la integració en una societat –la societat catalana–, la singularitat de la qual, per acabar-ho de complicar, volia ser dissolta per l'autoritat franquista. En aquest context cal ubicar la fascinació i captació per part del catalanisme de Francesc Candel i l'enorme transcendència que va adquirir *Els altres catalans*, best-seller del Sant Jordi del 1964.

## Literatura i immigració

No era la primera vegada que la literatura o el periodisme tracta-



Portada d'*Els altres catalans*

ven la qüestió. Entre final del 1932 i principi del 1933 el jovesim periodista Carles Sentís va donar a conèixer un reportatge seriàl al setmanari *Mirador* explicant l'arribada dels immigrants, sobretot de Múrcia, a Catalunya, bàsicament al barri de la Torrassa de l'Hospitalet. Els articles van obtenir un ressò notable i va anar d'un pèl que no es publicuessin en volum (no va ser fins el 1994 que La Campana va editar *Viatge en transmiseria*). El testi-

beck al diari *San Francisco News* explicant la immigració de l'Oest Mitjà que fugia de les grans sequeres i buscava una nova oportunitat a l'esponerosa Califòrnia (el 2007 el va traduir Llibros del Asteroide amb un magnífic pròleg d'Eduardo Jordà).

La mirada de l'Steinbeck periodista és semblant a la de Candel. "L'escriptor està obligat a celebrar la provada capacitat de l'ésser humà per la grandesa d'esperit i la grandesa de cor, per la dignitat en la derrota, pel coratge, la comprensió i l'amor". Són paraules del discurs d'acceptació del Nobel pronunciades per Steinbeck el desembre del 1962. Paraules inscrites en l'ADN de la literatura de Candel.

La potència literària de l'un i de l'altre no té res a veure, però la dignitat de les seves millors obres els agermana en una dimensió civil. Quan Steinbeck va rebre el Nobel, faltava menys d'un any perquè Candel es posés a escriure *Els altres catalans*. No era un desconegut en el sistema literari castellà. Descobert el 1957 per l'editor Janés, Candel era un novel·lista que amb una tècnica precària havia descrit, amb èxit i polèmica, la situació indigna en la qual vivien com a pàries milers

d'estudi a Montserrat i a qui Vicens Vives volia delegar el tractament de la qüestió obrera des del catalanisme (ho va revelar Benet a Ferran Mascarell), tenia una obsessió: la unió dels catalans per evitar que es repetís la guerra civil intestina que s'havia patit a Catalunya durant la guerra civil espanyola. Construir unitat exigia evitar un divorci originat per la classe social, les creences religioses o la procedència geogràfica. Calia, per tant, incorporar els immigrants a la catalanitat. Per això, com a opositor polític, a final dels cinquanta va trencar amb el seu partit –Unió Democràtica– per subscriure acords amb el PSUC i per això mateix, com a estrateg, va pensar en Candel per elaborar un discurs potent, viscut, sobre la integració. Tenia la plataforma per poder-ho dur a la pràctica. Benet havia ideat Edicions 62 per publicar llibres de no-ficció que, fins allà on la censura ho permetés, raonessin sobre la realitat de Catalunya i els reptes ideològics del catalanisme. L'encàrrec a Candel va formar part de la mateixa estratègia.

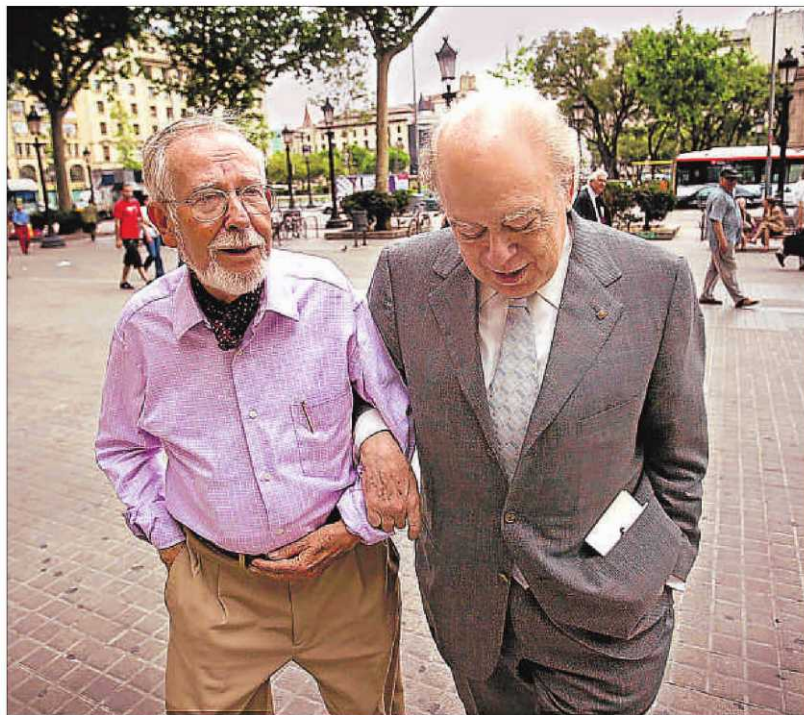
Benet, catalanista amb profunda consciència social, havia quedat commogut per la tragèdia de

grants, eren aquests altres catalans dels quals ens parlava un dia Francesc Candel". No era cap menció innocent. Al cap de mig any Candel, amb el contracte firmat amb 62 i gràcies a una ajuda econòmica del dirigent socialista Joan Reventós, s'havia posat a escriure.

No m'estranya la definició que Jordi Pujol va fer del llibre quan a mitjan 1964 va ressenyar-lo per a *Serra d'Or*: "Es, sens dubte, i sense exagerar gens ni mica, un dels tres o quatre llibres més importants publicats d'ençà del 1939". Era el primer article de Pujol després del seu empresonament. La pàgina final d'*Els altres catalans*, pentinada per la censura (així ho vaig comprovar quan vaig editar el manuscrit original), tenia una ressonància gairebé programàtica: segellava el compromís de la immigració amb una Catalunya caracteritzada com una terra de llibertat. L'aliança seria fecunda. Era el compromís que visualitzarien els sindicalistes de Comissions Obres –creades per immigrants a qui els capellans de barriada deixaven reunir-se a les sagristies– abanderant les seves reivindicacions amb una senyera. Quan ho veia, Benet gairebé plorava. Un soloble. Missió acomplerta. Durant la transició, ell i Candel van ser companys de viatge dels comunistes catalans. Tots dos van ser elegits senadors en les primeres eleccions democràtiques. En les primeres municipals, Candel es va presentar com a independent pel PSUC a l'alcaldia de l'Hospitalet. El 1980, Benet encapçalava com a independent la llista que el PSUC presentava per governar la Generalitat.

## Península inacabada

L'operació *Els altres catalans* va ser un èxit rodó. Capital. Es va convertir en el llibre més divulgat de la ideologia del nacionalisme progressista que caracteritza el catalanisme dels seixanta. Per això el 1965 l'editorial Península, el segell castellà que formava part del projecte d'Edicions 62, va començar la seva peripècia amb aquesta obra. La col·lecció amb la qual Península va arrencar s'anomenava *Ibèrica* i volia ser una aportació de continguts ideològics per reformular la cultura política espanyola des de la perifèria catalana. De seguida es van traduir tres títols clau del moment: *Nosaltres, els valencians* de Joan Fuster, *Maragall i la Setmana Tràgica* de Benet i, per damunt de tot, *Els altres catalans*. El llibre de Candel, en potència, contenia l'argument central de la gran epopeia transformadora de l'Espanya contemporània. El text de la solapa era una declaració d'intencions. "*Los otros catalanes* és, més que un llibre, un fet social per si mateix: milers de vides espanyoles, de totes les regions espanyoles, expressen la seva dramàtica peripècia vital a través d'un escriptor que ha sabut comprendre, més enllà del que és normal, un èxode, una esperança, la lluita per l'adaptació en una societat de característiques pròpies." La col·lecció *Ibèrica*, lamentablement, no va reeixir. Aquell 1965 Alfonso Carlos Comín publicava *España del sur*.



PEDRO MADUENO

**Units en el catalanisme.** Jordi Pujol passejant amb Paco Candel (1925-2007), l'any 2005, el dia en què l'escriptor feia 80 anys; Pujol va ser un gran defensor de la seva obra

moni és valuós i, com passa amb la prosa fina de Sentís, està ben travada. Tot i constatar la tragèdia d'aquella gent miserable, el periodista no transmetia la compassió. Més que no pas solidaritzar-se amb la tragèdia, va descriure els problemes que duen els nouvinguts o el seu trist tipisme.

Més comprensiu, més autocrític amb la societat de rebuda, va ser un altre reportatge aparegut poc després. El 1936 es va publicar en llibre *The harvest gypsies*, els reportatges de John Stein-

d'immigrants a les barraques de l'extraradi de Barcelona. L'any 1958, en un número de la revista *La Jirafa* dedicat a Catalunya, va publicar l'article *Los otros catalanes* parlant amb frescor d'una experiència que era la seva i la de molts d'altres. Catalanistes conscienciats en van prendre nota.

## Alta política

José Benet sempre va dir que la idea d'encarregar *Els altres catalans* a Candel havia estat seva. Benet, que va participar en la sessió

les inundacions del setembre del 1962. Va recórrer el Vallès acompanyat de José Antonio Novais –corresponsal a Espanya de *Le Monde*– i va impulsar un informe sobre els fets que la revista montserratina *Serra d'Or* va publicar al novembre. Hi ha un fragment significatiu del text que va escriure ell mateix. "Les persones que han mort víctimes dels aiguats eren de condició econòmica modestíssima, gairebé en llur totalitat. Una altra condició tenien, en llur immensa majoria: eren immi-



ENTREVISTA / Xavier Bosch

# “M’agrada que ‘Eufòria’ sigui molt venut, però vull que sigui molt temut”

**X**avier Bosch, periodista i escriptor (Barcelona, 1967) publica ‘Eufòria’ (Ed. Proa).

LLEIDA ROSA PEROY

**Quinze dies només de la seua publicació i ‘Eufòria’ és la novel·la més venuda en català, a bores d’ara...**

Sí (somriu). Celebro que sigui el llibre més venut però jo el que vull és que sigui el més temut.

**Potser perquè aborda les interrelacions de la indústria farmacèutica?**

Exacte. Vaig rebre una piulada a twitter, d’algú que havia treballat en una multinacional farmacèutica, i que, havent llegit les dues primeres entregues del Dani Santana, em va dir que tenia una bona història, basada en la seva vida professional. Em va posar el caramel a la boca. Ens vam posar en contacte i fil per randa, em va explicar tot el que havia viscut fent de representant farmacèutic d’una gran multinacional durant dotze anys de professió. Em va passar molta i molt valuosa informació. I jo l’he novel·lada. Però la col·laboració amb ell va ser constant al llarg de tot el relat. D’aquí l’agraïment final que li faig.

**Tot i aquesta discreció ell encara té por que se’l reconegui?**

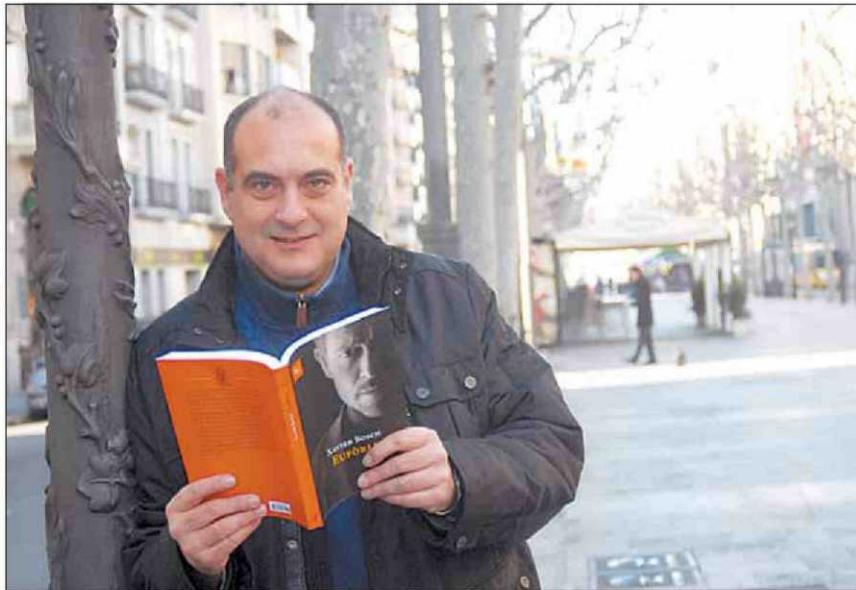
Cert. Els penedits, com passa amb la màfia, moltes vegades tenen por. Ell va treballar molts anys –i de manera ben remunerada– ‘convencent’ els metges perquè receptessin un tipus determinat de medicament.

**Vostè s’esperava que aquestes multinacionals disposessin de tant pressupost per ‘untar’ tanta gent?**

La veritat és que no. Tots sospitàvem que hi havia alguns premis per prescriure determinats productes. Però ell m’explicava que eren quaranta delegats comercials com ell a Espanya per un sol medicament i cadascun tenia 90.000 euros de pressupost anual per fer xecs per a metges. 90 xecs a mil euros a canvi de 90 receptes, viatges, regals, dinars i sopars apart... una fortuna.

