



# RECULL DE PREMSA

02/05/2014



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

51



# PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/05/14	PRESENTEN A LA BIBLIOTECA EL LLIBRE'DONES DE RÀDIO', DE LA PERIODISTA SÍLVIA ESPINOSA / SEGRE	7	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/05/14	UNA MIRADA CRÍTICA A NUESTRO PERIODISMO, POR VÍCTOR LAPUENTE / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	9	1
01/05/14	MONTSERAT LLOR PERIODISTA I ESCRIPTORA / ARA	10	1
01/05/14	TV, NO SIN MI MÓVIL / LA RAZON	11	1
01/05/14	ANTONIO SANTAINÉS CIRÉS (1928 2014) DECANO DE LA CRÍTICA TAURINA CATALANA / ABC (EDICION NACIONAL)	12	1
01/05/14	VODAFONE SUPERA OBSTÁCULOS TÉCNICOS PARA INTEGRAR NETFLIX EN SU TELEVISIÓN / EL ECONOMISTA	13	1
01/05/14	FABRA BUSCA A RTVE UN SUCCEDANI PER A CANAL 9 / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	14	1
01/05/14	Nova eina per a la transparència / DIARI DE GIRONA	15	1
01/05/14	RESINTONITZAR LA TDT PEL DIVIDEND DIGITAL COSTARÀ 20 EUROS PER LLAR / EL PUNT AVUI	16	1
01/05/14	L'ABC' I 'EL PAÍS' SUAVITZEN / ARA	17	1
01/05/14	IN MEMORIAN JOSÉ JOAQUÍN IRIARTE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	18	1
01/05/14	RECULLEN FIRMES PER A UNA NOVA RADIOTELEVISIÓ PÚBLICA VALENCIANA / ARA	19	1
01/05/14	ALFONSO ROJO, PERIODISTA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	20	1
01/05/14	EL PERIODISTA PEP RIBES, GUANYADOR DELXIX PREMIJOANVENTURA ISOLÉ / DIARI DE TARRAGONA	21	1
01/05/14	ZINKIA REVISI A LA BAJA SU PREVISIÓN DE INGRESOS PARA 2014 Y 2015 / EL ECONOMISTA	22	1
01/05/14	¡HOLA! TV EMPIEZA SUS EMISIONES EN EE UU / LA RAZON	23	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/05/14	REPORTERS SENSE FRONTERES LLANÇA UNA NOVA CAMPANYA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	24	1
02/05/14	ESTAMPAS DE LA GRAN DEPRESIÓN / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	25	3
02/05/14	TV3 SUPERA EL SOTRAC A L'ABRIL / ARA	28	1
02/05/14	UN CARD ALS PANTALONS / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	29	1
02/05/14	Miquel Arguimbau, guionista i novel·lista: "ARA TOCARIA CREAR A LA RÀDIO UNA COSA NOVA, TRENCADORA..." / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	30	1
02/05/14	Publicación de la sentencia dictada por el Juzgado de Primera Instancia número 2 de Tarancón en los autos seguidos por don Mario Barrero Galindo contra EL MUNDO por vulneración del derecho al honor, intimidad y propia imagen. / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	31	1
02/05/14	Aprovechando que este sábado se celebra el Día Mundial de la Libertad de Prensa, la Federación de Sindicatos de Periodistas recordó ayer que 12.000 profesionales han perdido su trabajo, varios centenares de medios han cerrado y se han eliminado por ley derechos históricos de los trabajadores. / EL ECONOMISTA	32	2
02/05/14	José Joaquín Iriarte (1937-2014). MEMORIA Y VOZ DE LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA / ABC (EDICION CATALUÑA)	34	1
02/05/14	TORTOSA, ESCENARI DE LA FESTA DE LES REVISTES / EL PUNT AVUI	35	1
02/05/14	UNIDAD EDITORIAL, 'PARTNER' ESTRATÉGICO DEL MUNDIAL DE CICLISMO 2014 / EXPANSION	36	1
02/05/14	QUATRE EDITORIALS CREEN LA REVISTA 'EUTOPIA' PER DIFONDRE EUROPA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	37	1
02/05/14	LA CÁMARA REVELA LA VIOLENCIA DOMÉSTICA. Sara Naomi Lewkowicz gana el máximo galardón de los Premios Sony World / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	38	1
02/05/14	AL FELSTEIN, ALMA DE UNA REVISTA LEGENDARIA EN EEUU / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	39	1
02/05/14	UNA MIRADA CRÍTICA AL NOSTRES PERIODISME / ARA	40	1
02/05/14	EL GIGANTE PUBLICITARIO NIPÓN DENTSU SE REFUERZA EN BRASIL / EL ECONOMISTA	41	1
02/05/14	AT&T TANTEA COMPRAR LA LÍDER DE TELEVISIÓN POR SATÉLITE EN EE UU / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	42	1
02/05/14	VIACOM COMPRA LA CADENA BRITÁNICA CHANNEL 5 POR 550 MILLONES / EL ECONOMISTA	43	1

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/05/14	VICENÇ RELATS GUANYA UN PREMI PERIODÍSTIC A CADAQUÉS / EL 9 NOU (VALLES ORIENTAL)	44	1
02/05/14	MARATÓ SOBRE LA TELEVISIÓ CONNECTADA / EL PUNT AVUI	45	1
02/05/14	MOR ALBERT FELDSTEIN, EXEDITOR DE LA REVISTA 'MAD' / ARA	46	1
02/05/14	CIERRE DE LA ADQUISICIÓ DEL CANAL DE TELEVISIÓ BRITÁNICO CHANNEL 5 / EXPANSION	47	1
02/05/14	YAHOO TAMBÉ FA SÈRIES PER A LA SEVA WEB / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	48	1
02/05/14	VIACOM COMPRA EL CHANNEL 5 BRITÀNIC PER 550 MILIONS / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	49	1
02/05/14	VIACOM, PRIMER GRUPO DE EE UU QUE COMPRA UNA TELEVISIÓ BRITÁNICA / CINCO DIAS	50	1



# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya



## Presenten a la Biblioteca el llibre '**Dones de ràdio**', de la periodista Sílvia Espinosa

La Biblioteca Pública va acollir ahir a la tarda la presentació del llibre *Dones de ràdio. Les primeres locutores de Catalunya*, de la periodista Sílvia Espinosa. L'acte va comptar amb la col·laboració del Col·legi de Periodistes.



# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





# Una mirada crítica a nuestro periodismo

Tenemos medios de comunicación de todas las orientaciones políticas, pero con muy poca pluralidad interna. Los periodistas tienen una visión sacerdotal de su trabajo que privilegia la declaración sobre los hechos

Por VÍCTOR LAPUENTE

Hay dos formas de ejercer el periodismo político. La primera consiste en retransmitir lo que ocurre arriba (el poder político) a los que están abajo (los ciudadanos). El periodista se ve a sí mismo como una especie de sacerdote que interpreta las palabras de los dioses para el común de los mortales. En oposición a este periodista-sacerdote encontramos al periodista-detective, que trabaja más bien de abajo hacia arriba y, desde la escena del crimen, va tirando del hilo de un problema determinado. Esta segunda forma de periodismo político predomina en otros países europeos y ayuda a entender por qué su debate público tiende a ser mejor que el nuestro.

En términos comparativos, hay manera para hacer muy buen periodismo en España. Para empezar, las altas notas de corte para estudiar periodismo han llevado a la profesión a muchos de los más listos de cada generación. Además, la vocación y dedicación profesional de nuestros periodistas es encomiable, como atestiguan los incontables abusos de poder desatados por la prensa. A ello hay que sumar unos recursos materiales nada desdeñables, aun a pesar de la crisis. Los medios españoles pueden permitirse unos despliegues de corresponsales (en Libia, Ucrania, Burgos o el carril-bus de la Gran Vía) impensables en otros países europeos más pequeños —o sea, casi todos—.

Una primera debilidad de nuestro periodismo se encuentra en la estructura de los medios de comunicación. El "pluralismo polarizado" de la comunicación en España —es decir, que tenemos medios de todas las orientaciones políticas, pero que estos, a su vez, tienen muy poca pluralidad interna— actúa de barrera para el consenso social en asuntos clave. Es un asunto que merece reflexión y leerse los trabajos de investigadores como Antón Castromil.

Pero el problema más fundamental de nuestro periodismo es la visión "sacerdotal" de su trabajo que tienen los profesionales de la comunicación. Un problema independiente de la estructura de los medios de comunicación, pues se da también en la teóricamente más libre prensa digital. La visión sacerdotal induce a tres sesgos: 1. El periodista prioriza las declaraciones de los políticos a costa de asuntos sustantivamente más relevantes. 2. Cuando trata asuntos sustantivamente relevantes, otorga demasiada responsabilidad sobre el devenir de los mismos a los políticos, vistos casi como seres omniscientes y omnipotentes, a expensas del papel de otros actores clave (como usuarios, profesionales o expertos). 3. El análisis periodístico de la noticia tiende a construir discursos abstractos en lugar de un contraste de alternativas políticas concretas y factibles.

En primer lugar, el periodismo español es muy declarativo. De hecho, el *leitmotiv* de muchas noticias —en televisión, radio o prensa escrita— no es tanto un acontecimiento como las declaraciones de turno de un político. La importancia de quien habla cuenta más que qué pasa. Las ruedas de prensa de los portavoces o de los sacrosantos secretarios generales de los partidos mayoritarios se convierten automáticamente en noticia. Se diga lo que se diga y, sobre todo, si no se dice lo que los periodistas esperan que se diga. Esos silencios de los dioses hacen correr ríos de tinta.

Comparemos este encuadre, o *framing*,

de las noticias con el de medios de comunicación más pobres —tanto estéticamente como en número de periodistas— del norte de Europa. Una noticia estereotípica puede comenzar con el informe de unos expertos alertando sobre un problema puntual: el estado de las infraestructuras ferroviarias, quejas tras la privatización

de una línea o cargos medios de la Administración, expertos académicos y así hasta llegar —si es necesario, pero no necesariamente— hasta los políticos con competencias o conocimientos del tema.

Obviamente, muchas noticias en España también están basadas en la publicación de informes y no en el periodismo

En el mejor de los casos, cuando tenemos a periodistas excelentes, el formato propio de la tertulia —mucha gente hablando de muchos temas— genera incentivos para que los participantes inviertan en dos enemigos del rigor: los contactos personales con políticos, que les permitirán ofrecer una exclusiva sobre, por ejemplo, los "movimientos de fondo" en un partido; y los discursos basados en conceptos abstractos (ejemplo "Estado de bienestar", "desigualdad", "neoliberalismo"), que les permitirán hablar con solvencia de cualquier asunto, en lugar de argumentos sobre temas concretos (ejemplo "hasta qué punto un copago en el servicio sanitario X es apropiado", "cuál es el salario adecuado para un profesor de primaria", etcétera). Los problemas no se discuten de forma independiente, sino en paquetes globales. Por ejemplo, el debate sobre la subida del transporte público se torna enseguida una crítica a la política de recortes o a Merkel y el "pensamiento neoliberal imperante".