**A més del món farmacèutic, en la trama apareix un hacker informàtic que jugant a rugbi s’ha quedat paraplàgic i que ajudarà Santana en la investigació.**

En aquesta novel·la, Santana està ingressat en un hospital recuperant-se d’un intent d’assassinat i coneix en Gratu, aquest hacker, que és com un Snowden a petita escala i ajudarà el periodista gràcies a la seva ha-



TONY ALCANTARA

bilitat en la xarxa.

**Un multimilionari mexicà vol construir el parc temàtic més gran d’Europa a la plana de Vic. Per què a Vic?**

És un lloc adequat per posar ‘Historyland’ perquè és una plana, només amb masos aïllats, al bell mig de Catalunya, a prop de Barcelona. Necessitava una gran extensió de terreny on fos possible l’expropiació de sòl rústic. Vaig decidir tirar cap a la Catalunya central, que, a més a més, sempre m’han tractat molt bé i són molt bona gent (riu).

**El corrent de fons de les tres novel·les d’en Santana és la crisi en els mitjans de comunicació. El missatge és que els periodistes ens hem de posar les piles en aquest món tan canviant per dignificar la professió?**

Es que hi ha hagut un canvi de paradigma, en endinsar-nos en la era digital. Crec que està més en perill la indústria del periodisme que l’ofici de periodista. Nosaltres, sigui en el canal que sigui, un mòbil, una tauleta, un ordinador o en format paper, continuarem sent necessaris

per transmetre als nostres conciutadans la realitat social. Són els signes dels temps i ens hem d’adaptar. Lluitar per conservar el paper perquè som uns nostàlgics i uns romàntics no té sentit. El diari en paper, no ens enganyem, serà més car, més residual, el consumirà menys gent.

**La informació continuarà sent-hi, però.**

És clar. La novetat és que ara la informació ja no l’hem d’anar a trobar. Les notícies ens troben a nosaltres a través d’una piulada al telèfon mòbil. Tots som ‘periodistes’ d’alguna manera. I des del punt de vista del professional de la informació això és molt incòmode, perquè hem perdut l’exclusivitat de la notícia. Durant segles, les notícies les donàvem nosaltres i ara hem de competir amb l’anomenat ‘periodisme ciutadà’, que, siem sincers, no és periodisme, perquè està mancat d’investigació prèvia i posterior als fets i no contrasta. Una foto i una piulada d’un accident de cotxe no és una notícia, és una informació.

**Santana té una postura ambivalent en aquesta qüestió al**

**llarg del relat.**

Sí. El Dani està fora de combat, convalescent, i es dedica a fer d’àrbitre d’aquests dos mons, d’aquestes dues concepcions de l’ofici –el nostàlgic i veterà i el hacker que no es periodista–. Però és el mateix debat que s’ha generat amb Assange o Snowden, que, amb mètodes alegals, si vostè vol, han aconseguit destacar uns podrimers de l’Agència de Seguretat Nord-americana brutals. Per descobrir aquest escàndol s’hi val tot? Aquest és un altre debat entre línies que hi ha a la novel·la.

**La premsa està molt contaminada pel poder polític?**

En èpoques de crisi, en què els mitjans depenen més de subvencions institucionals per sobreviure, menys independència tenen per publicar allò que volen i que saben. Nosaltres continuem sent el quart poder, sí. Ara bé: el poder polític en sap tant d’influir, coaccionar, manipular, que ha acabat coaccionant-nos a nosaltres. S’han capgirat els papers. I això és el que hem de mirar de revertir.

**Tornant al camp farmacèutic, és realment sorprenent que hi hagi polítics, tal com explica en la novel·la, als consells d’administració de les multinacionals farmacèutiques.**

Sí, i això no se sabia. Per això volia que quedés ben clar. El polític regula el preu del medicament que és la mare dels ous. Durant els deu anys que el medicament té la patent –fins que es pugui convertir en genèric– allò ho han d’explotar. En bona part, aquest diners són per rescabalar-se dels anys d’investigació per treure un nou medicament, i en aquest aspecte em trec el barret. Però tot és una cadena: indústria, metge, farmacèutic, consumidor. Entre tots hem buidat la caixa durant molts anys. I ara, en època de retallades, el món sanitari se n’ha ressentit, i molt, d’aquesta mala praxis.

**Prodmax és un antidepressiu que no existeix.**

No, me’l vaig inventar. Però no vaig triar un antidepressiu d’una manera aleatòria: a l’estat espanyol hi ha diagnosticades quatre milions de persones amb depressió. Segurament, no totes tenen una depressió. No és el mateix estar trist o preocupat que deprimir. Però els antidepressius es recreen i venen com a xurros –recordem l’època del Prozac–. Segurament s’han comès molts abusos en aquesta qüestió.

**La novel·la toca una qüestió molt delicada, perquè té a veure amb beneficis milionaris de grans empreses. Ha rebut pressions?**

La veritat és que les vaig començar a rebre gairebé abans que es publicés la novel·la. Això és una prova que s’ha tocat la fibra allà on calia. Prova que la novel·la, que no deixa de ser un thriller periodístic però basat en la realitat, ha aconseguit el seu objectiu.

**En darrer terme, es veu vivint de la literatura?**

De fet, ja hi visc. Puc dir que sóc un privilegiat que he aconseguit viure d’escriure en català. Entre els articles als diaris i els drets d’autor dels llibres, puc viure. I penso que el meu futur passa per aquí. Jo em veig cada cop sent més escriptor i més difícilment a l’avantguarda periodística.

**Sabem el títol del seu següent llibre, però.**

Sí. És provisional: ‘La dona que va entrar al vestidor d’homes’. Li vaig demanar a la meua filla Aran, de set anys, que em suggerís un títol. Va ser aquest. Em va fascinar (riu). No sé de què anirà la novel·la. Només tinc escrit un capítol i mig...

**“En èpoques de crisi els mitjans tenen menys independència per publicar allò que volen”**



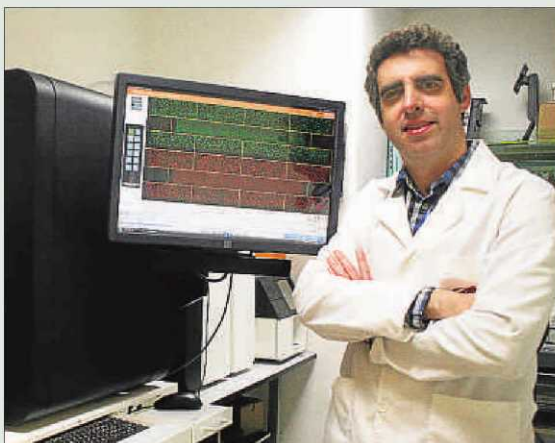


vanguardia de la ciència

# Manel Esteller guanya el premi Vanguardia de la Ciència

## La investigació d'epigenètica supera per poc la de regeneració de la retina

### Els primers classificats

**1****MANEL ESTELLER**  
Institució:  
Idibell/Icrea**Investigació:**  
Per què som diferents encara que tinguem gens igualsVots rebuts: **18,0%****2****PIA COSMA/  
DANIELA SANGES**  
Institució:  
CRG/Icrea**Investigació:**

Una teràpia per regenerar la retina amb cèl·lules mare

Vots rebuts: **17,9%****3****MANUEL SERRANO/  
MARIA ABAD**  
Institució:  
CNIO**Investigació:**

Creades cèl·lules mare embrionàries al cos d'animals adults

Vots rebuts: **13,7%****JOSEP CORBELLA**  
Barcelona

La investigació de Manel Esteller que explica per què som diferents encara que tinguem gens iguals ha estat seleccionada com el treball científic més important fet a Espanya el 2013 en el marc del premi Vanguardia de la Ciència.

El treball d'Esteller ha superat per un estret marge de vots el de Pia Cosma i Daniela Sanges, del Centre de Regulació Genòmica (CRG), que han desenvolupat una teràpia experimental per regenerar la retina amb cèl·lules mare.

Com en edicions anteriors, 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%. Esteller es va situar en pri-

■ En l'edició d'aquest any del premi Vanguardia de la Ciència s'han detectat per primera vegada dos fenòmens que no s'havien observat en les tres edicions anteriors. D'una banda, alguns dels finalistes han fet campanya, la qual cosa, òbviament, és legítima en una votació oberta. D'altra, una part dels vots rebuts per alguns dels candidats eren il·legítims i han estat eliminats en el resultat final de la votació.

L'episodi més notable es va produir la nit del 27 al 28 de febrer, quan es va registrar un vot massiu concen-

trat en tres finalistes. El web de *La Vanguardia* va registrar 9.107 vots en només dotze hores, una xifra inversemblant si es té en compte que en les primeres quatre setmanes de votació (del 26 de gener al 22 de febrer) s'havien registrat uns 38.000 vots. Davant aquesta irregularitat, els organitzadors del premi van prendre la decisió de tancar la votació el 28 de febrer a les 16 hores, vuit hores abans de l'hora inicialment prevista.

Una anàlisi retrospectiva va revelar que les irregularitats s'havien iniciat el dissabte 22 de febrer. Així mateix,

es van detectar dos episodis puntuals en dies anteriors en què un finalista havia rebut una injecció de milers de vots en poques hores. Arran d'aquests fets, es va decidir eliminar del resultat final tots els vots rebuts a partir del 22 de febrer a les 15 hores, així com els episodis en què algun dels candidats havia rebut més del 50% dels vots. La xifra final de vots vàlids va ser de 33.620.

Els organitzadors del premi Vanguardia de la Ciència reforçaran la seguretat del sistema de votació per reduir el risc d'irregularitats en les properes edicions.

mera posició en la votació dels lectors, mentre que el comitè científic assessor va votar en primer lloc la investigació sobre cèl·lules mare que van realitzar Manuel Serrano i Maria Abad al Centre Nacional d'Investigacions Oncològiques (CNIO).

El treball d'Esteller, de l'Institut d'Investigacions Biomèdiques de Bellvitge (Idibell), revela que gran part de les diferències entre persones no són genètiques sinó epigenètiques. És a dir, les diferències no estan en com són els gens sinó en com actuen: encara que tinguem gens iguals, el seu efecte final depèn de quan i on estan més o menys actius.

Aquesta línia d'investigació, en la qual Esteller està reconegut com un dels líders mundi-

### PRESENTACIÓ PÚBLICA

**Els treballs guanyadors es presentaran al públic a la Pedrera el 24 d'abril**

### ALTA PARTICIPACIÓ

**Els 33.620 vots vàlids rebuts aquest any estableixen un nou rècord de participació**

als, ha canviat la visió de com funciona el cos humà. Els seus resultats han aportat avenços en la comprensió i el tractament d'algunes malalties. A més, han deixat obsoleta l'antiga dicotomia entre genètica i ambient, ja que estan units a través de l'epigenètica.

Organitzat conjuntament pel Grup Godó i la Fundació Catalunya-La Pedrera, el premi Vanguardia de la Ciència es convoca anualment per donar visibilitat a la investigació d'excel·lència que es fa a Espanya. Aquest any, en la seva quarta edició, ha rebut 33.620 vots vàlids dels lectors a través del web *Lavanguardia.com*, la qual cosa estableix un nou rècord de participació. Els autors de les tres investigacions més votades han estat convidats a presentar els seus resultats per a un públic general a l'acte de lliurament del premi, programat per al 24 d'abril a l'edifici de la Pedrera, seu de la Fundació Catalunya-La Pedrera.●



MÉS INFORMACIÓ SOBRE ELS PROJECTES PREMIATS A [www.lavanguardia.com/vanguardia-de-la-ciencia](http://www.lavanguardia.com/vanguardia-de-la-ciencia)

## 33.620 vots vàlids



## TALENTOS QUE ARRIESGAN

# Babyradio, emisora apta para menores

## Tres gaditanos ingresan 200.000 euros creando contenidos infantiles en radio

PEPE VARELA

¿Una emisora de radio para niños que acompañe las rutinas de los más peques de la casa durante todo el día y que les eduque mientras les divierte? Eso es Babyradio, una emisora dirigida a niños y niñas de 0 a 6 años que emite desde el Puerto de Santa María (Cádiz). Su programación llega por FM a Sevilla y Cádiz y, por Internet, a más de 130 países y 350.000 oyentes. Benjamín Montoya, director creativo del proyecto y uno de sus fundadores junto a Juan José Flor (director financiero) y Juan Manuel Venegas (director de marketing), señala que "hasta donde nosotros sabemos, en el mundo no hay nadie que ofrezca 24 horas de contenido radiofónico íntegramente dirigido a menores de seis años".

No hay más que echarle un

**La emisora llega a 130 países y 350.000 oyentes a través de internet**

vistazo a los contenidos de la web babyradio.es para darse cuenta de que su programación no se limita a entretener. "Intentamos que todos nuestros programas tengan una base didáctica y pedagógica que sirva tanto a padres como a educadores. Para conseguirlo, desde un primer momento supimos de la necesidad de contar con profesionales en educación infantil en nuestro equipo asesor", dice Venegas. No en vano, la emisora está proporcionando contenidos educativos a cientos de escuelas de España y América Latina. En este despliegue tiene un papel importante el departamento I+D+i de la propia emisora y la colabora-



Benjamín Montoya, Juan Manuel Venegas y Juan José Flor, los tres creadores de Babyradio.

ción con la Universidad de Cádiz.

Benjamín, Juan José y Juan Manuel son tan empresarios y emprendedores como padres. De este último oficio nace, precisamente, la inquietud de crear una herramienta como Babyradio. Y es que, buscando en Internet por el término radio infantil en España, descubrieron no solo que no había nada parecido, sino "que había 25 millones de búsquedas con este término. Era evidente que existía demanda, así que decidimos hacerla realidad nosotros", indica Juan José. "Aunque al principio pensamos que en un año tendríamos todo preparado, al final tuvimos que

### Perfil

► **Juan José Flor y Juan Manuel Venegas lideraron empresas especializadas en ocio infantil** durante doce años. Por su parte, **Benjamín Montoya** trabajó más de diez años en medios de comunicación como la Cadena SER.

pasar año y medio trabajando en un sótano para tenerlo todo preparado", recuerda Juan Manuel.

Benjamín procede del mundo radiofónico, así que sabía, perfectamente, de las dificultades de

### Objetivos

► **La emisora Babyradio pretende llegar a oyentes de más países**, además de seguir creciendo en volumen de contenidos, colaborar con un mayor número de escuelas infantiles y desembarcar en el mercado anglosajón.

emprender y mantener una emisora de radio solo con ingresos procedentes de la publicidad. "Además de ser una emisora de radio, también somos productora, discográfica y editorial", ex-

plica Juan José, encargado de las finanzas en Babyradio. Un ejemplo de este modelo de negocio es el musical Bosque de Mon, producido por Babyradio y actualmente de gira por toda España. "Esta diversificación nos permite no depender de ingresos publicitarios. Así como tener otra vía de financiación al producir nuestros propios contenidos: la descarga de contenidos de pago en nuestra página", agrega el emprendedor.

Con vistas a abrir la emisora al oyente no hispanoparlante, Juan Manuel, como responsable de marketing señala que "Babyradio como marca es utilizable en cualquier parte del mundo. Ni siquiera hay que explicar qué es lo que hacemos. Todo el contenido de Babyradio está diseñado para ser fácilmente traducido a otros idiomas y adaptado a otras culturas". La marca Babyradio está registrada en Europa, EE UU, México y Colombia.

Juan José señala que "Latinoamérica y EE UU son dos importantes mercados, por lo que tenemos previsto hacer una traducción al inglés de nuestros contenidos". Desde el pasado 5 de noviembre la emisora ha comenzado a emitir la programación adaptada al huso horario de México (GMT-6).

Y así tanto despliegue de creatividad y recursos educativos se han visto recompensados con un crecimiento constante de ingresos, que en 2013 llegaron a 200.000 euros. También con premios y más premios. Si en 2011 Babyradio fue galardonada como mejor empresa de base tecnológica en el concurso atrEBT!® de la Universidad de Cádiz, hace unos días recibió el premio al Mejor Contenido Online para Niños en España 2013. Suma y sigue. ■





## COMUNICACIÓ

# TV Girona rep el premi Zapping pel programa 'Ad libitum'

■ El programa musical coproduït per la cadena i el Conservatori de Girona ha guanyat en l'apartat de televisió local del 2013 ■ El presenta i el coordina la periodista Elisenda Vidal

Joan Ventura  
GIRONA

El programa *Ad libitum*, coproduït per TV Girona i el Conservatori Isaac Albéniz de la Diputació de Girona, ha rebut el premi Zapping al millor programa de televisió local del 2013. Els finalistes van ser el programa *Tots dansen*, de Vallès Oriental Televisió, i *Hem de parlar*, de Banyoles televisió. Els premis Zapping es van lliurar dijous a la nit a Barcelona i els atorga l'Associació de Consumidors de Mitjans Audiovisuals de Catalunya i, a diferència d'altres reconeixements, premien la qualitat per damunt de l'audiència.

*Ad libitum*, presentat i coordinat per la periodista Elisenda Vidal, és un espai quinzenal, inicialment de deu capítols, que va començar al setembre i es va acabar al gener passat. Ara se n'està valorant la continuïtat. Durant 25 minuts es parla dels diversos vessants de la música,



La periodista Elisenda Vidal, flanquejada pel director de TV Girona, Àlex Martí -esquerra- i el càmera i editor Xevi Mario ■

essencialment clàssica. Hi ha actuacions, explicacions dels professors, les activitats del Conservatori i disposa d'una secció feta pels alumnes de l'aula

de Cultura audiovisual, en què ells mateixos interpreten una obra i l'enregistren amb les càmeres del Conservatori. L'objectiu del programa

és difondre la música i fer-la més propera als espectadors en general, i no només pels melòmans.

Elisenda Vidal Comellas (Molins de Rei, 1970)

és llicenciada en Ciències de la Informació i ha estat redactora i presentadora de diversos programes de TV3 i TVE, com ara *Un tomb per la vida*, que va di-

## Guardons a altres programes destacats

En aquesta mateixa edició, entre d'altres han estat guardonats el programa *Generació digital* (Millor programa cultural/divulgatiu), el videojoc infantil *Tadeo Jones: El Videojuego* (Sony), així com el programa *Días de Cine*. Al mateix temps, el premi a la millor actriu ha estat per a Michelle Jenner (*Isabel*) i l'actor Tristán Ullo (*El tiempo entre costuras*). El millor presentador ha estat Joan Ramon Bonet (*Lo sabe no lo sabe*) i el millor programa d'entreteniment és l'únic guardó *ex aequo* per a *Masterchef* i *Oh happy day*.

rigir Joaquim M. Puyal (1993-94), *Un paseo por el tiempo*, amb Julia Otero (1995-96), *L'indret de la memòria*, amb Marcel Gorgori (1995), *Nit d'arts, òpera i dansa* (1998) també amb Gorgori, i *Crònica d'avui i Connexions* amb Maria de la Pau Huguet (1999-2002), *Ara o més*, amb Josep M. Bachs (2003) i *La Marató de TV3* (1995). Des del 2007 és tècnica de gestió cultural del Conservatori de Girona. Del 2007 al 2010 ja va produir i presentar el programa musical *Pizzicato*, a TV Girona, finalista del premi Zapping del 2008. ■



## La democràcia i els mitjans

# L'art de llegir la premsa

La verdadera garantia de la llibertat d'informació és un públic amb criteri per jutjar les notícies

SALVADOR  
Giner



**A**ls països democràtics no hi ha el que anomenem, per comoditat, un públic, sinó un conjunt de públics. Aquesta veritat és tan elemental que només les tiranies modernes, és a dir, totalitàries, assumeixen que hi ha un únic públic digne d'aquest nom, ja que els altres es consideren delinqüents, ja que no una altra cosa són els dissidents, els que tenen la valentia de no coincidir amb la ideologia oficial.

Sempre em sorprèn sentir de tant en tant que això (referint-se al nostre país) no és una democràcia, sense matisos. Certament, Espanya posseeix una democràcia que s'hauria de millorar, i que és defec-tuosa, com ho són tantes altres democràcies, molt respectables i fins i tot veïnes nostres. Però és plural, i ho és no només perquè hi ha partits per a gairebé tots els gustos (i algun per a disgustos), sinó perquè hi ha una premsa lliure.

**COSA QUE** afirmo no perquè no hagi tingut mai un problema amb el que he anat dient a la premsa, i molt menys encara amb un diari com aquest, que té la virtut d'una obertura a la majoria de la nostra societat, i a les seves necessitats, molt superior a molts altres comparables a ell. (Un compliment que no penso repetir ni en vull abusar, perquè no són el meu estil les lloances). El cas és que no

hi ha res que plagui més al ciutadà rondinaire, espècimen abundant a totes les Espanyes, que afirmar que no som demòcrates, o que el país tampoc ho és. Naturalment, qui així s'expressa assumeix que ell és molt demòcrata.

**DIR QUE** no «hi ha premsa lliure» perquè tota està dominada per grups d'interès més o menys sinistres, o per periodistes engalipadors, és transformar el sa escepticisme (redundància: l'escepticisme sempre és sa si la dosi és forta) en immoral cinisme. Reconèixer que cada col·lectivitat –els financers, els sindicats, els gremis professionals, els nacionalistes d'aquest o aquell bàndol– fan tot el que poden per imposar la seva versió de la veritat –que coincideix sospitosament amb els seus interessos– no comporta que no hi hagi llibertat de premsa, encara que potser no tota la que s'hauria de desitjar.

Assolir i mantenir l'ideal que el periodista i els seus lectors no trenquin el pont que els uneix és un objectiu més ardu del que sembla. El periodista sap que la relació amb el públic lector és sempre més fràgil que la que hi ha entre ell i els suposats interessos més o menys ocults als quals els més maliciosos suposen que serveixen. Com diuen pels passadissos del *Times* londinenc, quan els periodistes comencen a



MARÍA TITOS

**La recerca de difusió i de publicitat pesa sobre els diaris, però no anul·la la seva autonomia**

cansar-se d'un tema o notícia, el públic lector sobirà comença a interessar-se seriosament per aquesta mateixa qüestió. En aquest món, molt em temo, pràcticament no hi ha ofici seriós que no tingui les seves dificultats o absències de sintonia amb el seu entorn, el seu públic o clientela.

Més enllà d'aquest assumpte, el que és essencial per a la llibertat de premsa no és ella en si mateixa sinó l'existència d'una col·lectivitat de lectors tan àvida d'assabentar-se del que passa, o el que es pensa, com de jutjar pel seu compte el que llegeix. L'essència de la qüestió està en mans del lector i no tant del pe-

riodista. Posseir una ciutadania crítica lectora, ser un poble culte –per usar una vella expressió– és més crucial encara que gaudir d'un bon col·lectiu de periodistes i savis coneixedors de l'interès comú de la gent.

En nombroses escoles de periodisme s'ensenya, amb la premsa diària a la mà, l'exercici de la lectura crítica. Però tinc la impressió que amb l'excepció lògica i natural de les facultats de Ciències de la Informació –nom una mica pompós per a les escoles universitàries de periodisme i comunicació– no es dedica l'atenció deguda a com la mateixa premsa ha de ser sempre una mica incòmoda per a molts dels seus propis lectors.

**LA COMPRESIBLE** obsessió per assolir sempre cotes de venda superiors a les del teu veí –i en molts casos copar una part cada vegada més gran de la publicitat i els ingressos que l'augment de la difusió suposa– distorsiona les coses i permet una llibertat de premsa massa mediatitzada per forces molt tèbiament amigues de la veritat, quan no hostils a ella. Però això no prova que no existeixi. Està en mans del lector. Un país de lectors més exigents amb la veritat que amb la valoració d'aquesta per uns o altres quan l'hi expliquen és el que necessitem.

En el món de la premsa són tan importants uns lectors capaços de cultivar l'art de llegir-la sempre críticament com uns professionals dedicats dia rere dia a transmetre el que passa, l'opinió i, amb freqüència, fins i tot la pura veritat en lletra impresa. ■

**Sociòleg.**



# Los piratas culturales se quedan sin su tesoro

La retirada de enlaces de SeriesYonkis muestra una ruta efectiva para defender los derechos de autor en Internet

G. BELINCHÓN / T. KOCH, Madrid

Mientras los focos del cine miraban el pasado fin de semana hacia los Oscar, en España, y en la sombra, la industria descubría otra razón para celebrar. SeriesYonkis, la web de enlaces más famosa, acallaba siete años de polémicas, éxitos —hasta 5,5 millones de usuarios únicos al mes, estupendos ingresos publicitarios— y liderazgo del filibusterismo filmico. Una nueva esperanza contra la piratería salía a la luz. Antes la industria se centraba en cerrar webs. Ahora resulta que la presión también puede acabar vaciándolas, eliminando sus enlaces a contenidos ilegales. “Si una relojería vende relojes robados, y el dueño dice no saber de dónde proceden, aprehendemos la mercancía ilegal. ¿Por qué no lo tienen tan claro en Internet?”, pregunta Enrique Cerezo, presidente de EGEDA, la entidad de gestión de derechos de los productores audiovisuales.

La empresa propietaria de SeriesYonkis, Burn Media, SL, eliminó el 1 de marzo sus enlaces a

contenidos ilegales sin un dictamen judicial que le obligara, pero tal vez empujada por el caso contra ella que sigue abierto desde 2008 en el Juzgado número 1 de Murcia. La fiscalía pidió el mes pasado el cierre cautelar de SeriesYonkis, PelículasYonkis y VideosYonkis. Ya no hará falta.

**Ya no se va a los juzgados. Se acude a las webs con un listado de ‘links’**

Sobre las razones de la retirada únicamente hay hipótesis. ¿La reforma de la Ley de Propiedad Intelectual? ¿Un botín ya suficiente? A saber: el dueño de Burn Media, SL, Alexis Hoepfner, no contestó a un correo electrónico de este periódico. Tampoco quieren hablar David Martínez y Jordi Tarmargo, cofundadores y anteriores propietarios de Burn Media, SL. Los datos sí testifican que SeriesYonkis recibió en enero 2,4

millones de usuarios únicos en España, según ComScore. ¿A dónde irán ahora? Probablemente, a las descargas P2P (entre usuarios) y a páginas parecidas, como SeriesPepito. Un portavoz de esta web aceptó contestar, pero desapareció tras recibir las preguntas.

En el fondo, los piratas nunca lloran a los caídos. En 2011, el cierre de Megaupload, la web de descargas de Kim Dotcom, fue interpretado como un golpe mortal a la piratería. Pero florecieron las alternativas y el negocio siguió como si nada. En ello, España es puntera. “Es un gran mercado para nosotros”, asegura Dotcom.