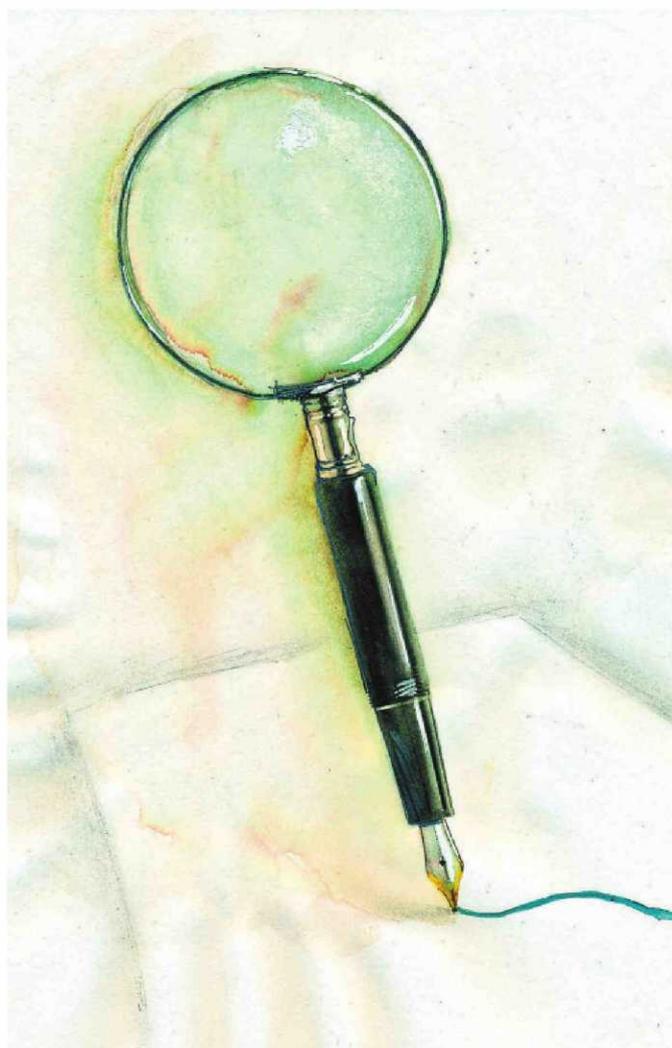
Frente a las multitudinarias tertulias españolas, el debate en otros países se limita con frecuencia a un par de expertos con opiniones enfrentadas. El resultado es que el público obtiene información sobre las ventajas e inconvenientes de las diferentes soluciones alternativas a un problema X. El objetivo es diseccionar una realidad compleja a sus componentes manejables, a las opciones factibles. No es de extrañar que estos países tiendan a adoptar, o como mínimo a discutir seriamente, reformas impopulares, pero necesarias para la sostenibilidad del Estado de bienestar a largo plazo —como la introducción de copagos sanitarios, la reforma de las pensiones o la flexibilización del mercado laboral—. Sus votantes están expuestos a la opinión informada a favor de la iniciativa concreta A (que es fea) y de su alternativa B (que es mucho más fea y, por tanto, peor).

El objetivo de nuestro periodismo (en las tertulias en particular, pero también en muchos de los análisis escritos) parece el opuesto: agregar problemas concretos en entes abstractos. En demasiadas ocasiones, los ciudadanos españoles no reciben un contraste de ventajas e inconvenientes sobre cursos de acción alternativos, sino un choque improductivo de cosmovisiones del mundo. Por ejemplo, en cuanto se sospecha que una reforma huele a derechas, movemos la discusión al terreno de la especulación progresista vaga: que si forma parte de una "agenda oculta" para desmantelar el Estado de bienestar, que si es una expresión más del "triumfo del neoliberalismo" o de la "incapacidad de la socialdemocracia para presentar una alternativa", etcétera. Esta abstracción contribuye a que la mayoría de reformas que nuestro país necesita queden desprestigiadas rápidamente en el debate público.

En resumen, nuestro periodismo —demasiado declarativo, demasiado jerárquico y demasiado abstracto— es un factor más que ayuda a entender la paradójica situación de que, en medio de una crisis tan brutal a todos los niveles, España se haya reformado tan poquito.

Hay, sin duda, muchas excepciones y ejemplos de gran periodismo en España. Razón de más para replantearnos esas programaciones rebosantes de tertulias y esas crónicas con tantos políticos y tan pocas políticas públicas.

Víctor Lapuente Giné es profesor en el Instituto para la Calidad de Gobierno de la Universidad de Gotemburgo.



EDUARDO ESTRADA

En Europa predomina el periodista-detective, que investiga desde abajo y permite debates concretos

En España, los problemas se discuten en paquetes globales, no de forma independiente

de un determinado servicio social, etcétera. A partir de ahí, los periodistas, cual detectives, interrogan a todos los "sospechosos" de tener información relevante: usuarios del servicio, funcionarios de pri-

declarativo. Sin embargo, fijémonos cómo nuestros periodistas adoptan enseguida el rol de los sacerdotes ancestrales que lo primero que hacían cuando las aguas del río subían era correr al templo para interrogar a los dioses. El foco de cualquier problema político se traslada, casi de inmediato, al ministro y a la oposición. Así, el debate sustantivo no se da entre actores sociales diversos, sino entre el Gobierno actual y el anterior (o posterior). El papel de los políticos está sobredimensionado en nuestros medios de comunicación. Son actores importantes, pero la película de la realidad es mucho más coral.

Como en los antiguos sanedrines sacerdotales, los periodistas analizan los designios de los dioses en ese cóncave tan nuestro llamado tertulia política. En el peor de los casos, la tertulia premia la frase impactante a costa del análisis frío y reposado.



# MONTSERRAT LLOR

Periodista i escriptora

**Investigació** Més enllà de la literatura habitual sobre els camps d'extermini, Montserrat Llor ha recuperat les experiències personals de 20 supervivents, cinc dels quals catalans, i el seu testimoni de lluita i patiment. El resultat és 'Vivos en el averno nazi' (Crítica)

## “Els nazis eren molt perversos i buscaven nois joves”



LARA BONILLA

Dos familiars morts en camps d'internament dels quals la família sabia ben poca cosa van ser l'espurna que va despertar l'interès de la periodista Montserrat Llor pel destí dels últims supervivents espanyols dels camps d'extermini nazi. El 2008 va començar un intens treball de camp per localitzar testimonis com el del boxejador imbatible, el sabater que havia d'arreglar les botes dels seus botxins o l'artista que feia dibuixos a canvi de menjar.

**Què tenen en comú els supervivents que has entrevistat?**  
Uns ideals de lluita contra el feixisme i la valentia per lluitar, per resistir i per sobreviure.

**També el silenci va marcar les seves vides.**

Sí, després de l'alliberament el silenci era la seva forma de supervivència. L'impacte era tan gran que no hi havia paraules ni adjectius per explicar-ho perquè la gent no els creuria. "Era tan gran la barbaritat que era impossible que ho haguessin fet", em va dir un dels supervivents, León Arditti, que va ser a Auschwitz amb el germà i entre ells mai van parlar del que hi van viure.

**¿Era qüestió d'atzar que uns sobrevisquessin i d'altres no?**

Els n'hi diuen sort. Però també hi tenia a veure la fortalesa física, la fortalesa mental -era millor no tenir família al camp per no patir tant- i la joventut. I també em van explicar que era importantíssim fer veure que treballaves molt quan t'observaven els SS i els capos i dissimular -mai descansar- quan es giraven, per conservar el màxim d'energia possible. I era imprescindible aconseguir una dosi extra de menjar.

**Et van explicar les seves estratègies de supervivència.**

És el dia a dia d'una vida molt cruel. Alguns van desenvolupar les seves habilitats per poder interessar als nazis. Manuel Alfonso Ortells feia dibuixos pornogràfics a canvi d'una ració més de menjar. El sabater, Francisco Bernal, havia de fer sabates per als nazis i reparar el fuet amb què pegaven als presos, però alhora calçava tots els deportats que podia. Marcelino Bilbao va fer contraban: pujava ampolles d'alcohol de la pedrera i els capos l'ajudaven. I el boxejador, Segundo Espallargas, no va perdre mai a la boxa. Els nazis estaven meravellats per la seva resistència i li deien: "Si perds, aniràs al crematori".

**Alguns testimonis parlen dels experiments mèdics però també es menciona el tema dels abusos sexuals, molt menys coneguts.**

D'això en parlen poc i la ferida és forta. Els nazis eren molt perversos i buscaven nois joves. El sabater explica que anaven a la dutxa, miraven

els joves i després deien: "Guarda'm aquest noi a canvi de cigarrets". I molts nois veien que no hi havia més sortida.

**De la prostitució tampoc en volen parlar obertament.**

És un tema molt sensible. Algunes presoneres ho sabien per referències perquè a elles els rapaven el cap i les deixaven famèliques. "Als homes així els fèiem fàstic", explicava la Conchita Grangé. La majoria de barracons de prostitució eren de presoneres comunes a les quals s'enganyava amb l'alliberament.

**¿Les dones van patir més que els homes?**

Sí, hi havia aberracions extremes pel fet de ser dona. A les que estaven embarassades les mataven a elles o als nens, i ¿què hi ha pitjor que això? La Conchita diu que encara recorda quan va veure els nazis matar tres nens petits, i a les xerrades que fa a joves els hi explica i els diu que els qui ho van fer podrien ser els seus avis o besavis. "I això -diu- no ho penso oblidar".

**Els queda odi?**

N'hi ha que sí, com la Conchita, que diu que no odia les noves generacions però sí els botxins. Però hi ha deportats que ni això. El que tots diuen és que la seva obligació és donar testimoni a les noves generacions.

**La majoria dels espanyols que van sobreviure no van poder tornar. Creu que s'han sentit ignorats?**

Sí, es consideren els oblidats de la història, d'Espanya especialment. A França els han anat reconeixent i s'han fet commemoracions.

**Van poder refer les seves vides?**

La Neus Català em va dir: "Què haviem de fer? Doncs viure i no amargar els nostres familiars". Però crec que el trauma és generacional i que s'hereta, es transmet dels deportats als fills i, sobretot, als néts, que són els que recuperen la història dels avis.

**Algun testimoni que t'hagi tocat?**

L'Emilio Caballero, que va arribar a Mauthausen el mateix dia i en el mateix tren que l'avi del meu marit. Explica que es va salvar perquè era de Mahora [Albacete] i paleta: els capos van cridar "maurer comando", que és comando de paletes, i ell va aixecar la mà pensant que preguntaven pels de Mahora. La sort i el seu atreviment el van salvar. També em va impactar l'episodi del sabotatge d'armes que em va explicar la Neus Català. Les dones treballaven fabricant les armes que havien d'acabar servint per matar els seus compatriotes, però hi posaven aigua i saliva per sabotejar-les. Si les enganxaven, les torturaven. Eren molt valentes. O l'Elisabet Ricol, que va fer una petita biblioteca itinerant per ajudar moralment les presoneres.