Sin embargo, quizás algo esté cambiando. En febrero, la sentencia del caso Svensson del Tribunal Superior de Justicia Europea alegró a la industria española. La Asociación Sueca de Periodistas denunció a una empresa de su país por enlazar noticias de sus medios. El tribunal dio la razón a la asociación y, a grandes rasgos, señaló que esas webs violaban derechos de propiedad intelectual. “Los enlaces se consideran comunicación pública y eso ayuda a





A la izquierda una usuaria de SeriesYonkis. A la derecha, David Martínez y Jordi Tamargo, fundadores de la web. /CRISTÓBAL MANUEL

perseguir cualquier *link* ilegal", aclara un abogado español. Porque las webs más conocidas en España no albergan contenidos ilegales, sino que redirigen a ellos: alojan listados de películas y los enlaces para verlas. Sus ingresos nacen de la publicidad, "muchísima y de grandes empresas, atraídas por los muchos usuarios", cuenta un empresario del cine. "Esas compañías se escudan en que no saben, que deciden sus centrales de medios [agencias que gestionan sus cuentas], que discriminan por cantidad de usuarios. Ya, pero bien que no aparecen en webs porno".

Desde hace meses, productoras y distribuidoras recurren a un bufete madrileño de aboga-

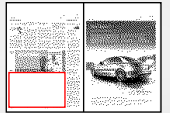
dos (el único que realiza esta labor en España). Entre otras tareas, los letrados rastrean los enlaces ilegales en webs españolas. "El usuario de España recurre a páginas de su país, que están en el Registro Mercantil. Sabes a quién acudir con tu listado de enlaces para que los retire", cuenta alguien que trabaja con ese bufete. "Vas de buenas. Si no respondes, empiezas con medidas imaginativas, antes de pasar al juez".

Este sistema está funcionando. Ha acabado con SeriesYonkis, CineTube está sin enlaces y se están vaciando otras webs. Además, la industria prepara nuevas luchas. Por ejemplo, contra los anuncios de películas que estas páginas ni tienen. El usuario que cliquee en "descargar" acaba en

otra web que le pide su número de móvil: empezará a recibir SMS que le cobrarán como si estuviera suscrito a un videoclub. "Es publicidad fraudulenta. Terminas en webs con cuatro películas —de las que si tienen derechos— sin ninguna relación con lo que buscas", cuenta un cliente de los abogados.

Ese rastreo de enlaces tiene un precio: la minuta de los letrados. "Por ahora es lo único que funciona", cuenta ese cliente. "Hollywood nos ha abandonado, no invierten en España contra enlaces ilegales. Cada vez somos un mercado más pequeño por la piratería y se están centrando en China o Rusia". Cerezo lo niega: "Las *majors* están a nuestro lado. En España la legislación está mejorando, pero la justicia es lenta. Los casos se alargan hasta cinco años". En todo caso, el nuevo embajador estadounidense en España es un ejecutivo de la cadena HBO, con claras instrucciones de trabajar contra este problema. Y miembros del Gobierno estadounidense y jefes de Hollywood ya han visitado España para hablar de piratería.

Por ahora, la mayoría de las webs de enlaces atiende a los abogados. Pero nada cambiará mientras, dicen las fuentes de este reportaje, no cambie la educación. Valga el ejemplo de *Cuerdas*, de Pedro Solís. Ganó el Goya al mejor corto de animación. Pero alguien lo colgó en YouTube. Y adiós a su posible carrera comercial y festivalera.



Que aixequi la mà la lectora que no hagi estat objecte d'un acte de violència masclista, la màxima expressió de la desigualtat entre homes i dones. Una forma idònia perquè el dia internacional de la dona no es quedi en una jornada testimonial és la de fer sortir a la llum tota aquesta realitat, encoberta amb la paraula més criminal, *normal*. És un fet significatiu que la primera enquesta sobre la violència contra les dones als 28 països de la Unió Europea, la més àmplia i més profunda mai feta fins ara, hagi corregut a càrrec de l'Agència per als Drets Fonamentals de la Unió Europea (FRA). Si un terç de les europees pateixen agressions físiques i sexuals no és una dada susceptible de ser arxivada en una carpeta concreta. Perquè les xifres del sondeig fracturen els fonaments en què encara se sosté Europa, els seus valors i el respecte als drets humans. Amb la macro-enquesta a la mà, la ciutadania europea es pot preguntar què fer amb aquesta taca en el seu expedient de cultura, d'educació, d'economia, de drets i de cohesió social. O assumir l'existència d'un conflicte intern pel qual s'estableixen, d'entrada i per gènere, més d'un nivell de desenvolupament, oportunitats, atenció i seguretat. Quantes dones, després de conèixer l'informe, han recordat episodis de violència, en qualsevol de les seves múltiples formes. Les que saben identificar-la, és clar. Tocar, dir, forçar, insinuar.



## Violenta Europa

«Hauríem de preocupar-nos perquè en un lloc amb democràcia les dones tenen por de denunciar la violència que s'exerceix contra elles», es va sentir aquesta setmana en la presentació de l'informe a Brussel·les. ¿Què pensaríem si algú no denunciés el robatori del seu cotxe o de la seva cartera? ¿Sospitaríem d'aquesta persona? Els nivells de confiança femenins en la protecció, l'atenció o el càstig de l'agressor són tan baixos com si es tractés de països sense justícia, policia o societat desenvolupada.

L'existència de categories ciutadanes diferents està tan arrelada que el terme normal es converteix en un monstre que silencia aquestes agressions diàries i a tot arreu denunciades per la UE. ¡Que caigui aquest gegant! No és *normal* la violència, no ho és tampoc en el si de la família, i aquesta no és una societat *normal* ja que hi conviuen no tan sols els agressors amb les agredides, sinó les persones que callen encara que tot transcorri davant dels seus ulls. Sota el paraigua de la falta de lleis també s'hi amaga una gran part de la societat, especialment feridora en el cas dels legisladors. Quan aquesta setmana va ser llançat a la cara de la Comissió Europea l'informe de violència, aquesta es va defensar citant unes quantes directives. Tenim legislació europea i en tenim de cada Estat, així que la pregunta és: ¿per què no s'aplica completament?

La violència contra les dones és específica perquè té lloc contra elles pel fet precisament de ser dones. D'aquí ve que en totes les seves formes, i n'hi ha de noves com les desenvolupades en el ciberespai, no es distingeixi ni edat ni condició. L'extensió de les agressions a la UE desmenteixen l'estereotip de vincular l'agressió amb la falta de recursos i crida a corregir aquest efecte rutinari pel qual només se li dona visibilitat a la violència quan aquesta ja ha causat la mort. Les dades i les explicacions de les 42.000 dones enquestades ens criden que a l'assassinat s'hi arriba a través del plàcid camí de la *normalitat* amb la qual s'accepta la violència quotidiana a tot arreu. Les lleis no poden lluitar contra la campanya per les suposades denúncies falses malgrat que les xifres són contundents: les denúncies per violència estan molt per sota dels actes de violència generalitzada a tot Europa. Les dades són necessàries. Negant aquesta realitat desatenem les necessitats de milions de dones i els seus fills i reproduïm el seu patiment. ¡Oh, Europa!



defensoraigualdad@elperiodico.com  
web: defensora.elperiodico.cat



# Los límites del retoque fotográfico

**DEFENSOR DEL LECTOR.** Las herramientas de edición digital permiten una notable manipulación de las imágenes, su empleo debe ceñirse a correcciones técnicas mínimas

**TOMÀS  
DELCLÓS**



El *Libro de Estilo* de este diario, cuando aborda el tratamiento de la fotografía, establece que está prohibida toda manipulación que no sea estrictamente técnica o destinada a preservar la identidad de menores o personas amenazadas.

Para precisar el alcance de esta prohibición aclara que ni siquiera se podrá invertir una fotografía con el propósito de que la cara de la persona fotografiada dirija su vista a la información que acompaña a la misma. La manipulación, en-

tendida como supresión, añadido o recolocación de elementos que aparecen en la imagen, es un concepto diáfano y unánimemente aceptado. Todo el mundo la reconoce, por ejemplo, en las grotescas desapariciones de personajes caídos en desgracia en documentos de la época estalinista.

Sin ir tan lejos, este enero, la agencia AP prescindió de un prestigioso colaborador, premio Pulitzer, por haber alterado una foto suya en Siria borrando del suelo de la escena un detalle: la cámara de un compañero. Con ello, dijo, pretendía que el lector no desviara la mirada del combatiente protagonista de la imagen. Al mismo tiempo, acentuaba la singularidad de su testimonio, no había na-

die más. Sin embargo, hay un terreno más confuso al analizar la manipulación fotográfica: el tratamiento del original en el proceso de edición.

El *Libro de Estilo*, con un redactado de la época analógica, salva de la prohibición los manejos técnicos derivados de la edición periodística, eliminación de efectos de revelado o transmisión. Correcciones de tono en el color o ajustes de grises entrarían en esta práctica que ya existía en los laboratorios de revelado. Pero la tecnología digital de procesado de las imágenes ha multiplicado las posibilidades... y las tentaciones de mejorarlas, buscando un impacto estético, más allá de lo que podría entenderse por una corrección técnica.

En este diario se ha vivido un episodio que ha reavivado este debate.

Se trata de la publicación de una colección de imágenes sobre las obras en el canal de Panamá cuyo propósito inicial, según informa el departamento de Fotografía, por parte del autor, no era periodístico y que el diario publicó como elemento informativo, decisión que se tomó ante la carencia de testimonios gráficos de las citadas obras. No se deben publicar este tipo de originales procesados, por ejemplo, con técnicas para obtener un "alto rango dinámico" (HDR en sus siglas en inglés) que presentan un resultado espectacularmente pictórico.

En los comentarios al reportaje en el

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



## Los límites del retoque fotográfico

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

digital ya se produjo un intenso debate sobre la cuestión. Aquí, resumo una carta remitida por José Antonio Sanahuja. "EL PAÍS cuenta con algunos excepcionales reporteros gráficos en su plantilla, y las fotos que publica se han caracterizado por la ausencia de retoques, y no he encontrado casos de procesado intensivo como el del reportaje citado (...) Un diario de referencia, como es EL PAÍS, debería tener criterios más claros al respecto. Quizás la referencia del *Libro de Estilo*, redactada en tiempos de la fotografía analógica, es demasiado genérica para los tiempos de la fotografía digital, de Adobe Photoshop y de sus *plug-ins* para añadir rango dinámico y dramatismo artificial a las fotografías". La carta concluye recordando que World Press Photo ha modificado el protocolo para aceptar originales. Como explicaba este diario, ha decidido endurecer sus normas sobre edición de fotografías para "determinar en qué grado las imágenes se han mejorado en la posproducción". Los aspirantes tendrán que facilitar sus

originales sin tratar. A partir de ellos, los expertos realizarán un análisis caso a caso para determinar el grado en que las fotografías han sido tratadas después de ser tomadas comparando el resultado final con el original.

Al margen de este caso, he solicitado al redactor jefe de Fotografía del diario, Ricardo Gutiérrez, que interviniese en la reflexión sobre los límites de la "manipulación técnica" de las fotos informativas, aquellas en las que el fotógrafo no interviene en la organización del referente (a diferencia, por ejemplo, de un retrato de estudio donde puede haber iluminación artificial, estilismo, decorados...), simplemente refleja lo que ha visto, son imágenes con valor de testimonio.

"Toda imagen es subjetiva en tanto en cuanto el autor tiene la posibilidad de encuadrar y capturarla en el instante que él ha escogido. A veces es necesario optimizar alguna fotografía, para corregir alguna dominante cromática, darle los niveles óptimos para la transferencia a rotativas, en algunos casos se debe encuadrar el original por motivos de maquetación... No contemplamos la eliminación de elementos que molestan en la imagen, solamente la inserción de un pequeño mosaico para preservar la identidad. Por tanto, toda intervención

que transforme la fotografía, la esencia de la misma, la rechazamos de plano y únicamente admitimos la mejora cromática de la imagen. En algunos casos hemos ensamblado distintas imágenes para dar la secuencia de un suceso, pero en estos casos se ha advertido en el pie de foto".

Indudablemente, una foto es una mirada, la de su autor, y es totalmente vigente aquella reflexión de Godard que consideraba la decisión sobre el cómo se

### El manoseo digital en busca de efectos estéticos no está permitido

usa la cámara como una cuestión moral, ya que supone una elección de cómo se contempla la escena, un punto de vista. Pero admitido eso, otra cosa muy distinta es el manoseo digital, algo no permitido, de la imagen que no busca la visibilidad sino conseguir llamativos efectos estéticos. Agencias como Reuters o AP tienen un detallado catálogo de los procesos de edición permitidos y prohibidos. En el caso de AP, un ejemplo, se aclara que ajustes menores son aceptables en

el color y en la escala de grises, pero deben ser los mínimos necesarios para una clara y correcta reproducción, que restauren la auténtica naturaleza de la fotografía. El citado código llega a prohibir la supresión de los ojos rojos en una foto tomada con flas.

En enero de 2012, *The Washington Post* publicó en portada una foto de un avión sobrevolando un puente sobre el río Potomac. Se trataba de una imagen conmemorativa del accidente ocurrido en el lugar en 1982. La imagen estaba tratada y en el pie foto, el diario hizo constar que "esta imagen es una composición creada tomando varias fotos y tratándolas en un programa informático para trascender las limitaciones visuales de la fotografía estándar". El código de *The Guardian* precisa que las fotografías digitalmente mejoradas o alteradas, montajes e ilustraciones deben estar claramente etiquetadas como tales.

La aceptación de retoques en el proceso de edición debe siempre interpretarse de forma altamente restrictiva, aunque este concepto ni acota todas las dudas ni cierra el debate.

Los lectores pueden dirigirse al Defensor del Lector al correo electrónico [defensor@elpais.es](mailto:defensor@elpais.es) o telefonar al 913 378 200 o al 934 010 500.



## ESTRENA

# Bibiana Ballbè torna a El 33 amb més 'Caràcter'

## ► El programa pretén donar visibilitat al tarannà creatiu

OLGA LERÍN  
BARCELONA

Un «no format», que és un «nou format». Així defineix la periodista Bibiana Ballbè *Caràcter*, el nou programa que presenta des d'avui a El 33 (21.50 hores). La comunicadora debuta, a més, com a directora d'un espai de 30 minuts que pretén «donar visibilitat al tarannà creatiu» del territori i ser «un punt de trobada» de la cultura emergent.

A més, un altre dels objectius de *Caràcter* és innovar des del format televisiu mateix. Així, l'espai no té càrtila, ni sintonia, ni entradetes, ni mirades a càmera, ni veu *en off*. «Trenca amb l'abecé dels programes», diu Ballbè, que el 2012 es va veure immersa en la polèmica perquè la seva última aposta, *Bestiari il·lustrat*, va simular uns trets al Rei. L'episodi va fer que la mateixa presentadora i el convidat del capítol, l'escriptor Jair

Domínguez, prestessin declaració davant el jutge per un possible delicte contra la Corona. El cas continua la seva instrucció.

En el marc d'un conveni firmat entre la Conselleria de Cultura i la Corporaci3n Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) el 2009, l'equip de *Caràcter* s'ha instal·lat al Mediquiosc, un espai de l'Arts Santa Mònica que es convertirà en el centre de producci3n del programa. «Ens farem



►► La periodista Bibiana Ballbè.

ressò de les iniciatives que s'hi portin a terme, però també del que passa a la resta del país», especifica Ballbè, que una vegada al mes organitza una activitat a l'equipament de la Rambla.

**FORA DE GUIÓ //** Sobre els continguts, la periodista va recalcar que la pretensi3n és fugir del «guió previsible», i cada entrega promet ser «diferent», encara que amb la voluntat de «mantenir l'equilibri natural» entre artistes consagrats i emergents. Així, en cada edici3n –que s'iniciarà amb una seqüència de fotos de cares de gent anònima– hi participen quatre o cinc creadors que es descobriren de diverses maneres: en el seu àmbit de treball, en uns cara a cara entre ells o en una conversa amb la periodista. Entre aquests hi ha Neus Ballús, Franc Aleu, Isaac Marcet, Juanjo Sáez, Mario Eskenazi, Albert Serra, Vicenç Altaió, Kike Maïllo i J. A. Bayona. ■





Joaquim Maria Puyal va anunciar el naixement de Weloba ahir. ARA

## LaTdP.cat es transforma en Weloba per parlar del Barça al món

JOAN CALLARISSA

Joaquim Maria Puyal va anunciar ahir, abans de la transmissió del partit del Barça a Valladolid a través de Catalunya Ràdio, el naixement de la web Weloba.cat, un mitjà en català, castellà i anglès que pretén ser útil als milions de seguidors que té el Barça arreu del món. El periodista va explicar que la "bona acollida" de la seva web d'informació blaugrana LaTdP.cat "entre la *culerada*" ha portat el mitjà a fer "un pas endavant" i canviar de nom per mirar "al futur". La nova web es diu Weloba.cat, un domini que ja és l'oficial i al qual es redirigeix els usuaris que escriuen LaTdP.cat al navegador. El nom escollit sintetitza la frase en anglès "We love Barça".

Segons va explicar Puyal, amb aquest "pas multilingüe" LaTdP "creix i es fa gran" per convertir-se en aquest "nou mitjà", que té "moltes limitacions" però també compta amb

"molta ambició". Puyal va demanar als seus oients de Catalunya Ràdio que no demanesin explicacions a cap mitjà ni grup mediàtic pel que es publiqui a Weloba.cat. "És responsabilitat només d'un grup de professionals", va dir, que són "emprenedors". El locutor va recordar que aquesta web "no és l'oficial del Barça" i que "de moment" estarà disponible en aquests tres idiomes. També va afirmar que la reformulació de LaTdP per la qual han apostat ell i els seus companys "fa pioner el Barça també en això".

La nova web, que ha canviat d'imatge respecte a LaTdP, té una carta manuscrita de Puyal en què s'explica que la pàgina vol ser "un punt de trobada de barcelonistes de tot el món". "Ara volem obrir-nos al món i orientar el nostre esforç també cap a la globalitat, pensant en tots els barcelonistes que, siguin o no catalans, viuen en qualsevol lloc del planeta", escriu Puyal en la missiva. ■



## México

# El Gobierno impone límites a Televisa y las empresas de Slim

EFE CIUDAD DE MÉXICO

La autoridad mexicana de telecomunicaciones ha impuesto una serie de obligaciones y límites a dos de los grupos empresariales más importantes del país, Televisa y el conglomerado controlado por Carlos Slim. Ambos han sido declarados «agentes económicos preponderantes», lo que implica una serie de medidas y obligaciones «restrictivas de importancia». Entre ellas, deberán «poner su infraestructura de radiodifusión a disposición de terceros en forma no discriminatoria y no exclusiva».

El Grupo Televisa anunció en un comunicado que en los últimos días el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) había tomado una se-



CARLOS SLIM

rie de resoluciones que afectan a la compañía «en muchas áreas relacionadas con sus negocios de radiodifusión y televisión de pago».

Entre ellas, mencionó su definición como compañía preponderante, la convocatoria a una licitación pública de las frecuencias para formar al menos dos cadenas de televisión en abierto y las directrices para la retransmisión gratuita de los canales de televisión en abierto en los sistemas de señal cerrada. Asimismo, impone «la prohibición de adquirir en exclusiva derechos de transmisión de contenidos audiovisuales relevantes».

El IFT alude a los esfuerzos para eliminar monopolios y favorecer la competencia en el sector.



**R7**

**Píndoles**



**Assange: «els periodistes són nous tipus de refugiats»**

El fundador de WikiLeaks, Julian Assange, va comparar ahir els periodistes nord-americans que cobreixen els temes de seguretat nacional amb «nous tipus de refugiats», durant una xerrada emesa per videoconferència.

**El futur de l'antiga Comissió del Mercat de les Telecomunicacions**

# La nova llei de Telecomunicacions buida de contingut la seu de Barcelona

## El regulador sectorial, ja integrat a la CNMC, perd més competències davant Indústria

**MAR GALTÉS**  
Barcelona

La nova llei General de Telecomunicacions, que està en l'última fase de tramitació parlamentària, inclou el traspàs al Ministeri d'Indústria d'una vintena de competències que fins ara corresponen a la Comissió Nacional de Mercats i Competència (CNMC), l'organisme regulador que se suposa independent i que es va crear

**SENAT**

**CiU presentarà demà esmenes per evitar que es perdin 122 llocs de treball**

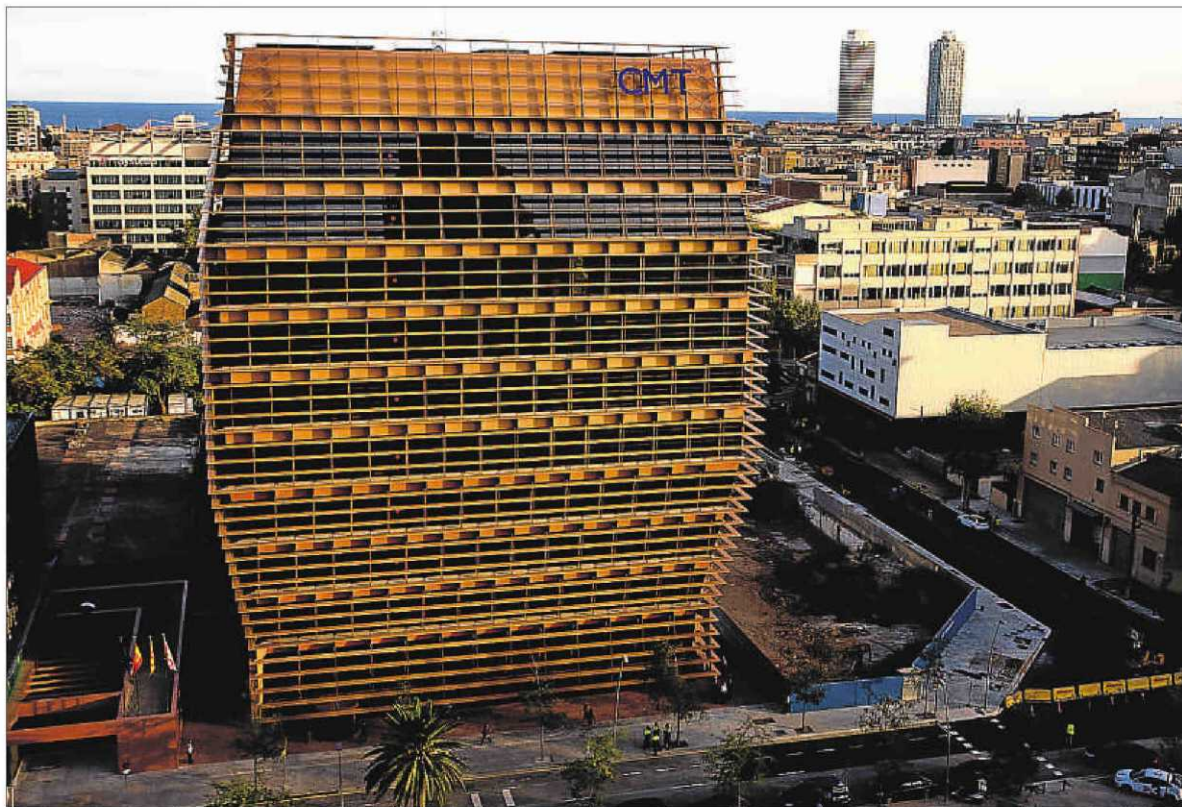
**COMISSIÓ EUROPEA**

**Brussel·les va alertar el 2013 de la pèrdua d'independència del regulador**

L'any passat de la suma dels diferents reguladors sectorials (la Comissió Nacional de l'Energia, la Comissió de la Competència, la ferroviària, la postal, l'aeroportuària, el Consell Estatal de Mitjans Audiovisuals i la Comissió del Mercat de Telecomunicacions, la CMT, amb seu a Barcelona).

En el moment de la integració, va ser la mateixa CMT que va alertar que la mesura centralitzadora impulsada pel Govern del PP –defensada amb l'argument de la millora de l'eficiència– posava en risc l'autonomia de l'organisme regulador de les telecomunicacions. El març del 2013, una esmena de CiU a la llei que creava el regulador únic va aconseguir registrar el compromís que la direcció d'Instrucció de Telecomunicacions i Serveis Audiovisuals (de la CMT) mantingués la seu a Barcelona. A la pràctica, això significa que els consells de direcció se celebren a Madrid, però que al flamant edifici propietat del regulador a Barcelona hi continuen treballant 122 persones. Però ara, davant el traspàs de competències al Ministeri d'Indústria, temen que estiguin en joc els seus llocs de treball.

La llei General de Telecomunicacions ja s'ha aprovat aquest mes de febrer al Congrés amb els vots favorables del PP, el PSOE i CiU, que resumeixen que la llei està orientada, a "reduir la fractu-



LLIBERT TEIXIDÓ / ARXIU

**Una seu infrutilitzada.** L'edifici del 22@ que va ser seu de la CMT i allotja ara la direcció d'Instrucció de Telecomunicacions i Serveis Audiovisuals va costar 62 milions d'euros i es va inaugurar el 2010

ra digital, millorar la universalització de la banda ampla, el desplegament de les xarxes de telecomunicacions i els drets dels usuaris". Malgrat això, el grup parlamentari català prepara ara una esmena per intentar recuperar les competències de la CNMC que s'han perdut en el pas de la llei pel Congrés.

Segons fonts pròximes al consell de la Comissió, les competències que es perden a favor del Mi-

nisteri d'Indústria tracten aspectes de seguretat i connexió de xarxes, registre d'operadors, gestió de la numeració i portabilitat, gestió de l'activitat de les comunitats autònomes, arbitratge, assessorament al Govern en matèria de regulació, i funcions d'inspecció. Anteriorment en altres lleis ja s'havien perdut, a favor d'Indústria, el registre audiovisual i la gestió de taxes.

Segons les mateixes fonts, la

Comissió Europea va enviar l'estiu del 2013 una carta al Govern espanyol en la qual expressava les seves pors sobre la pèrdua d'independència de l'organisme regulador si es traspassaven competències al Ministeri d'Indústria. Uns mesos abans, el febrer del 2013, la comissària europea Neelie Kroes, durant una visita a Barcelona pel Mobile World Congress, havia obtingut del ministre d'Indústria José Manuel

Soria, el compromís de mantenir les competències de la CNMC, organisme que presideix José María Marín.