Montserrat Llor treballa en un nou projecte, el de la història del vaixell presó Uruguay, on va ser reclus el president Companys. PERE TORDERA

una lectura

LES AUTOBIOGRAFIES DELS DEPORTATS

un lloc

LES LLIBRERIES D'ANTIC

un número

8



## TV, NO SIN MI MÓVIL

Ángel VALLE



Alejandro Olea

Cada vez más personas las que interactúan a través de las redes sociales con lo que se está viendo en la televisión

La pasada semana, Twitter lanzaba una nueva herramienta denominada «TV Conversation targeting», pensada para que los anunciantes y las cadenas aprovechen las conversaciones en esta red sobre los éxitos televisivos y las retransmisiones con grandes audiencias. Tras su estreno el pasado mes de noviembre en Estados Unidos y Reino Unido, ahora llega a España, Francia, Brasil y Canadá para aprovechar el tirón que esta red social tiene entre los telespectadores, ya que, según la compañía, el 95 por ciento de las conversaciones sociales públicas acerca de la televisión suceden en esta red. Pero estas conversaciones sobre la televisión en Twitter no sólo se producen mientras se emiten los programas, sino que se prolongan en el tiempo para discutir y comentar sobre éstos con otros seguidores.

Y es que el fenómeno de la segunda pantalla, es decir, el uso de tabletas, smartphones o las propias Smart TV, para interactuar a través de las redes sociales con lo que se está viendo en televisión, está cada vez más extendido y, así, es cada vez mayor el número de personas que se sienta ante el televisor con su dispositivo móvil en las manos dispuestos a compartir en vivo sus opiniones con otros tantos cientos miles de personas que están viendo lo mismo.

Por este motivo, las propias ca-

denas decidieron dar un paso adelante y crear sus propias aplicaciones para poder interactuar con sus telespectadores. Atresmedia (Antena 3 y La Sexta) cuenta con Conecta (elegida mejor aplicación de entretenimiento para tabletas en español en la primera edición de los premios TAB Innovation), Mediaset (Telecinco y Cuatro) dispone de Mitele y el grupo RTVE creó +TVE; estas aplicaciones ofrecen contenidos exclusivos sobre los programas de cada cadena, permite hacer comentarios e interactuar en redes sociales e, incluso, pueden avisar de cuándo da comienzo nuestro programa favorito. Además, Mediaset ha lanzado aplicaciones específicas para determinados programas o para el mundial de Motociclismo.

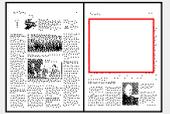
Según Tuitele, la agencia de medición de Social TV recientemente adquirida por Kantar Media, el pasado año 2013 un 78% de los usuarios de Twitter en España comentaron programas de televisión mientras se emitían. Además, hubo más de 4,5 millones de espectadores sociales únicos que escribieron una media de comentarios superior a los siete millones

Las cadenas de televisión han creado aplicaciones para interactuar con los espectadores

mensuales, llegándose a alcanzar en junio un pico de casi nueve millones.

Programas como «Gran Hermano», «Pulseras rojas», «Un príncipe para Corina» o «Tu cara me suena» son los preferidos por los internautas, lo cual supone que son los realty, los concursos y las series españolas los que más arrastran a los telespectadores a interactuar en las redes sociales, aunque también encontramos en el ránking algunos partidos de fútbol, como el Real Madrid-Atlético de Madrid de la Copa del Rey o el España-Italia de la Copa Confederaciones.

Por su parte, los grandes fabricantes de televisiones, dada la implantación cada vez mayor de sus modelos Smart TV, permiten conectarse a las principales redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube, Tuenti...) a través del televisor e interactuar igualmente como se puede hacer desde un móvil o una tableta. Samsung, LG, Sony, Philips o Panasonic son algunas de las marcas que ya ofrecen esta posibilidad. Además, muchas de ellas cuentan con sus propias aplicaciones para dispositivos móviles capaces, por ejemplo, de convertir éstos en mando a distancia del televisor. Por tanto, la conexión entre la televisión y los dispositivos móviles es cada vez mayor y se hará difícil en un futuro próximo ver nuestro programa favorito sin nuestro móvil o tableta en las manos.

**Antonio Santainés Cirés (1928-2014)**

# Decano de la crítica taurina catalana

► Vivió la época de mayor esplendor del torero en Barcelona y lloró la prohibición de las corridas de toros

**H**a fallecido en Barcelona Antonio Santainés Cirés, decano de los críticos taurinos catalanes, toda una enciclopedia del torero en su memoria, un defensor de la Fiesta que vivió el esplendor de la Barcelona taurina y que lloró con desesperación la prohibición de las corridas de toros. Santainés nació en la Ciudad Condal a finales de 1928 y desde niño disfrutó con pasión de lo que acontecía en las distintas plazas de toros de la capital catalana. Describía con su entrañable acento hasta el mínimo detalle de muchas tardes de triunfo de Manolete, de Domingo Ortega, de Pepe Luis, de Chamaco o de Antonio Bienvenida; de su querido Mario Cabré o de Joaquín Bernadó, y hasta del empresario Pedro Balañá -Don Pedro-. La conversación te transportaba a una época en donde los toros hacían de Barcelona la ciudad más taurina de España, por encima incluso de Madrid.

Su actividad profesional tuvo dos vertientes totalmente dispares: la docencia en la Escuela de Altos Estudios Mercantiles de Barcelona y el periodismo, siempre en su espe-



Un jovencísimo Santainés junto a Armillita en la Monumental

ABC

cialidad taurina. Sus clases de matemáticas financieras y de contabilidad las conjugaba con sus crónicas en distintos medios. El profesor Santainés se licenció en periodismo para ejercer la crítica taurina en «El Correo Catalán», «Diario de Barcelona», «El País», «Avui», en donde firmó sus crónicas en catalán, y ABC. En la edición catalana

**Antonio Santainés Cirés** nació en Barcelona el 6 de diciembre de 1928, donde murió el 29 de abril. Fue profesor de la Escuela de Altos Estudios Mercantiles de la Ciudad Condal y ejerció la crítica taurina en «El Correo Catalán», «Diario de Barcelona», «Avui», «El País» y ABC, además de en La Voz de Cataluña, RNE y la SER.

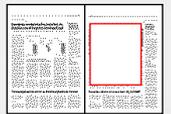
de nuestro diario desplegó en los últimos años una serie de reportajes en los que dejó plasmada buena parte de la historia del torero en Cataluña, la misma que el nacionalismo trató de desterrar.

Fue también importante su trabajo en las ondas. En La Voz de Cataluña entrevistó a todas las figuras del torero de la segunda mitad del siglo XX; fueron muy seguidas sus crónicas en Radio Nacional de España, y durante las dos últimas décadas en la Cadena Ser en el programa «Los Toros».

Deja también tres importantes libros. «Los toros en Cataluña», «La Dinastía de los Bienvenida, un siglo de gloria y tragedia» y la biografía de Domingo Ortega titulada «Ochenta años de vida y toros», además de colaborar en el Cossío, la gran enciclopedia taurina.

Antonio Santainés encabeza junto con Don Ventura, Eduardo Palacio Valdés, Néstor Luján y Mariano de la Cruz un grupo de críticos taurinos catalanes que vivieron una apasionante época, una fuente de la que han bebido tantos y tantos profesionales. Con él se va una parte de la historia viva de la Tauromaquia. Vivió desconcertado el cerco nacionalista impuesto a la Fiesta desde la llegada de Jordi Pujol a la Generalitat. No entendió cómo algo tan profundo en su sentir catalán era desgarrado a jirones por una batalla política que no sabía en qué podía acabar.

ÁNGEL GONZÁLEZ ABAD



Cartel de Netflix en la sede de la compañía en Los Gatos (California, EEUU). BLOOMBERG

# Vodafone supera obstáculos técnicos para integrar Netflix en su televisión

El videoclub 'online' firma acuerdos con operadores que tienen la plataforma TiVo

Antonio Lorenzo MADRID.

El desembarco de Netflix en España está ahora un poco más cerca que hace unos días, aunque nadie debería lanzar las campanas al vuelo porque aún falta un largo recorrido. La conclusión se desprende del acuerdo que el pasado lunes rubricó el mayor videoclub *online* del mundo con tres operadores de televisión de pago estadounidenses para integrar su oferta de contenidos en la plataforma TiVo.

En España, sólo la compañía Ono (que adquirirá formalmente Vodafone a lo largo de este verano) dispone de la tecnología TiVo. De esa forma, Vodafone lo tendrá relativamente fácil en el caso de que decida incorporar Netflix en sus ofertas televisivas. Al menos los escollos técnicos estarán resueltos, ya que sólo se necesitará seguir el ejemplo de los operadores estadounidenses Atlantic Broadband, Grande Communications y RCN. Estas

últimas empresas, ahora asociadas con Netflix, han resuelto felizmente la necesidad de disponer de múltiples dispositivos para formar parte de Netflix, ya que sólo bastará con el *set-top-box* de TiVo.

El presidente ejecutivo de TiVo, Tom Rogers reconoció esta semana que el acuerdo con los tres operadores de televisión "demuestra la capacidad de TiVo para habilitar la integración entre operadores *over the top* (OTT) y las plataformas de televisión de pago", según informó la prensa estadounidense.

A mediados del pasado abril, la agencia *Bloomberg* informó sobre las conversaciones que entonces mantenían Vodafone y Netflix para que los abonados de la compañía de móviles pudieran disfrutar del catálogo de contenidos audiovisuales de Netflix en el Reino Unido.

El propio Vittorio Colao, consejero delegado de Vodafone, en respuesta a un pregunta de *elEconomista*, declinó realizar declaraciones

sobre la existencia de las referidas negociaciones con Netflix, como ya existe con otros proveedores de contenidos (*media partnerships*) como Sky News o Spotify.

No obstante, otras fuentes consultadas reconocen el interés del videoclub *online* por asociarse con Vo-

Los usuarios de la TV de pago de Ono ya disponen de la tecnología TiVo en sus hogares

dafone para así iniciar la conquista del mercado europeo de la mano del mayor operador europeo de móvil.

El primer ejecutivo de Netflix, Reed Hastings, aseguró a finales de abril que su empresa "está lista para lanzar su servicio en dos mercados europeos este año".

Sobre esa situación, la agencia *Bloomberg* indicó que Netflix estará listo para estrenarse en Francia a finales de año, una vez resueltos los escollos regulatorios. Entre otros detalles, los operadores galos de vídeo y televisión están obligados a reinvertir el 15 por ciento de sus ingresos en producciones francesas y europeas.

En la actualidad, Netflix trabaja en suelo europeo con los operadores Com Hem en Suecia y Liberty Global's Virgin Media en el Reino Unido. En Latinoamérica, Netflix también mantiene conversaciones para obtener contenidos en exclusiva de Televisa.