Però ara des de l'entorn de la CNMC s'assegura que aquest organisme ja és "el regulador europeu amb menys competències en matèria de telecomunicacions". I afegeixen que les competències sobre l'audiovisual que s'havien de transferir des d'altres organismes cap a la CNMC tampoc no han arribat.

Aquesta nova mesura cap a la concentració de les competències de les administracions suposa també a la pràctica enterrar definitivament el somni de tenir a Barcelona un gran centre de poder que actuï d'imant de la indústria de les telecomunicacions i l'audiovisual. De fet, quan es va construir el gran edifici de la CMT al districte del 22@, es va arribar fins i tot a pensar en la possibilitat d'atreure la seu del regulador europeu Berec, que finalment es va instal·lar a Riga (Letònia).●

## Un acord polític i 62 milions d'euros

L'edifici per a la seu de la Comissió del Mercat de les Telecomunicacions es va estrenar el 2010. Situat al districte tecnològic de la ciutat, el 22@, va necessitar una inversió que es va xifrar en 62,5 milions d'euros. Consta de deu plantes, a més d'un auditori situat a la antiga fàbrica tèxtil rehabilitada de

Can Tiana (que és patrimoni industrial de la ciutat). En total, més de 12.000 m<sup>2</sup>, on podrien treballar més de 800 persones i on ara n'hi ha amb prou feines unes 120.

La seu de la CMT es va ubicar a Barcelona el novembre del 2005, després d'un acord d'alt voltatge polític entre els llavors president del

govern, José Luis Rodríguez Zapatero; el ministre d'Indústria, José Montilla, i el president de la Generalitat, Pasqual Maragall. L'acord, a més de voler fomentar l'activitat tecnològica a la ciutat, es va vendre com un primer pas cap a una bicapitalitat de Barcelona que de seguida va quedar en paper mullat.



Els perills de la xarxa

# La ciència dissenya un detector per caçar mentides a internet

Diversos investigadors intenten desenvolupar una eina que verifiqui informacions

La Comissió Europea finança diferents treballs per automatitzar-ne la detecció

CARMEN JANÉ  
BARCELONA

**¿**Tot el que es diu a Twitter o s'enllaça a Facebook o LinkedIn és veritat? És clar que no. L'augment de missatges i usuaris, la varietat de fonts i la diversitat geogràfica es confabulen amb rapidesa per difuminar si una informació és certa o és només una d'aquelles notícies que ens han colat perquè, com algú va encunyar en italià, «*se non è vero, è ben trovato*» (si no és cert, està ben trobat). És el repte de la verificació que diversos grups d'investigadors europeus pretenen automatitzar amb eines informàtiques de fàcil ús.

Actualment hi ha diverses iniciatives en curs, algunes finançades per la Comissió Europea, que investiguen en aquest sentit. I la majoria estan vinculades a empreses que preveuen comercialitzar productes amb els resultats ben aviat terminis, si no ho fan ja.

Un d'aquests projectes agafa el nom de PHEME, la deessa grega de la fortuna. Liderat per la Universitat de Sheffield (Regne Unit), preten crear un detector automàtic de mentides per a les xarxes socials que agilitzi una tasca que ara s'ha de fer a mà i barrejant diversos programes. La seva intenció és crear una única aplicació informàtica que detecti si la informació que circula per xarxes socials és un rumor amb èxit, com va succeir en el districte de Londres del 2011, on es va arribar a afirmar que l'Exèrcit havia ocupat els carrers o que estaven cremant zones que no havien vist ni una flama.

**PREMSA I SALUT** // L'estudi, que utilitza dades massives (el que es coneix com a Big Data), se centra en dos àmbits: el periodisme digital i l'entorn de la salut. «En periodisme es pretén originar alertes sobre rumors virals en xarxes socials i avaluar la fiabilitat de la font. En el cas de la salut, els metges podrien rebre alertes d'informacions o desinformacions sobre temes sanitaris, tant en blogs, fóruns de pacients o xarxes socials,

per poder-les contrarestar», explica Tomás Pariente, responsable del projecte a Atos, el soci espanyol, que s'encarrega de la part informàtica.

«Per a la detecció de rumors no només és necessari capturar els tuits. Si busques notícies sobre la situació a Ucraïna, cal capturar els tuits, detectar els usuaris que els produeixen, els retuits, les relacions de l'usuari, la seva ubicació i les pàgines que s'esmenten», afegeix.

L'ambiciós projecte de PHEME té correlació amb un altre també europeu, Social Sensor, que s'enfoca més a la detecció de temes i de com es gesten les recomanacions, sobretot en l'àmbit de l'entreteniment

i comptant fins i tot amb les fotos dels mòbils. Un dels seus socis, l'Athens Technology Center, ha desenvolupat una aplicació, *Alethiometer*, per a mitjans de comunicació que avalua el remitent, el contingut i el context a la vegada i permet atorgar una puntuació de veracitat a una història.

El projecte parteix de recerques desenvolupades per Yahoo Labs Barcelona, que dirigeix Ricardo Baeza-Yates, que fa diversos anys que investiga sobre tots aquests temes. «Fa dos anys el meu equip va analitzar la forma com es difonia la informació sobre el terratrèmol de Xile el 2010 a Twitter i va concloure que el sistema era capaç de regular-se únicament per la intervenció dels usuaris. Les mentides i els rumors es perdien davant altres informacions que els desmentien. Com més activa és la comunitat, més es regula», explica Baeza-Yates.

A l'investigador, vicepresident de recerca de Yahoo per a Europa i l'Amèrica Llatina, li sembla massa ambiciós el projecte britànic. «El repte no és únicament verificar, sinó amb quin grau d'encert fer-ho. No és el mateix el 90% que el 40%, perquè això defineix si es propagarà o no. L'objectiu ha de ser que els falsos positius siguin molt pocs».

**RUMORS AMB ÈXIT I SENSE** // «No és tan fàcil difondre un rumor. No totes les històries tenen èxit», apunta Hugo Zaragoza, investigador i creador de l'empresa Websays, que forma part del projecte Sensei, també finançat per la CE i que analitza «converses» en xarxes socials, trucades a centres d'atenció al client i discussions en pàgines web i blogs per determinar quins temes han de preocupar una empresa. Ells automatitzen part del procés però consideren imprescindible la intervenció humana per treure'n conclusions i elaborar informes.

Altres investigadors, antics alumnes del MIT, fa temps que intenten llançar Veri.ly, un sistema per comprovar informacions de xarxes socials utilitzant la comunitat d'usuaris. ≡

## alguns grans rumors falsos



### EL SUPOSAT IDIL·LI D'OBAMA I BEYONCÉ

Fa menys d'un mes, un fotògraf va explicar en una ràdio francesa que el diari *The Washington Post* publicaria una història sobre un suposat idil·li entre el president dels Estats Units, Barack Obama, i la cantant Beyoncé, i Twitter ho va difondre per tot el món. El mateix diari es va veure obligat a desmentir-ho.



### UN CALAMAR GEGANT ENCALLAT A LA PLATJA

Un espai de notícies humorístiques va publicar la fotografia d'un calamar gegant (espècie que viu a molta profunditat) encallat en una platja de Califòrnia per efecte de la contaminació de Fukushima, i la història la van difondre més d'un milió de persones a Twitter sense captar l'humor de la pàgina que enllaçava.



### LA DENÚNCIA PER TENIR FILLS LLETJOS

Les xarxes socials tenen tirada per reviu històries que s'haurien d'haver oblidat fa temps. El compte de @Malaprensa va alertar sobre l'error a l'haver colat com a autèntica la notícia d'una altra web de notícies humorístiques, en aquest cas xinesa, que deia que un xinès havia denunciat la seva dona per tenir fills lletjos. La notícia va sortir en mitjans seriosos, fins i tot amb variacions en els detalls.

## popularitat

### SEGUIDORS FALSOS QUE ES PAGUEN

#### ADOS EUROS EL MILER

Les mentides a la xarxa no només tenen forma de rumors falsos. No tots els milers de seguidors a Facebook s'han guanyat a cop de clic. Hi ha empreses que ofereixen mil M'agrada a preus que van «des dels dos fins als nou euros», explica Selma Orellana, gerent de l'agència Onbranding. Ho fan a través de bots, xarxes d'ordinadors que van prement a les pàgines que els contracten. El sistema també es fa servir a Twitter per intentar demostrar l'èxit d'una pàgina o una persona.

#### TWITTER REACCIONA

Però aquests trucs no tenen gaire futur i és fàcil desemmascarar-ne els autors, explica Orellana, una prestigiosa especialista en seguretat de les xarxes socials. «Twitter i Facebook estan anul·lant perfils falsos creats per generar seguidors. I els spammers estan derivant cap a Youtube i LinkedIn, sobretot quan hi ha congressos».



## MORTS PER LA GRÀCIA DE TWITTER

Gairebé no es pot parlar d'un personatge famós a qui no hagi matat la voluntat de Twitter, que no pocs vegades ha alertat de morts reals abans que les agències. Entre els casos més reiterats hi ha els de Fidel Castro (amb foto del finat al taüt inclosa), Hugo Chávez (fins que va ser veritat) i Barack Obama, a qui gairebé maten en un fals atemptat. Pel camí al cel de les xarxes hi han anat també Justin Bieber, Lady Gaga i Britney Spears algunes vegades, amb més o menys èxit. Alguns han estat més truculents, com el cas del desaparegut Paul Walker, a qui alguns es van entestar a fer ressuscitar després del seu tràgic accident.



## FALSA ENTREVISTA AMB MIGUEL RICART

Antena 3 TV va amenaçar d'emprendre accions legals si aconseguia esbrinar qui havia difós la història que la cadena emetria una entrevista exclusiva amb un dels assassins d'Alcàsser, Miguel Ricart, després que sortís de la presó per efecte de la doctrina Parot. La notícia es va difondre massivament, amb tota mena de reaccions a les xarxes socials, algunes reclamant el boicot a la cadena. Alguns mitjans van arribar a afirmar que l'entrevista ja estava gravada. Per la mateixa època, les xarxes també es van inundar de falses alarmes sobre la presència de delinqüents sexuals alliberats després de complir la condemna.



## EL FALS VIOLADOR A QUI ASSETJAVEN

La policia va difondre el gener pasat un retrat robot del suposat violador del cùter —que encara no ha estat detingut—, algú el va associar a un jove a qui coneixia, en va donar el nom i cognoms i va difondre la seva foto per Whatsapp. El noi, que no tenia res a veure amb el delinqüent i a més era una persona irreprotxable, segons el seu entorn, va haver de denunciar els fets després de rebre més de 300 missatges amenaçants a Facebook i que 12.000 persones compartissin la falsa història. Un altre cas similar es va produir després dels atemptats de la marató de Boston, quan van fer la vida impossible a un estudiant asiàtic que no tenia res a veure amb els autors verídaders.

# Bombers del tuit

## Grups de voluntaris lidien amb falses notícies en situacions d'emergències

C. J. BARCELONA

Incendis forestals, temporals marítims, accidents i tragèdies diverses, en què es pot produir una situació de descoordinació o de caos, semblen ser pastura adobada per a la difusió de rumors que en un moment concret poden causar problemes als equips d'emergència o dificultar la seva acció. És el cas de quan es demanen voluntaris per a un incendi ocasional o es fa una crida a evacuar una zona quan ja hi ha un dispositiu previst i funcionant. Per evitar aquestes situacions es van crear les xarxes VOST, grups de professionals que en una situació greu es coordinen amb l'objectiu de donar informació fiable i desmentir falsedats o rumors utilitzant les xarxes socials.

«Tenim comptes de Twitter que treballen coordinats per redistribuir informació de serveis d'emergències perquè no es filtrin informacions falses o que provoquin situacions d'alarma innecessària. Els bombers no demanen mai voluntaris, per exemple. El que fem és parlar molt entre nosaltres i estar molt atents a les fonts oficials», explica Josep Lluís Pouy, cap d'emergències de l'Ajuntament de Blanes i community manager del compte de Twitter @VOSTcat, l'equip de voluntaris d'emergències digitals a Catalunya, majoritàriament format per treballadors públics.

L'associació, que es va estrenar l'estiu del 2012 arran d'una devastadora temporada d'incendis forestals a tot Espanya, va néixer inspirada pels seus homòlegs nord-americans @Vost, que l'havien iniciat un any abans a Nova York. Importada la idea pel cap d'emergències del 112 a Madrid, és totalment voluntària, té comptes a totes les comunitats i els seus membres es dediquen a confrontar tot el que els arriba, sobretot els testimonis particulars.

### Fotos tretes de l'arxiu

«Ara, amb el temporal del Cantàbric, hi ha hagut qui ha tuitejat fotos de fa anys, que feien pensar que la situació era pitjor del que ja era o que succeïen coses en altres punts que els reals», explica Pouy.

«En aquests casos has de recordar a la memòria, d'arxiu o de Google Images per saber si són certes. No som infal·libles, però abans de llançar una cosa en parlem». Cadascú a casa seva o en el lloc de treball amb diverses pantalles obertes i tuitejant tota l'estona.

«S'ha de desconfiar quan veus imatges massa sensacionalistes o molt ben fetes, perquè si la gent l'ha captat amb el mòbil, tan bono no deu ser», afegeix. «Hi ha qui penja fotografies professionals de fa anys i les fa passar com a pròpies. Si citen la font, ja mereixen més confiança», explica Pouy com a norma general. Els voluntaris de Vost també han de lluitar amb la suplantació de comptes. Ells en tenen denunciats alguns a la seva pàgina web.

## Els comptes VOST ofereixen missatges contrastats de fonts oficials

## «S'ha de desconfiar de les fotos de mòbil molt ben fetes», avisa un expert

Tenen alguns problemes semblants altres implicats en la difusió de notícies: els periodistes. La cadena pública britànica, la BBC, té un departament exclusiu dedicat a rastrear notícies a les xarxes socials, The Hub, i canalitzar els missatges dels seus usuaris de televisió, ràdio i web. Utilitzen un munt d'eines informàtiques per verificar les informacions, moltes a l'abast de qualsevol, com Tweakdeck, Topsy o Banjo, entre d'altres, i fins i tot corroboren la veracitat de les fotografies amb programes específics, com FotoForensics o TinEye.

Una altra eina a la qual recorre és Storyful, una agència de notícies anglosaxona que distribueix continguts extrets de fonts que consideren fiables en xarxes socials. ≡



# “Facebook nunca vende datos personales de sus usuarios”

**CAROLYN EVERSON**

Vicepresidenta global de Soluciones Publicitarias de Facebook

Tras pasar por Microsoft y MTV, esta experta en marketing fue fichada por Zuckerberg en 2011 para lograr una publicidad adaptada a cada usuario de la red social

BIEL HUGUET ALBONS Madrid

Los problemas de privacidad son la sombra de Facebook. La última polémica ha llegado tras la compra de WhatsApp y las dudas generadas sobre cómo planea la popular red social utilizar los datos de los usuarios de la aplicación de mensajería instantánea. Muchas voces critican que Facebook vende información de sus usuarios a empresas anunciantes, y temen que con WhatsApp amasen más datos. Carolyn Everson niega la mayor. “Somos firmes defensores de la privacidad. Para nosotros, la confianza de los usuarios es fundamental”, dice en una entrevista con **CincoDías**. La directiva defiende que nunca venden datos personales. “Una empresa puede llegar como *target* hasta Carolyn Everson junto con miles de otras mujeres, pero nunca podrá conseguir datos personales míos”, añade.

La directiva, que ha pasado unas horas en Madrid, asegura que Facebook tiene en cuenta tres principios: el control (el usuario decide qué quiere compartir y con quién), la transparencia (las políticas de privacidad son accesibles para el usuario) y la responsabilidad (la agencia de protección de datos irlandesa les audita). Everson detalla que la fórmula de la red social se basa en la observación de tres aspectos: cuántas personas usan el servicio a diario, el nivel de interacción de estas y la utilidad que obtienen de Facebook. “Así se calcula cómo monetizar la audiencia de cara a los anunciantes”.

Según la ejecutiva, los servicios de comercio electrónico y el comercio minorista mostraron mucho interés en la plataforma durante la campaña de Navidad. “Vieron la oportunidad de llegar a muchos clientes potenciales y de hacerles llegar mensajes y ofertas muy específicas”. Everson cuenta que tienen 25 millones de pymes con páginas en Facebook. “De ellas, un millón se anuncian y nosotros somos una fuente de negocio muy importante para ellas”. Un ejemplo es la compañía española Gafá Vintage, que exporta sus productos a todo el mundo: “Sus ingresos han crecido un 30% desde que em-



PABLO MONGE

pezamos a trabajar con ellos y sus gafas están siendo compradas incluso en Hollywood”.

La vicepresidenta de Facebook cuenta que las grandes firmas también empiezan a ver la red social como una plataforma para dar a conocer su marca: “Ven el móvil como el complemento a la pantalla de televisión, ya que cada persona lo consulta unas 100 veces al día”. Este es un fenómeno bastante reciente, pero está en continua evolución.

Everson aclara que hace dos años, las empresas usaban Facebook para tener una base de fans, que defendían y promovían la marca y la información que esta generaba. “En la actualidad, vemos que las compañías pueden acceder de forma más eficaz no solo a sus fans, sino a todo su público potencial, a clientes reales”. Cada empresa se fija unos objetivos. “Por ejemplo, las *telecos* se ocupan de conseguir nuevos clientes, retener a los ya existentes y ofrecerles *upgrades*. En cambio, marcas como Nestlé y Coca-Cola tienen como meta vender más producto o construir más conciencia de marca”.

Según la directiva de Facebook, esta plataforma “ha pasado de ser una red social a ser una matriz empresarial”, y ejem-

Facebook ha pasado de ser una red social a servir de base para que las empresas puedan aumentar sus cifras de negocio”



“Las empresas ven el móvil como un complemento a la televisión, pues cada persona lo consulta unas 100 veces al día”

plifica con la española Iberia, que fue la primera compañía en Europa, Oriente Medio y África (la llamada región EMEA) en usar la solución *Audiencias personalizadas*, una herramienta que hace una equivalencia entre los fans en Facebook y sus correos electrónicos de forma anónima, para conocer mejor a sus clientes. “Así, la empresa tiene la posibilidad de aumentar sus beneficios”.

La red social obtuvo unos ingresos en el cuarto trimestre de 2013 de 2.590 millones de dólares (unos 1.867 millones de euros). De ellos, casi la totalidad 2.340 millones de dólares (1.687 millones de euros) provino de la publicidad. Y de esa cifra, un 53% fue publicidad a través del móvil. Everson aclara que Facebook no se ha marcado ningún objetivo respecto al incremento de su negocio publicitario vía móvil: “Si crece por encima del actual 53%, será por determinación del comportamiento de las personas que usan esta red social”.

En este contexto móvil, Everson insiste en que WhatsApp seguirá manteniendo su modelo después de que Facebook culmine su adquisición: “No incluirá publicidad y seguirá costando al usuario 0,89 euros por año”.

## 9,4 millones de usuarios móviles diarios en España

Facebook sigue creciendo en España. Según Carolyn Everson, la red social tenía el pasado verano 8,1 millones de usuarios de móvil diarios, pero en la actualidad son ya 9,4 millones. Esa cifra es mayor que la de espectadores de un programa de televisión en horario de

máxima audiencia: “Cada vez hay más usuarios de nuestra plataforma en España y se ve un aumento muy claro del uso del móvil, que va a ser muy importante tanto para las pymes como para las grandes marcas”.

La vicepresidenta cuenta que Mark Zuckerberg la

fichó para conseguir que los contenidos de los comerciantes que reciben los usuarios sean tan relevantes como los de su familia y amigos. “Eso implica que un usuario de Facebook debe tener una experiencia enriquecedora cuando entra en la plataforma. El sistema no

es perfecto, pero nos comprometemos en mejorarlo”.

En cuanto al nuevo proyecto llamado Video Ads, la directiva de Facebook explica que, en breve, todos los usuarios ya no necesitarán hacer clic sobre los vídeos para verlos –aunque sí para oírlos–, sino que sus imá-

nes empezarán a moverse en cuanto el usuario entre en la red. “Esta otra forma que tienen los anunciantes para acercarse a sus clientes se ha experimentado con éxito en EE UU”, continuó Everson, quien señaló que “dentro de poco llegará al resto del mundo”.



Empresas & Finanzas

# Los fondos eclipsan a los Polanco en Prisa



A fondo

África Semprún

Periodista

Los fondos *buitre* y las entidades financieras se hacen fuertes en el capital de Prisa. En los últimos 60 días estos inversores institucionales se han hecho con el 18,23 por ciento de la editora de *El País* eclipsando a la familia Polanco que ha visto cómo su participación se reduce desde el 31,6 hasta el 25,5 por ciento por culpa de las sucesivas ampliaciones de capital y emisiones de warrants asociadas a las refinanciaciones de la deuda de más de 3.200 millones de euros. Desde mediados de enero de 2014 y hasta el viernes, han desembarcado en el capital de la propietaria de la cadena *Ser* dos de los 16 fondos que participaron en la última refinanciación de Prisa: Silver Point y Monarch Master, con un 6,24 y un 5,76 por ciento de los títulos, respectivamente. A su vez, Fidelity International, que también está presente en *Atresmedia*, ha aumentado su peso en el grupo de comunicación y el viernes pasado anunció que había alcanzado el 3,15 por ciento del capital, mientras que Deutsche Bank llegó al 3,07 por ciento el 14 de enero de este año.

El desembarco de Silver Point y de Monarch es sólo el primer asalto de los 'fondos buitres' al capital de Prisa, con una familia Polanco en plena retirada. El acuerdo de refinan-

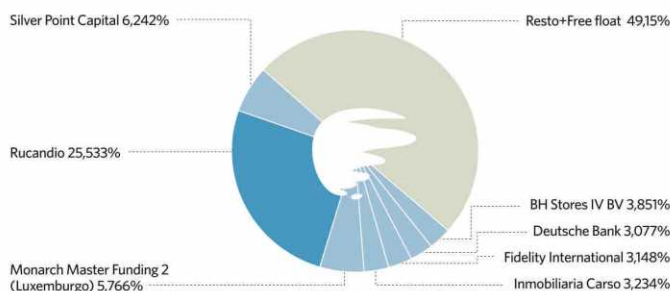
ciación que firmó con los 16 grupos, entre los que se encuentran los fondos que compraron deuda de Prisa en el mercado secundario con grandes descuentos, tienen hasta 2018 para ejecutar los 'warrants' y convertirlos en acciones a 0,26 euros cada una, lo que implica una plusvalía casi automática en este momento en el que el título ronda los 0,40 euros. Así, de momento se ha ejecutado el 12 por ciento de las acciones y, según información remitida a la CNMV, se hicieron 57,27 y 52,89 millones de acciones por cabeza, que al precio pactado implicarían desembolsos de 15,3 y 14,1 millones de euros en cada caso.

A precios de mercado actuales (ayer cerró a 0,45 euros), el paquete de acciones habría costado 25,7 millones y 23,8 millones de euros respectivamente.

Así, todavía quedan pendiente de ejecutar un 5 por ciento, hasta que se llegue al 17 por ciento pactado entre la firma y los fondos, lo que supondría una dilución aún mayor para la familia Polanco, que ya ha dejado de ser accionista de referencia de la compañía, aunque se ha puesto en contacto con inversores mexicanos para tratar de recuperar poder frente a los *distress fund*. CCP Credits Acquisitions, también con sede en Luxemburgo, es el tercer fondo con más 'warrants' de la compañía y en el caso de que no quiera ejecutarlos y dentro de cinco años haga caja en Prisa, se llevará una recompensa de 14,6 millones de euros por haber refinanciado a la compañía. Y es que el plan A para evitar su desembarco en Prisa era pagarles 99 millones a los fondos

## El asalto de los fondos buitres

Accionariado de Prisa



Evolución en bolsa de Prisa, en euros



Fuente: Bloomberg y CNMV.

por reestructurar la deuda en 2018 si había caja. El plan B, el más realista, es la conversión en acciones de los 'warrants'.

## Suben los sueldos, cae la plantilla

La refinanciación de la deuda, que ha terminado por eclipsar a los Polanco, también se ha traducido en un premio para los *capos* de la casa. Juan Luis Cebrián y Fernando Abril Mar-

trell han recuperado en 2013 la retribución variable (2,3 millones) a la que renunciaron en 2012, por lo que el sueldo del consejo ha pasado de 5,35 millones a los 6,21 millones de euros. Mientras, la plantilla y los beneficios han ido menguando. En el grupo, que ha perdido unos 648 millones de euros por culpa del fútbol y el deterioro de Canal+, trabajan 748 personas menos que en 2012.





A la primera fila, Madaula, Gay, Tudela, González Pujalte, Rubio i Serra; acompanyats dels membres del jurat dels premis Recvll.

## Ramon Madaula rep el Josep Ametller amb una crítica a l'«endogàmia» teatral

► Els premis Recvll reconeixen els contes de Rubio amb el Joaquim Ruyra i un article de Víctor Gay amb el guardó de periodisme

BLANES | ALBA CARMONA

■ *Coses Nostres*, l'estrena com a dramaturg de l'actor Ramon Madaula va guanyar el premi Josep Ametller de Teatre, inclòs dins els premis literaris Recvll de Blanes, que ahir van celebrar el seu primer

mig segle de vida. Madaula va definir la peça com «un examen de consciència a la professió teatral i a la crítica cultural», ja que enfronta el director d'un teatre públic amb un crític amb un diàleg que reflexiona sobre «l'endogàmia» de l'es-

cena catalana, en què reconeix haver participat. L'actor va avançar que destinarà la dotació del guardó, 2.000 euros, a posar en escena el text amb un muntatge que dirigirà ell mateix i que, protagonitzat per Pep Tosar, podria arribar a les sales al 2015.

*L'altre costat del mirall*, de l'escriptor andorrà Iñaki Rubio, es va endur el premi Joaquim Ruyra de narració, dotat amb 2.500 euros. Rubio va definir el seu recull de

contes com un conjunt de narracions que volen mostrar «una mirada diferent i divertida de la vida quotidiana».

Reivindicant la narrativa de Pere Calders com a referent i el conte com a gènere literari de ple dret gràcies a «una forma de literatura sintètica que obre portes a nous espais», l'andorrà va explicar que es tracta d'un llibre amb un sentit unitari, que es pot llegir «de forma orgànica».