Por otra parte, el mayor videoclub *online* del mundo anunció ayer el acuerdo para pagar a la estadounidense Verizon Communications por disfrutar de un acceso más rápido a sus contenidos en la Red, similar al alcanzado el pasado febrero con el operador de cable Comcast.



MITJANS

# Fabra busca a RTVE un sucedani per a Canal 9

El president negocia amb La 2 perquè dediqui cada dia dues hores a la tarda a programació en clau valenciana

SALVADOR ENGUIX

Quan es compleixen cinc mesos del tancament d'RTVV, la Generalitat valenciana ultima un conveni amb RTVE perquè es dediquin diàriament a la tarda dues hores (de 19 a 21 hores) de programació en clau valenciana a La 2. L'objectiu, segons fonts de l'Executiu d'Alberto Fabra, és "continuar oferint continguts en un mitjà públic per potenciar el valencià". Però l'oposició i els professionals de Canal 9, que estan a punt de rebre la seva liquidació en l'ERO d'extinció, ho qualifiquen d'un "succedani" que "no pot substituir la tasca d'un mitjà públic com era RTVV", segons ha criticat el PSPV-PSOE.

El cert és que la idea d'assolir un acord amb RTVE es va començar a moure el mateix dia en què es va tancar Canal 9, el 29 de novembre passat, per ordre de Fabra. En l'actualitat, el centre regional de RTVE emet dos informatius d'àmbit autònic a les 14 hores (de 25 minuts) i a les 16 hores (de 7 minuts) tots dos a La 1. Al contrari que a Catalunya, on RTVE sí que té un centre de producció de continguts en català, a València l'espai que dedica la televisió estatal a la Comunitat Valenciana és molt reduït. Fabra pretén amb aquest conveni, que es firmará abans que finalitzi el maig, oferir més programació



MORELL / EFE (ARXIU)

Un periodista afectat pel tancament de Canal 9 intenta preguntar a Alberto Fabra

en valencià i sobre temes valencians i, alhora, permetre la possibilitat de negoci per a les productores valencianes, que han quedat òrfenes d'activitat pel tancament de l'ens públic.

## Presidència vol que es programin un magazine i una sèrie de ficció produïda a València

Des de la Generalitat valenciana s'assegurava que és possible tancar l'acord perquè al juliol es pugui executar la "desconnexió" de La 2. I que en principi es valora com a possibles

continguts un magazine tipus revista informativa i una sèrie de ficció. El conveni deixarà clar que serà RTVE la que tindrà la capacitat "jurídica" de decidir els continguts. Però des de la Generalitat valenciana es valorava que en ser part del conveni podrà "recomanar i assessorar" el tipus d'oferta informativa i d'entreteniment que es programi a aquelles hores.

Aquesta opció és important per a les productores valencianes, que podrien trobar-hi una possibilitat de negoci. A més, el conveni estipularà que la Generalitat valenciana aportarà una quantitat de diners –que encara es desconeix– a fi de potenciar la producció de continguts en valencià i sobre la realitat de la comunitat.

D'altra banda, la Generalitat valenciana ha autoritzat determinades transferències per un import de 30 milions d'euros de diversos programes de l'Institut Valencià de Competitivitat Empresarial (Ivace) i de la Societat de Projectes Temàtics de la Comunitat Valenciana (SPTCV), entre d'altres, per donar cobertura a les despeses derivades del procés de liquidació de Ràdio Televisió Valenciana (RTVV) i de les indemnitzacions, que superen els 51 milions d'euros pels 1.600 treballadors. En total, entre liquidacions i despeses derivades del tancament de l'ens públic, es calcula que l'Executiu que presideix Alberto Fabra es gastarà més de 100 milions d'euros per tancar Canal 9.●



# Girona ingressa 333.000 € en gravacions

► La Girona Film Office ha gestionat 45 projectes audiovisuals entre els quals hi ha 14 reportatges, 5 pel·lícules i 7 anuncis

GIRONA | TAPI CARRERAS

■ La Girona Film Office ha gestionat un total de 45 produccions audiovisuals al llarg de l'any 2013. Segons l'Ajuntament, la inversió en el municipi d'aquestes produccions audiovisuals s'ha estimat en 333.210 euros. Les produccions es desglossen en catorze reportatges i documentals, set anuncis i esports publicitaris, cinc llargmetratges de ciència-ficció, cinc de fotografies, cinc videoclips i quatre curtmetratges i exercicis acadèmics, mentre que les cinc restants eren altres conceptes.

D'entre totes destaca la continuació del rodatge del llargmetratge del cineasta gironí Isaki Lacuesta *Murieron por encima de sus posibilidades* en diferents localitzacions de la ciutat. També s'hi va rodar part de *Dos a la carta* el segon llargmetratge del director Robert Bellsolà.

Un dels anuncis que va tenir més repercussió va ser el de Land Rover, que va emetre's a diferents països de tot el món, amb Girona com a escenari principal. La majoria de produccions gestionades per la Girona Film Office són catalanes. Tot i això, n'hi ha una de la resta de l'Estat, sis d'Europa i cinc d'altres punts del món.

L'objectiu d'aquesta oficina és estimular i consolidar l'elecció de la ciutat de Girona com a plató cinematogràfic i per a sessions fotogràfiques. La seva funció és la d'actuar com a «finestreta única», cen-



MARC MARTÍ

Gravació d'un anunci de Land Rover, amb Girona d'escenari, que es va poder veure a tot el món.

Entre els rodatges hi ha films d'Isaki Lacuesta i de Robert Bellsolà i anuncis que han fet la volta al món

traltant les consultes i peticions de rodatges o sessions fotogràfiques que es fan a la ciutat i facilitar-ne els tràmits i gestions.

Els serveis bàsics que ofereix la Girona Film Office són bases de dades d'imatges de localitzacions, càterings, productores i professionals locals de l'audiovisual. Aquesta oficina treballa amb la Catalunya Film Commission per facilitar a les productores tots els serveis que puguin requerir.

## MEMÒRIA DEL 2013

### Creixen els usuaris de les activitats culturals

► El nombre d'usuaris de les activitats culturals organitzades per l'Ajuntament de Girona -teatre, música, museus o biblioteques- ha crescut un 34% durant el 2013, arribant a 1.018.527 persones. Des de l'Ajuntament relacionen l'increment amb l'esforç que s'ha fet per mantenir l'aposta per la cultura, per ampliar el ventall d'activitats i buscar públics diversos. La valoració dels usuaris d'equipaments i serveis municipals se situa entre el 8,2 i el 9,6. A més,

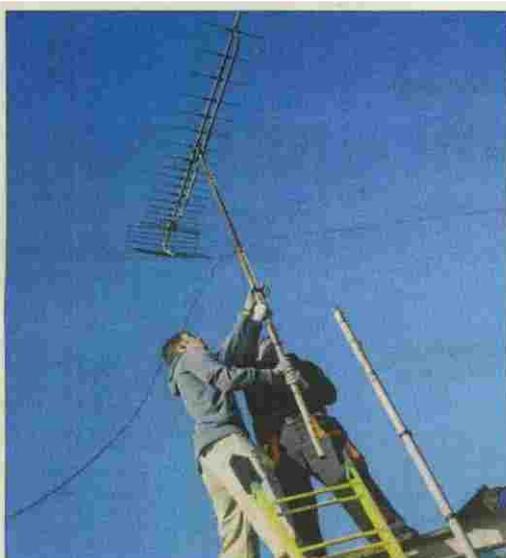
les enquestes determinen que la gran majoria dels usuaris són dones. Pel que fa a la música i el teatre, la proporció és del 30%-70% i en d'altres àmbits com en les visites a museus baixa fins a 45%-55%, segons va explicar el cap de l'àrea de Cultura, Narcís Casassa. L'alcalde, Carles Puigdemont, va destacar que l'àrea d'Alcaldia i Cultura ha reduït el pressupost un 5,22% però que s'ha «fet més i millor amb menys». L'alcalde, va insistir que la cultura ha de ser un «tractor» de l'activitat de la ciutat. «Girona com a capital cultural cada cop suma més públics i reconeixements», va declarar. ACN/DDG GIRONA

## MEMÒRIA DEL 2013

### Nova eina per a la transparència

► L'Ajuntament de Girona ha obtingut un 78,05% d'indicadors positius en la segona onada del Mapa de les Bones Pràctiques de la Comunicació Pública Local a Catalunya, elaborat pel Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural (LPCCP) de la Universitat Autònoma de Barcelona, segons va ressaltar ahir el gerent de l'Ajuntament, Albert Riera. Aquest resultat apareix publicat al Mapa Infoparticip@. El consistori ha millorat el resultat obtingut a

la primera onada, en el qual va obtenir un 71,43% d'indicadors positius. El gerent va explicar que aquest any posaran en marxa el web «Govern Obert», una eina pensada per afavorir la transparència i l'accés dels ciutadans a dades d'importància. L'alcalde, Carles Puigdemont, va explicar que quan van entrar, l'Ajuntament tenia una puntuació molt més baixa i que cada any van pujant. Alguns punts de millora pendents són publicar les retribucions dels càrrecs electes, la relació dels llocs de treball, notícies sobre les actuacions de l'oposició i informació sobre els representants municipals. T.C.C. GIRONA



Instal·lació d'antenes per adaptar-se a la TDT a Girona, fa quatre anys ■ LLUÍS SERRAT

## Resintonitzar la TDT pel dividend digital costarà 20 euros per llar

■ És el càlcul que fa l'associació d'instal·ladors del nou reajustament, que superarà els 500 milions

**Redacció**  
MADRID

Les llars en edificis de més de tres habitatges pagaran 20 euros cadascuna per l'adaptació que s'haurà de fer per tornar a sintonitzar la TDT, segons les dades facilitades pel director de la federació d'instal·ladors (Fenitel), Miguel Ángel Argüelles. Aquesta reubicació dels canals és necessària perquè cal alliberar espectre radioelèctric perquè les operadores implantin la telefonia d'última generació, el 4G.

En una trobada organitzada per la patronal de les televisions privades, la Uteca, Miguel Ángel Argüelles va explicar que hi ha 1,3 milions d'edificis a l'Estat espanyol d'aquestes característiques. I, segons la corresponent multiplicació, va calcular que els ciutadans espanyols es gastaran una xifra superior als 500 milions d'euros.