El poeta Joan Carles González Pujalte va ser el guanyador del premi Benet Ribas de Poesia, dotat amb 1.500 euros, per *Les coses i els miratges*. González Pujalte va descriure el seu recull de poesia com un sol poema fragmentat - cada un dels poemes acaba amb una coma enlloc d'un punt - on s'interroga sobre «aquelles coses que tenim i ens donen una imatge de bellesa i sensibilitat, de record d'algú; i el miratge és creure que algun dia entendràs tot això».

**La relació de Ruyra i Rahola**  
El premi Salvador Reynaldos de Periodisme va anar a parar al gironí Víctor Gay per *Joaquim Ruyra i Carles Rahola, vides... morts paral·leles*, que recull la relació epistolar entre els dos escriptors. El periodista, director de *Diari de Girona* durant tres dècades, repeteix premi i personatge protagonista, ja que al 2012 va guanyar el mateix guardó per un altre article centrat en Joaquim Ruyra.

Joan Tudela va resultar el guanyador del Premi Rafel Cornella -Joaquim Abril de Retrat Literari amb *Eugeni S. Reig, l'amic de les paraules*, on radiografia el lexicògraf valencià amb una narració fragmentada inspirada en les entrades d'un diccionari.

*La Paula es queda sense paraula*, del palafrugellenc Jordi Serra, va ser mereixedor del primer premi Joan Petit de Conte Infantil, nascut en col·laboració amb l'associació Joan Petit-Nens amb càncer per commemorar el 50è aniversari dels guardons.

El conte de Serra, fruit de les narracions orals que explicava als seus fills, fabula sobre «com la facilitat de dir les coses ens fa perdre la reflexió» per donar un missatge moral.



El comitè assessor de l'Iese als Estats Units reflexiona a Barcelona sobre les tendències de l'adaptació dels mitjans a internet

# El futur del periodisme

**SALVADOR ENGUIX**

Qualitat, complicitat amb el consumidor (i confiança), i la capacitat de saber oferir continguts adaptats a un mercat cada vegada més segmentat. Aquestes són algunes de les claus que ha ofert aquest cap de setmana el comitè assessor de l'Iese als Estats Units, l'US Advisory Council, reunit a Barcelona, per a l'èxit de l'adaptació dels mitjans de comunicació tradicionals a l'entorn digital. Per Bill Baker, president emèrit de la nord-americana Educational Broadcasting Corporation; Gerry Byrne, vice-president de PMC; Carmen Di Rienzo, de V-Me Network; i Alan Glazen, de Glazen Creative Studios, oferir continguts ben elaborats i exigents, així com una bona adaptació dels mitjans tradicionals a internet (sempre pensant en el que exigeix el consumidor) són estratègies fonamentals de l'èxit futur.

Bill Baker va subratllar el fet que el contingut periodístic també s'ha convertit en una mercaderia, o almenys hauria d'entendre's així. I es va preguntar "qui està fent diners amb aquesta mercaderia?" referint-se a la lluita que *The New York Times* i altres diaris internacionals mantenen en el context globalitzat actual. "Si ningú no està disposat a pagar per això, no podem mantenir el periodisme de qualitat, la qual cosa implica problemes per a una democràcia de qualitat". La resposta, per Carmen Di Rienzo, és que "hi ha una enorme quantitat de persones amb un desig voraç pels continguts de qualitat; per tant del que es tracta



JORDI ESTRUCH / IESE

**D'esquerra a dreta Bill Baker, Gerry Byrne, Carmen Di Rienzo i Alan Glazen a l'Iese**

és d'alimentar la bèstia". I va afegir que "tinc zero dubtes que trobarem noves maneres de generar ingressos; la clau

**Bill Baker: "Si ningú no paga la informació de qualitat, no hi haurà una democràcia de qualitat"**

radica en el màrqueting".

Aquests experts observen la qüestió des de la perspectiva del màrqueting: l'entorn digital permet una segmentació de pú-

blics més gran. Alan Glazen va valorar que del que es tracta ara és de saber donar àmplia satisfacció a qui demana informació: "El consumidor comença a demanar continguts a la seva mesura". "Ja no es tracta de la seva comunitat -va dir referint-se als mitjans de comunicació tradicionals- sinó que es tracta de la meua comunitat, com més estic disposat a pagar per això". Glazen va deixar clar també que les noves plataformes digitals de continguts no han desplaçat els sistemes de distribució tradicionals.

"La TV no està morta", va confirmar Bill Baker, assenya-

lant que la majoria de les persones continuen consumint "continguts a la televisió tradicional; la diferència és que avui ho fan mentre donen un cop d'ull a la seva tauleta o telèfon intel·ligent".

Carmen Di Rienzo va deixar igualment clar que els anunciants també hauran de ser capaços de transformar i d'apostar per canvis en els seus models d'inversió publicitària i models de negoci tradicionals. "Ara ens trobem en una cruïlla en la qual hem d'esbrinar qui vol què, com s'aconsegueix arribar a ells, i com es vinculen els productes per fer publicitat amb el contingut".●



## EL OYENTE

*Con Javier  
y Ricardo*

LUIS OZ

Hay que movilizarse por los dos periodistas españoles que siguen secuestrados en Siria. ¿Cómo? Para empezar, asistiendo a la concentración convocada para el 18 de marzo a las 12 horas en Madrid y Barcelona. En segundo lugar, adquiriendo el libro que se va a editar de Ricardo García Vilanova. «Desde Reporteros sin Fronteras (RsF) hemos echado en falta más apoyo de los medios a Ricardo y a Javier Espinosa», declaró el martes Malén Aznárez, presidenta de la ONG en España. Hace ocho días nos despertábamos con la feliz noticia de la libertad de Marc Marginedas, corresponsal de *El Periódico* secuestrado seis meses antes por los yihadistas del Estado Islámico de Irak y el Levante en Siria.

El pasado martes se anunciaba en el Centro Internacional de Prensa de Madrid la formación de un comité de apoyo —«corto, pequeño, pero muy ejecutivo», en palabras de Gervasio Sánchez, uno de sus miembros— para no olvidar al corresponsal de EL MUNDO y al fotógrafo *freelance* secuestrados el 16 de septiembre.

«Desde ese día nadie se ha hecho cargo de los gastos fijos de Ricardo», explicó Sánchez en nombre de la familia del fotoperiodista, con serias dificultades para seguir pagándolos.

Tras buscar ayuda sin éxito de distintas organizaciones profesionales españolas y extranjeras, el comité ha decidido reunir en un libro algunos de los mejores trabajos de García en Libia y texto de Félix Flores con la esperanza de cubrir, a 30 euros por ejemplar, parte de esos gastos.

«Me parece una idea extraordinaria», dijo Iñaki Gil, vicedirector de EL MUNDO, en la mesa redonda sobre las «guerras opacas» organizada por la Fape (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) para dar a conocer la formación del comité, sus dos iniciativas y la precariedad en que se encuentran los cada día más numerosos periodistas *freelance* en conflictos como el de Siria. «Se ha invertido el escenario sirio en el último año», explicó Óscar Gutiérrez, periodista de *El País* que ha cubierto Siria, en carta leída por Sánchez. «Hoy tendría muchos reparos para entrar... El reportero se ha convertido en sospechoso de espionaje».

«Muchos de los *freelance* españoles que van a cubrir conflictos en los últimos años han ido con cascos y chalecos cedidos por RsF», comentó Aznárez.

Jesús Martín Tapias recordó —el viernes hizo 10 años— la muerte de Ricardo Ortega en Haití. «Valiente, generoso, honesto y preocupado siempre por las víctimas, murió intentando ayudar a un periodista estadounidense herido en una manifestación contra Aristide», dijo. (Libro de sus crónicas: <http://bit.ly/1l6Gfjy>).



## Suben

### Telemadrid

◆ La última en unirse a la particular batalla de las mañanas podría ser Telemadrid. La cadena se encuentra trabajando en una tertulia que podría competir con «Al rojo vivo» y «Las mañanas de Cuatro».

### Jordi González

◆ Telecinco renueva «Hay una cosa que te quiero decir», tras su evolución positiva en el sábado noche, pero confía su conducción a Jordi González.



## Bajan

### UTECA

◆ La junta directiva de UTECA dimite en bloque por la «inacción» del Gobierno en la asignación de canales de TDT. La dimisión se produce para expresar el «malestar por esta ya larga incertidumbre».

### Eurovisión

◆ La RAE no quiere que Ruth Lorenzo cante en inglés en Eurovisión. El director de este organismo ha enviado una carta a RTVE expresándole su inquietud.



## Libertas 7 eleva sus pérdidas un 64% por Prisa y Banco Valencia

Sus tres participadas sólo le dejaron 6.000 euros de dividendos

J. A. VALENCIA.

El grupo Libertas 7, la sociedad de cartera e inmobiliaria controlada por la familia Noguera, aumentó sus pérdidas un 64 por ciento en 2013, hasta alcanzar los 48,45 millones de euros atribuidos. Buena parte de estos malos resultados tienen su origen en el deterioro de la cartera de participadas, de 17 millones, la mayoría por culpa del Banco de Valencia, del que Libertas 7 tenía un 5 por ciento y que fue absorbido por el Frob y comprado por un euro por Caixabank en 2013. El año anterior ya había provocado fuertes pérdidas a la empresa de los Noguera.

Además, Libertas 7 se apuntó 18 millones de pérdidas por provisiones por deterioro de activos financieros. Las tres participaciones en cotizadas, Prisa, Cleop y Adolfo Domínguez –en todas

# 12,5

MILLONES DE EUROS

Fue la facturación consolidada de Libertas 7 en 2013, una cuarta parte de la de 2012.

ellas tiene asiento en el Consejo de Administración– se revalorizaron un 34 por ciento, hasta 13 millones, pero dejaron sólo 6.000 euros de dividendos. La participación en Prisa supuso a la sociedad unas pérdidas de 6,5 millones, a los que hay que sumar un deterioro de 10,6 millones. Además, la participación en la editora de *El País* se redujo al 1,01 por ciento, después de que Libertas 7 no acudiera a las últimas ampliaciones de capital.

**MODA IMPARABLE****Casillas** es fa un 'selfie' amb periodistes

La moda dels *selfies* s'escampa cada dia més. L'últim a apuntar-s'hi ha estat el porter del Reial Madrid, **Iker Casillas**. «Momento #selfie #informativostelecinco». Així comenta el madridista la foto que ha penjat a Instagram en què comparteix pla amb **Sara Carbonero** i els seus companys d'informatius, els presentadors **Pedro Piqueras** i **Isabel Jiménez**, i les seves parelles.



INSTAGRAM



## Premi a Javier Ortega Figueiral per la seva tasca informativa

► El periodista i col·laborador de *La Vanguardia* Javier Ortega Figueiral va rebre dimarts passat de mans del president de l'Associació de Naviliers Espanyols, Adolfo Utor, el premi nacional Anave 2013 de Periodisme Marítim, que convoca cada any la patronal naviliera espanyola. Amb aquest guardó es reconeix la seva llarga i dinàmica trajectòria professional i, en concret, les seves publicacions (reportatges i especials) sobre el sector navilier, naval i marítim en diaris com *La Vanguardia*, el *National Geographic* i altres revistes especialitzades. El lliurament es va celebrar en un acte a la seu de l'Associació de Premsa de Madrid. / Redacció



**EXPANSIÓN**

## El Vigía se refuerza con corresponsales en Bruselas y en las islas Canarias

■ Grupo El Vigía apuesta por incrementar su presencia geográfica para acercarse a la realidad del sector del transporte, la logística y las infraestructuras. Prueba de esta estrategia informativa es la apertura de dos nuevas corresponsalías en Bruselas, capital de la Unión Europea y centro neurálgico de la política comunitaria, y las islas Canarias, que con su potencial de crecimiento en las relaciones con África constituye un punto de interés ineludible.

De esta forma, El Vigía continúa con un proceso iniciado hace algunos años que persigue mejorar su oferta informativa con profesionales situados en los principales polos de decisión política y empresarial del sector del transporte, la logística y las infraestructuras. En este momento, la publicación, con sede en Barcelona, cuenta con profesionales de reconocida trayectoria en Madrid (Sandra Lorente), Bruselas (Dani Rovirosa) y las islas Canarias (Marga Ferrándiz).





## MEDIANTE ENCUESTAS

# RTVE busca soluciones en el exterior

A través de un cuestionario anónimo y confidencial de 20 preguntas, RTVE quiere conocer las preferencias de los españoles que viven en el extranjero para mejorar la oferta del Canal Internacional y de Radio Exterior. Con la ayuda de las respectivas embajadas, el ente público ha recibido desde diciembre unas 4.000 respuestas –que se espera aumenten hasta las 5.000 antes de reunir todos los datos en abril– sobre las horas de consumo de televisión, las franjas preferidas y el dispositivo desde el que se realiza la conexión, entre otras.



## CAMBIO DE HORARIO

### Ana Mato pide adelantar el «prime time»

En vistas a una racionalización de los horarios, la ministra de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad ha pedido «un esfuerzo» a las cadenas de televisión para que adelanten su programación en «prime time». Una medida que lleva años pidiendo la Comisión para la Racionalización de los Horarios y que hasta el momento no ha sido tomada en cuenta por los medios. Para Ana Mato, esta modificación de los hábitos es una «labor de todos» que implica un «cambio de mentalidad con el que las familias podrían acostarse antes y descansar más».