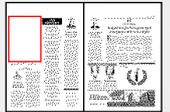
Per la seva part, el director general de la Uteca, Andrés Armas, va criticar "el poc" temps per executar l'operació, ja que el 2015 s'ha de fer efectiva, alhora que va lamentar l'absència d'un "full de ruta" pactat amb el govern

### La data

01.01.15

**Ha d'estar acabada** la nova reubicació de canals de televisió per poder encabir-hi la telefonia (4G)

espanyol. A aquesta situació cal afegir-hi el tancament dels nou canals prevista pel 6 de maig, en virtut d'una sentència del Suprem que anul·la l'assignació d'aquests canals el 2010 pel govern de Zapatero perquè no s'havia convocat un concurs. ■

**pareumàquines**  
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

## L'Abc' i 'El País' suavitzen el reneç de Santamaría



La vicepresidenta Santamaría va esclatar i va deixar anar un sonoríssim “Mai en la meua puta vida he cobrat un sobre”. La frase apareix en diverses portades, però amb gradacions diferents. A *El Periódico* la posen entre admiracions, per pujar-ne un grau la intensitat. Són uns signes d'admiració astuts, perquè perfilen l'autora de la frase com algú que ha perdut el control del seu discurs. La frase en qüestió també apareix en portada a *La Vanguardia*, sense admiracions en aquest cas. I a *El Mundo*, però en la sempre més discreta

posició de subtítol. El més sorprenent és que a l'*Abc* i a *El País* la cita apareixia mutilada en els elements de titulació: “En la meua vida he cobrat un sobre”. A dins, en canvi, sí que apareixia la frase sencera, expletiu emfàtic inclòs. És comprensible que els diaris limitin l'ús de paraulotes, però en aquest cas tenia importància informativa: que una vicepresidenta en sessió parlamentària deixi anar aquest reneç és rellevant, ja que dona compte de fins a quin punt l'assumpte de la caixa B descol·loca els líders del PP.

En tot cas, els diaris catalans i espanyols tenen molta més màniga ampla que els anglesos o americans, que acostumen a evitar les paraulotes, incloses les que són la notícia. La paraula *shit* (merda), per exemple, només ha aparegut quatre cops des del 1981 al *New York Times*. I el dia que, l'any passat, van escriure *fuck*, l'afer es va convertir en un (petit) esdeveniment nacional. El blog *Fit to print* recopila implacablement cada cop que el *Times* fa servir un eufemisme per no haver d'escriure una paraula malsonant. Això inclou, per exemple, casos ridículs com ara escriure tota una crítica d'un concert dels Fucked Up sense escriure enlloc el nom de la banda i referir-s'hi crípticament com “un grup canadenc amb nom ofensiu” o, en el titular, amb una corrua d'asteriscs, un per cada lletra censurada.



## IN MEMORIAN JOSÉ JOAQUÍN IRIARTE

# *Un hombre de radio*

**Director de programas informativos en la Ser y en la Cope, ganó dos veces el Premio Ondas**

**CAYETANO GONZÁLEZ**

Uno de los históricos de las ondas con los que nos levantábamos o nos acostábamos escuchando sus programas, José Joaquín Iriarte, nos acaba de dejar tras no poder superar una delicada intervención quirúrgica. Y lo que es más doloroso para los suyos, ha dejado a su mujer Chelo, con la que llevaba 47 años casado, a sus hijos –Joaquín, Arancha, Fernando, Julia, Mirenchu y Juanjo– y a sus nueve nietos. Pero como José Joaquín era un hombre de profundas convicciones religiosas que hicieron de él una persona esencialmente buena, seguro que ya estará en el cielo, desde donde ayudará todavía más de lo que hacía aquí, a sus seres queridos.

José Joaquín estudió Periodismo en la Universidad de Navarra y alcanzó la plenitud de su talento profesional en la Cadena Ser, donde llegó a ser director de los principales programas informativos, desde *Matinal Ser* a *Hora 25*. Eso fue en los años de la Transición y el arranque de la democracia. Posteriormente estuvo unos años en Roma como corresponsal de la agencia Europa

Press. Un periodo de tiempo que siempre recordaba con especial emoción debido al impacto que le produjo la fuerza y la personalidad de Juan Pablo II. A la vuelta de Roma fichó por la Cope, donde fue subdirector de los servicios informativos. Desde 1996 y por espacio de seis años, hasta su jubilación, dirigió la revista *Mundo Cristiano*.

Recibió a lo largo de su dilatada vida profesional todos los premios a los que se puede aspirar en radio: el Ondas en dos ocasiones (1976 y 1982); el Nacional de Periodismo (1983); la Antena de Oro de la Agrupación de Asociaciones de Radio y Televisión (1993) y el Premio Bravo que otorga la Conferencia Episcopal (2000). En los últimos años de su vida cultivó una de sus grandes aficiones, la escritura, llegando a publicar novelas de ficción como *El árbol del Paraíso* o *Comando Wagner*, ésta editada a finales del pasado año.

José Joaquín Iriarte era una persona esencialmente buena, de carácter afable, noble y directo en el trato que sabía ilusionarse con las cosas ordinarias de cada día. Seguía oyendo la radio y siempre que podía volvía a su Navarra natal –nació en Lodosa, en 1937– de la que se sentía orgulloso: «Navarra, foral y española», solía decir. Descanse en paz ese gran profesional y mejor persona, marido, padre y abuelo que fue José Joaquín Iriarte Arlabán.



## elradar

# Recullen firmes per a una nova radiotelevisió pública valenciana

SALVA ALMENAR

Ahir es va donar el tret de sortida al termini de recollida de les 50.000 signatures necessàries perquè les Corts Valencianes puguin tramitar la iniciativa legislativa popular (ILP) per crear una nova radiotelevisió pública valenciana. Malgrat que el termini oficial va començar el 24 d'abril, avui uns 200 fedataris -les persones que donen fe que les signatures recollides són correctes- s'han aplegat al Parlament valencià per recollir les credencials i poder així començar la recollida efectiva de signatures.

Segons ha explicat l'encara treballador de Radiotelevisió Valenciana (RTVV) i secretari de la comissió promotora de la ILP, Josep Lluís Fitó, a partir d'ara s'inicia un període de quatre mesos, ampliable a dos més si així ho validen les Corts Valencianes, per recollir les 50.000 signatures que estableix el reglament del Parlament valencià per admetre a tràmit qualsevol iniciativa legislativa popular. Preguntat per les opcions d'aconseguir tots els suports necessaris, Fitó s'ha mostrat convençut d'aconseguir l'objectiu i ha assenyalat que n'arregleran "com més millor". Als 200 fedataris que han arreglerat les seves credencials avui se n'hi sumaran pròxi-



**Els primers fedataris que recolliran firmes, en una foto de família.** ARA

mament 200 més. Els fedataris han arreglerat també material promocional de la campanya de recollida de signatures com és el cas d'un tríptic en què s'explica que la ILP "reivindica el dret col·lectiu del poble valencià a rebre i comunicar idees i informar en la llengua pròpia a través de mitjans de comunicació audiovisuals".



CON MAS de noventa años, Conrad Adenauer ironizaba sobre los ataques de sus rivales y de sus enemigos. «Mientras más fuertes y copiosos –decía– más clara queda tu fortaleza». Es el «ladran, luego cabalgamos» de Manuel Azaña.

Alfonso Rojo tendrá defectos como tenemos todos. Pero las cualidades profesionales inclinan su balanza de forma abrumadoramente positiva. Es un periodista de raza con una dilatada vida profesional vertebrada por la eficacia y por los éxitos, con años inolvidados de corresponsal de guerra. Ahora está omnipresente en la radio, la televisión, internet, las redes sociales, el periódico digital. Desde sus planteamientos ideológicos se distingue por el conocimiento de causa, la coherencia de pensamiento, la moderación al expresarse y el buen sentido. En una profesión tan desgraciadamente cicatera como la nuestra, Alfonso Rojo disfruta de reconocimiento general.

Un periodista tan activo se ve mezclado, de forma inevitable, en disputas y aculeares. Siempre ha sido así. En el siglo XIX, no pocas controversias se dirimían de ma-

drugada en duelos tantas veces sangrientos. Desde hace mucho tiempo, por fortuna, se han impuesto la ley y los juzgados.

Escribo estas líneas, atónito de que un juez, al que sus compañeros han sentado en el banquillo por presunta prevaricación, se haya permitido agredir a Alfonso Rojo declarando en televisión: «Me encantaría que fuera a prisión», con el agravante de

so Rojo se ampara en la libertad de expresión aceptando que sus discrepantes se refugien también bajo el mismo techo que él. La persecución organizada contra el profesional rebelde o contra los medios de comunicación insumisos es una constante y no solo en España. La primera función del periodista consiste en administrar el bien ajeno de la información; la segunda, en ejercer

CANELA FINA

LUIS MARÍA ANSON

**Alfonso Rojo,**  
*periodista*

acosarle diciéndole que si quería que retirase su denuncia debía indemnizarle. Según el periodista, el juez en cuestión exigió que se le pagaran 200.000 euros, eso sí «de forma discreta».

O se está con la libertad de expresión o se está contra la libertad de expresión. Si se está con la libertad de expresión hay que hacerlo con todas sus consecuencias. Alfon-

so Rojo se ampara en la libertad de expresión aceptando que sus discrepantes se refugien también bajo el mismo techo que él. La persecución organizada contra el profesional rebelde o contra los medios de comunicación insumisos es una constante y no solo en España. La primera función del periodista consiste en administrar el bien ajeno de la información; la segunda, en ejercer

Luis María Anson es académico de la RAE.



**CULTURA** ■ EL GUARDÓ S'ENTREGARÀ LA NIT DE PREMIS DE LA CIUTAT DE VALLS 2014

## El periodista Pep Ribes, guanyador del XIX Premi Joan Ventura i Solé

■ El periodista casteller Pep Ribes ha estat el professional guardonat amb el Dinovè Premi Joan Ventura que atorga la Colla Joves Xiquets de Valls. Ribes va començar la seva carrera en el món dels castells l'any 1992, moment en què es va unir a Ràdio Vilafranca com a col·laborador radiofònic.

Set anys després, el 1999, Ribes aconseguia ser-ne el màxim responsable, càrrec que conser-

va en l'actualitat. La ràdio sempre ha estat present en la seva carrera: l'any 2007 estrenava en format radiofònic el programa *Va de castells*, que es pot escoltar a través de la Xarxa.

Des de fa un parell d'anys, Ribes forma part de la Comissió Assessora del Concurs de Castells que es celebra a Tarragona. La tasca realitzada pel periodista durant més de dues dècades i la seva implica-

ció en el món casteller, així com el seguiment exhaustiu de l'actualitat castellera l'ha fet mereixedor d'aquest guardó.

El premi ha estat consensuat per un jurat format per Carles Herèdia, Raquel Sans, Pere Toda, Roser Llagostera i Montse Solé. L'acte d'entrega es realitzarà el dissabte 31 de maig, coincidint amb la Nit de Premis de la Ciutat de Valls 2014. —A. E.



## Zinkia revisa a la baja su previsión de ingresos para 2014 y 2015

El padre de Pocoyó reduce en 31 millones la facturación estimada

Á. S. MADRID.

Zinkia revisa a la baja, una vez más, su plan de negocio 2010-2015. La dueña de Pocoyó, que con un fondo de maniobra negativo de 2,4 millones declaró el concurso de acreedores en abril, ha publicado un nuevo plan para 2014 y 2015, que dista mucho del optimismo mostrado hace cuatro años, pero que espera mejoras con respecto a 2013. El grupo ingresó 13,04 millones de euros el año pasado, un 16,3 por ciento menos que en 2012.

---

# 41,7

POR CIENTO

El grupo cerró el año con 13 millones de ingresos, un 41,7 por ciento menos de lo previsto.

---

Este plan prevé que Pocoyó facture 16,9 millones este año y 17,25 millones en 2015, lo que supondría una mejora del 32 por ciento en menos de dos años con respecto a la facturación real, pero un fuerte desdecenso frente a las expectativas. No en vano, Pocoyó esperaba cerrar 2015 con unos ingresos de 48 millones. El grupo, que ha incumplido sus previsiones desde que aprobó el plan sólo prevé mejorar el beneficio neto en 700.000 euros desde el millón que ganó en 2013.

El proyecto de Zinkia, que lleva dos años buscando fuentes de financiación, tiene tres ejes: la producción y explotación de contenidos audiovisuales e interactivos; la explotación de marcas mediante la firma de contratos de licencia y la venta de espacios publicitarios disponibles *online*.



## ¡Hola! TV empieza sus emisiones en EE UU

L. R. C. - Madrid

El nuevo canal de televisión resultado de la alianza entre Atresmedia Diversificación y la revista «¡Hola!» empieza hoy sus emisiones en Estados Unidos a través de la plataforma DIRECTV tan sólo seis meses después de su lanzamiento en Iberoamérica. ¡Hola! TV, fiel a la publicación que la inspira, ofrece contenidos de realeza, información y las grandes exclusivas de «¡Hola!» y «Hello!». Su oferta de contenidos incluye más de 500 horas de producción original al año. Entre sus programas más destacados están «Mundo ¡Hola!», que se emite de lunes a viernes y ofrece toda la información sobre las celebridades de Europa e Iberoamérica, «¡Holala!», un programa de media hora semanal que resume las mejores historias publicadas en las diez ediciones iberoamericanas de la publicación, y «En exclusivo», espacio en el que los famosos y los miembros de la alta sociedad abren las puertas de sus casas para ofrecer una entrevista en publicidad. DIRECTV es la principal plataforma de pago hispana.



## Reporters Sense Fronteres llança una nova campanya

**BARCELONA** Redacció

Reporters Sense Fronteres (RSF) Espanya llançarà aquest dissabte a La Casa Encendida de Madrid la seva nova campanya "Tweet sense paraules", creada ad honórem per l'agència McCann Espanya i l'objectiu de la qual és conscienciar sobre la falta de llibertat per informar que els periodistes pateixen als països assetjats per la censura. D'aquesta manera, RSF vol que es pugui experimentar l'angoixa dels periodistes que no disposen de cap espai per informar des d'aquests països.

Amb el *hashtag* especial *#loquepuedenpublicarenestemomentoloperiodistassecuestradosenSiriaesexactamentelomismoquepuedepublicartúsituíteasestehashtagde140caracteres*, RSF convida tots els internautes a participar en aquesta campanya. I adverteix que Síria és, ara com ara, el país més perillós del món per exercir el periodisme.

Des del començament del conflicte siria, hi han perdut la vida un centenar d'informadors. El règim de Baixar al-Assad té nou periodistes estrangers i més de dues dotzenes d'informadors sirians privats segrestats o desapareguts al país.●



# E/M/2

EL MUNDO. VIERNES 2 DE MAYO DE 2014

En el verano de 1936, un poeta y un fotógrafo viajaron al sur profundo de Estados Unidos para documentar los estragos de la crisis en los campesinos productores de algodón.

El trabajo de **JAMES AGEE** y **WALKER EVANS** se publicó cinco años después en un libro que marcó la historia del periodismo norteamericano:

‘Elogiemos ahora a hombres famosos’. Estos días se publica en España su primera versión, ‘Algodoneros. Tres familias de arrendatarios’.

## ESTAMPAS



El granjero Bud Fields con su mujer, su suegra y sus hijos en su casa de Alabama. / WALKER EVANS

# DE LA GRAN DEPRESIÓN

Por Eugenia Coppel



«Colocadlos uno al lado del otro en sus porches delanteros, cuerpos arcaicos debajo de sus harapos como son los cuerpos de los granjeros; colocadlos contra esa madera veteada que les sirve de cobijo formando tres bastos frisos, y ved, uno a uno, quiénes son: los Tingle, los Fields, los Burroughs».

James Agee introduce así a los protagonistas de su relato, y el lector advierte que esas imágenes quedarán doblemente grabadas en su memoria. Primero, por la poderosa narrativa visual del reportero, novelista y poeta estadounidense galardonado con el Pulitzer (1958). Después, por las no menos conmovedoras instantáneas que acompañan al texto, capturadas por su amigo y compañero de viaje, Walker Evans.

Tenían 26 y 32 años, respectivamente, cuando emprendieron el periplo que cambió sus vidas y marcó la historia del periodismo norteamericano. Hasta hace poco, sólo existía un registro de aquella inmersión en los campos de algodón de Alabama en los años posteriores a la Gran Depresión: la ya clásica obra *Elogios ahora a hombres famosos*, que en Estados Unidos vio la luz en 1941.

Pero ahora existe un segundo libro: *Algodoneros. Tres familias de arrendatarios* (publicado en España por Capitán Swing, 2014), que contiene el reportaje original escrito por Agee después de pasar ocho semanas en el sur profundo del país. De aquel verano de 1936 surgió un primer testimonio estremecedor de la precariedad que experimentaban los campesinos blancos pobres. El retrato de tres familias escogidas para representar «por completo y con justicia» —advirtió Agee en la introducción— a los nueve millones de seres humanos que en ese momento sobrevivían en condiciones similares.

El joven poeta graduado de Harvard trabajaba entonces en la revista *Fortune*, que le asignó la tarea de escribir sobre el día a día de un granjero arrendatario en la región algodoneira. La pieza estaría destinada a la sección *Vida y circunstancias*, en la que Agee había escrito anteriormente sobre un trabajador de la industria automovilística en Michigan, un albañil en Pensilvania y el empleado de una telefónica en Nueva York.

Agee insistió en que su acompañante con la cámara debía ser Walker Evans. El fotógrafo trabajaba entonces para la Oficina de Reasentamiento —más tarde la *Farm Security Administration* (FSA)— una de las agencias creadas por el presidente Roosevelt en el marco del *New Deal*. El organismo dedicado a la población rural tenía un departamento de fotografía, en el que Evans y otros artistas de la lente como Dorothea Lange, Jack Delano y Russell Lee, tenían la misión de registrar los estragos de la crisis y «presentar Estados Unidos a los estadounidenses».

Por razones que no están muy claras, la crónica de Agee nunca se publicó en las páginas de *Fortune*. El editor jefe de la revista era Henry R. Luce quien había contratado a un grupo de poetas y narradores en ciernes para escribir reportajes económicos. Agee entre ellos. El fundador de otras reconocidas publicaciones como *Times* y *Life* era un magnate de la prensa que según el crítico Mi-

chael Denning, profesor de la Universidad de Yale, inspiró a Orson Welles en igual medida que William R. Hearst para crear al mítico *Ciudadano Kane*.

«La revista era importante y no se iba a arriesgar con un reportaje de tono tan crítico», sugiere el editor Daniel Moreno, responsable de la publicación de *Algodoneros* en España. Basta leer las primeras líneas para adivinar el impacto que causó en el joven es-



critor la convivencia con los campesinos: «Una civilización cuya existencia radica en relegar la vida humana a una situación de desventaja, no merece llamarse así ni seguir existiendo».

Tampoco es muy seguro que Agee entregase su texto. Como afirmó a *The New York Times* Alan Brinkley, biógrafo de Luce y profesor de Columbia: «No fue Luce el que no quiso publicar el artículo. Fue Agee el que nunca produjo un artículo que pudiese ser publicado en *Fortune*».

Lo que es un hecho es que el reportero escribió una pieza de 30.000 palabras, donde describió la pobreza del sur con un grado de detalle casi obsesivo. La familia del escritor encontró el documento en el sótano de su casa de Nueva York hace una década, pero lo consideró como un simple borrador de *Elogios ahora a hombres famosos* (publicado en España por Círculo de Lectores, 1994). Ese y otros objetos fueron donados por la Fundación James Agee a la Universidad de Tennessee —el estado natal del escritor— y una vez allí se descubrió el significado del manuscrito. La editorial Melville House lo publicó en forma de libro el año pasado en Estados Unidos.

El reconocimiento hacia la figura de Agee también llegó con demora. «En vida fue un autor bastante despreciado y solo tras su muerte se descubrieron las perlas que dejó», cuenta el fundador de la editorial independiente Capitán Swing. La obra *Elogios ahora a hombres famosos* se publicó el mismo año en que Estados Unidos entró en la Segunda Guerra Mundial. Vendió unas 600 copias y quedó descatálogada. Se convirtió en una obra importante hasta 1960, cinco años después de que Agee sufriera un infarto a los 45 años en un taxi de Nueva York.

La revaloración del escritor vino con el Pulitzer póstumo que recibió en 1958. Fue gracias a su novela autobiográfica *Una muerte en la familia* (Alianza Madrid, 2007), donde Agee narra la historia de un niño de seis años que pierde a su padre en un accidente automovilístico. Tal como él mismo.

### Belleza en lo cotidiano

Floyd Burroughs mira con una mezcla de cansancio y desesperanza. Mira fijamente al objetivo de Walker Evans sin saber que su rostro, marcado por largas faenas de trabajo en el campo, pasaría a formar parte del imaginario de una época. El retrato es la portada de *Algodoneros* y uno de los más difundidos de toda la serie, que a menudo se considera como la representación humana de la crisis que inició con el crack del 29. Y es sin duda el trabajo más representativo del fotógrafo que en su juventud soñaba con ser escritor. Son las imágenes que consolidaron su estilo de fotografía pura, sin romanticismos.

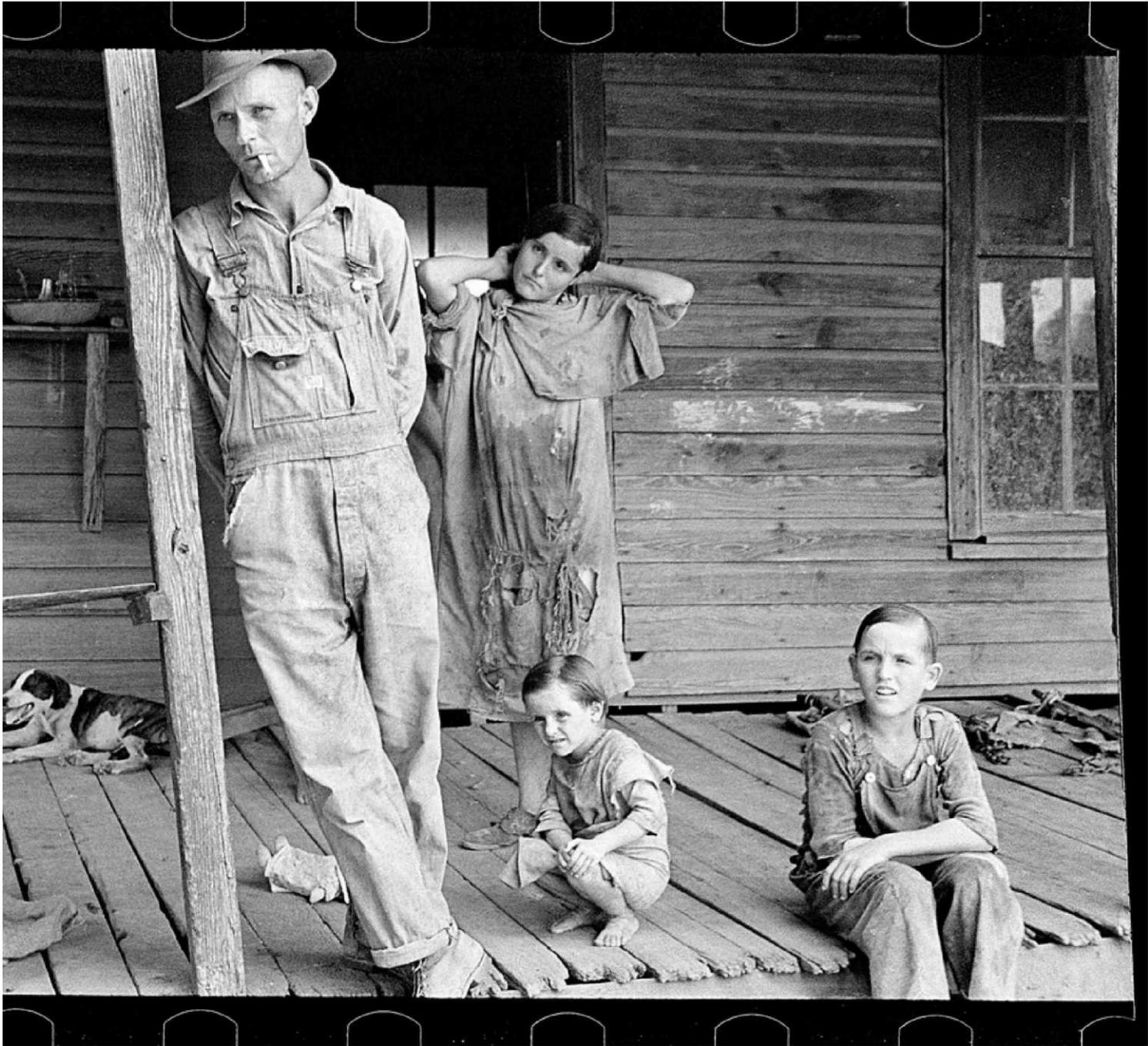
«Evans quería que sus fotografías fueran cultas, calificadas, trascendentes», escribe Susan Sontag en su libro *Sobre la fotografía* (1975). Y el artista de San Luis Misuri lo logró. Sus trabajos sobre el mundo rural se exhibieron en la primera exposición individual de un fotógrafo (1938) en el Museo de Arte Moderno de Nueva York. Su obra incluye, además, un estudio realizado en La Habana durante la dictadura de Gerardo Machado, una serie de retratos hechos con cámara oculta en el metro de Nueva York y los múltiples reportajes que hizo para las revistas *Time* y *Fortune*.

En el viaje a Alabama, Evans se quedó en el hotel del poblado más cercano, mientras que Agee se las ingenió para repartir sus noches entre las humildes casas de las tres familias. «No solo quería entrevistar a los granjeros, quería fundirse con ellos como un hombre invisible», afirma el escritor y editor norteamericano John Jeremiah Sullivan. El



Floyd Burroughs y los niños de los Tingle en una foto impresa con el marco del negativo. A la izquierda aparece Bud Fields mientras descansa en los campos de algodón y abajo uno de sus mulos. / WALKER EVANS (CEDIDAS POR CAPITÁN SWING PARA SU REPRODUCCIÓN).

«Fue el nacimiento de un nuevo periodismo: con un estilo personal e inusualmente honesto»



resultado de la colaboración con Evans, dice el fotógrafo Danny Lyon en el diario *Los Angeles Times*, «fue el nacimiento de un nuevo periodismo: con un estilo personal e inusualmente honesto».

También Agee retrató a Burroughs, pero con su propia herramienta: «Sus ojos son de un amarillo nítido, ignorante y, hasta cierto punto, peligroso, que te estudian en silencio». Y así, el reportero-poeta registró cada aspecto de la vida en el campo. Todos sus sentidos hicieron su parte: «La carne mace-

rada en estos olores año tras año escapa a los efectos del baño» / «Sábanas de algodón cuya aspereza de textura es la de una tela de saco sin lavar» / «Las avispas silban en su ir y venir desde su nido debajo de la puntiaguda arista del tejado».

Las 33 fotografías de Evans se intercalan con el texto de Agee en esta nueva versión del reportaje gráfico. Ahí estriba la primera diferencia con *Elogiemos ahora...* cuyo inicio es una invitación a la contemplación pura. El recorrido visual antes que el escrito. Las imá-

genes aparecen en la primera parte del libro sin la intervención de carácter alguno. Solo al final de la serie comienza el texto de Agee, como para apreciar de manera diferenciada la visión particular de cada artista.

«*Elogiemos ahora...* es un ensayo mucho más amplio, pero la mirada más o menos neutral de cómo las poblaciones trabajadoras estaban llevando la crisis, es muy parecida», afirma el editor Daniel Moreno. Para Adam Haslett, prologuista de *Algodoneros*, este libro es mucho más que un texto fuente.

Si bien ambos mantienen buena parte de las descripciones y la crónica conserva el mismo esquema, en su opinión, estamos ante obras distintas: «*Elogiemos ahora a hombres famosos* es una sinfonía prosaica *sui generis* sobre los grandes temas de la pobreza, la vida rural y la existencia humana. *Algodoneros* es el sumario de un poeta para la actuación contra las injusticias económicas y sociales. La primera, como nos dice el propio Agee, está escrita para ser cantada; la segunda, para predicarse».

«'Algodoneros' es el sumario de un poeta para la actuación contra las injusticias sociales»



# TV3 supera el sotrac a l'abril

Eixampla el marge d'audiència fins a 1,8 punts i s'allunya del segon lloc en què va caure al febrer

## Anàlisi

ÀLEX GUTIÉRREZ  
BARCELONA

L'últim mes abans de l'apagada de canals de la TDT se salda amb un lideratge còmode de TV3. Només puja dues dècimes respecte al març, però els retrocessos de Telecinco i Antena 3 li permeten eixamplar el marge. Mentrestant, els cinc canals que tanquen deixaran gairebé set punts d'audiència, amb la incògnita de saber on aniran a parar a partir del 6 de maig.

### TV3

Torna a recuperar marge i és la més valorada

TV3 va liderar – amb un 12,7% de quota – el mes d'abril i ho va fer amb un còmode avantatge d'1,8 punts. Aquest resultat suggereix que la pública ha deixat enrere la crisi patida al febrer (quan va cedir el primer lloc del podi, després de 19 mesos) i al març (quan va guanyar, però de només sis dècimes, el seu marge més curt en dos anys). A més, amb un 8,2 de nota, TV3 torna a ser la generalista més ben valorada, en el panel que elabora l'empresa GFK.

### 33 - Esport3 - 3/24

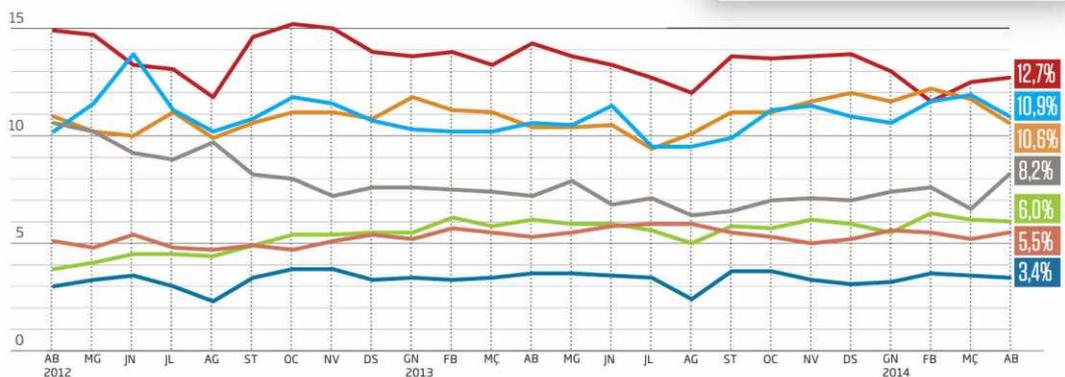
La CCMA assoleix un 16,9% entre els seus quatre canals. La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals aconsegueix un resultat com a grup del 16,9%, amb la qual cosa millora en mig punt la marca del mes anterior però encara resulta insuficient per mantenir-se als nivells del 2013, quan va superar els 17 punts en onze dels dotze mesos. Així, el 33 millora una dècima, fins a l'1,7%, l'Esport3 es manté en l'1,3% del mes passat i el 3/24 guanya dues dècimes i suma un 1,2%.

### 8TV

La privada catalana s'estanca a l'abril. L'abril no li ha provat a 8TV, que baixa una dècima i es queda en un 3,4%. De totes maneres, el resultat està en la línia de la mitjana anual aconseguida el 2013. Els resultats de 8TV i de la CCMA sumats donen un resultat per a les televisions en català del 20,3%. El català a la tele-

## Audiències dels canals generalistes

En percentatge de 'share'



El Polònia en què el PSC es convertia en Bollywood és l'espai no esportiu més vist de TV3 de l'abril. TV3

### Audiències a Espanya

Telecinco, canal més vist, però Atresmedia domina com a grup. L'últim mes abans de l'apagada de canals de la TDT se salda amb una victòria del grup Atresmedia. Amb un 29,4% d'audiència, enfila el seu sisè mes consecutiu de lideratge com a grup i supera Mediaset, que es queda en el 29,2%, tot i tenir un canal més. Atresmedia també guanya la batalla de les segones cadenes, ja que La Sexta, amb un 6,6%, encadena set mesos ja superant Cuatro,

que es queda en un 5,9%. L'estrena d'*El jefe infiltrado* li ha donat bons resultats i s'ha convertit en la millor estrena d'entreteniment de La Sexta, amb 2,8 milions d'espectadors.

A Mediaset li queda el consol de tenir la televisió líder a Espanya: Telecinco, amb un 13,9% supera de gairebé un punt el 13,0% aconseguit per Antena 3. I, amb *El Príncipe*, aconsegueix emetre la sèrie més vista del mes (amb vora cinc milions d'espectadors) i un còmode avantatge sobre *Velvet*, la ficció estrella d'Antena 3.

La 1 repunta i assoleix, amb un 11% (un 1,2% més que al març), la seva millor dada des de l'abril del 2013. A més, recupera el lideratge amb les diverses edicions del *Telediario* (comptant-hi, però, l'audiència que se'ls mira a través del canal 24 Horas).

### Canals TDT

S'apaguen nou canals i deixen

6,7 punts per repartir

Aquest és l'últim mes en què nou canals de la TDT emeten, després que el Suprem n'hagi determinat el tancament. Tenint en compte que quatre eren teletotigues, n'hi ha cinc que sí que oferien programació i deixaran de fer-ho a partir del dia 6 de maig: Xplora, La Sexta 3, Nitro, La Siete i Nueve. Sumats, aconsegueixen 6,7 punts d'audiència – una dècima més a Catalunya –, que a partir del mes que ve es repartiran amb la resta de canals, així que previsiblement la major part de les cadenes milloraran resultats. FDF marca un 3% i encadena 25 mesos com a temàtica més vista.

visió tenia una quota del 22,2% l'abril de l'any passat.

### Televisions espanyoles

Telecinco és segona i supera en tres dècimes Antena 3. Telecinco repeteix segon lloc del podi, amb un 10,9% que suposa deixar-se un punt respecte al març. Antena 3 és tercera, amb un 10,6% (i baixa un 1,1% des del març). La Sexta, per la seva banda, cedeix una sola dècima i, amb un 6,0%, consolida el seu lloc com a cinquena televisió de Catalunya, en superar un mes més Cuatro (que, tanmateix, millora tres dècimes i puja fins al 5,5%). La 1 aconsegueix un 8,2%, impulsada pels bons resultats del futbol, i s'espolsa el 6,6% que havia tret al març, que constituïa la seva tercera pitjor dada històrica. La seva audiència mitjana de l'abril és la millor des del setembre del 2012.

### Programes més vistos a l'abril a Catalunya

	ESPECTADORS	'SHARE'
01 Copa del Rei: Barça - R. Madrid LA1 16/04	1.913.000	58,4%
02 Lliga de Campions: Barça - At. Madrid TV3 01/04	1.339.000	38,1%
03 Champions: Bayern Munic - At. Madrid LA1 29/04	863.000	27,1%
04 Moto GP: Mundial Las Américas TELECINCO 13/04	698.000	24,1%
05 Polònia TV3 03/04	682.000	19,9%
06 TN vespre TV3 21/04	669.000	21,3%
07 TN migdia TV3 03/04	657.000	30,6%
08 TN cap de setmana migdia TV3 26/04	634.000	32,0%
09 TN cap de setmana vespre TV3 06/04	624.000	20,5%
10 El Príncipe TELECINCO 01/04	614.000	20,7%
11 APM7 TV3 02/04	608.000	18,5%
12 Zona Champions TV3 22/04	596.000	18,7%
13 Cat: Artur Mas TV3 24/04	582.000	19,2%
14 Crackòvia TV3 21/04	581.000	17,1%
15 The amazing Spider-man LA1 13/04	580.000	19,0%

Font: Elaboració pròpia / Gràfic: ARA



CARTES DES DE PARÍS José Antich

# Un card als pantalons

**P**er originalitat, audàcia i interès, *Duels* és una petita joia de la televisió francesa. El programa s'emet els dijous a la nit, en horari de màxima audiència, a France 5, una de les quatre cadenes del grup públic France Télévisions. Durant una mica menys d'una hora i fent honor al títol de l'espai, dues personalitats són hàbilment perfilades a través de la història de la seva rivalitat. El programa descansa en aquest retrat encroutat d'ecos plutarquians i en la concurrència dels dos protagonistes en algun moment clau de les seves respectives carreres. No són només vides paral·leles, sinó convergents, i aquesta trobada en marca les biografies.

France 5, amb un 4% d'audiència, queda molt lluny de les cadenes líders del grup com France 2 (generalista, amb informatius molt potents i amb una quota del 15%) i France 3 (també generalista, amb una mirada local i regional, i una audiència del 10%), però davant de France 4 i la petita France Ô, que ofereix programació dels departaments d'ultramar. D'algun manera, France 5, amb programació cultural i educativa, i espais de debat i documentals interessants, ha acabat sent el que de vegades s'ha pensat per a TV2 a Espanya i per al Canal 33 a Catalunya, encara que no han prosperat mai, per raons econòmiques i també per l'absència d'un model audiovisual estable.

Els personatges que els creadors del programa confronten televisivament aquesta temporada a partir del seu propi criteri i

Més d'un governant s'ha fet seva la sentència de De Gaulle: "No hauriem de llegir els diaris, sinó escriure'ls"

de l'opinió dels espectadors –una altra novetat interessant– procedeixen d'àmbits molt dispersos. Per la pantalla han desfilat Kàrpov i Kaspàrov (*Dos reis per a una corona*), Mitterrand i Rocard (*L'odi i el menyspreu*), Matisse i Picasso (*El color i el dibuix*), Anquetil i Poulidor (*El vencedor i l'heroi*), Blum i Pétain (*Duel sota l'ocupació*) i De Klerk i Mandela (*Enemies per la pau*).

L'últim programa emès té, sens dubte, una morbositat especial per a polítics i periodistes pels personatges i el títol escollit: De Gaulle i Beuve-Méry (*Le Monde contra el president*). El militar i el periodista. El general president, que als ulls del món és el símbol del poble francès i encarnació de la *grandeur* amb tots els seus matisos, contra el fundador del diari potser més influent durant dècades al continent i del qual també va ser director durant 25 anys.

En els propers mesos farà 70 anys de l'arribada als quioscos del primer número de *Le Monde*, a finals del 1944, amb només dues pàgines i una tirada de 147.900 exemplars. A De Gaulle s'atribueix la ferma voluntat de disposar d'una premsa de referència i de qualitat després de l'ocupació alemanya. Immediatament el general va pensar per dirigir-lo en Beuve-Méry, catòlic, liberal, tolerant, reservat, allunyat del sensacionalisme, amb fama de discret en la vida social i amb un full impol·lut d'intens compromís amb la resistència. Procedia de la dreta, però havia sabut allunyar-se del col·laboracionisme de Pétain, presentant la dimissió quan el diari en què treballava, *Le Temps*, va aplaudir la firma de les autoritats franceses al costat de les del

Regne Unit i Itàlia en les aspiracions de Hitler per annexionar una part de Txecoslovàquia. Era, per tant, en acabar la guerra, un periodista amb prou ancoratges per a la nova França. Però De Gaulle i Sirius (pseudònim amb què el director firmava en portada els seus punxants articles) aviat es comencen a distanciar, a protagonitzar discussions sovint acalorades, que desemboquen en desacords èpics. Mentre que el polític vol que el rotatiu sigui el seu diari oficiós, el responsable del diari pretén convertir-lo en el primer diari independent de França. El militar aspira a controlar-lo i el periodista advoca per defensar, com a única ideologia, l'interès públic. Sota aquesta premissa *Le Monde* de-

mana el 1946 el no per a la nova Constitució francesa. El sí guanya, però el rotatiu fa un salt important en la credibilitat que li atorguen els lectors.

No és fins al 1958, després que el general surti de la reserva, que accedeix a la presidència del país amb tots els poders i es proclama la V República, quan la confrontació entre De Gaulle i Sirius adquireix trets de rivalitat colossal. I pública, sense embuts. El general, quan parla del diari, l'anomena indistintament unes vegades "l'inmonde" i d'altres, "aquest paperot". En referir-se a les columnes de Sirius, la seva opinió sobre el director tampoc no fuig d'estudi. "Ce Beuve-Méry, quel chardon dans mon pantalon!", va arribar a exclamar. És a dir, "quin card als pantalons!". Amb aquesta creativa i dolorosa imatge, el general vol deixar clar fins a quin punt el periodista s'ha convertit en una pedra a la sabata o, potser, atesa la irritació amb què s'expressa i la zona física en què ubica la seva molèstia, en un autèntic torracollons. Aquests exercicis de tensa expressivitat de De Gaulle coincideixen amb moments d'esplendor per a *Le Monde*. El diari viu els seus millors anys, encarna sense discussió possible el quart poder, intransigent davant el que considera un presidencialisme excessiu. A més a més, funciona com un gran negoci, cosa que significa que la seva independència està blindada des del punt de vista econòmic.

La revista *Triunfo*, de lectura obligatòria durant el final del franquisme i la transició, va publicar el 1975 un article d'Haro Tecglen sota el títol "El triunfo del periodismo, Sirius, sobre De Gaulle". El text anunciava la publicació, sota el segell de Dopesa, dels articles en castellà del director durant els onze anys (1958-1969) que el general va ser president. Un any abans havia estat editat a França per Flammarión. Del llibre, que encara conservo i que hauria de ser imprescindible a les facultats de Periodisme, deia Haro: "Sirius es va trobar en els onze anys del *segon imperi* del general De Gaulle amb un cap d'Estat a l'altura de la seva ploma. Sirius va tractar De Gaulle d'igual a igual, sense oblidar el respecte degut al cap d'Estat, però sense desdenyar l'exercici de la seva llibertat d'opinió i judici amb un interlocutor". Beuve-Méry va deixar de ser director el 1969, pocs mesos després que De Gaulle abandonés el poder després del fracàs del referèndum de la regionalització.

Mig segle després sorprèn l'actualitat d'aquest duel apassionant. El programa, malgrat que no pretén ser una anàlisi de les relacions entre la premsa i el poder, acaba convertint-se en una exposició impecable de la lluita que dona credibilitat al diari. És fàcil entendre com *Le Monde* va saber trobar el seu premi entre els lectors i passar dels 147.900 exemplars del seu primer número als gairebé mig milió que va arribar a tenir després dels esdeveniments del maig del 1968. Sirius va defensar el seu espai i la seva llibertat. I, davant un terreny inexplorable, el general va buscar un nou camp de batalla. A mesura que es va anar allunyant del director, De Gaulle va descobrir les conferències de premsa, la televisió com una plataforma de masses i, sobretot, les al·locucions televisives (un total de 62 en onze anys), que sempre s'acabaven convertint en una crida a la nació.

Però *Le Monde* va quedar fora del seu abast. De Gaulle, en un dels moments de ràbia amb la línia ideològica de la capçalera, va proclamar, colèric: "No hauriem de llegir els diaris, sinó escriure'ls". Una sentència que més d'un governant, amb el temps, ha acabat fent seva. ●



PERICO PASTOR



DIVENDRES, 2 MAIG 2014

LA VANGUARDIA

## LA CONTRA

Miquel Arguimbau, guionista i novel·lista



VÍCTOR M. AMELA

IMA SANCHEZ

LLUÍS AMIGUET

**Tinc 63 anys. Vaig néixer a Barcelona i visc entre Castelldefels i Artà. Sóc guionista. Estic casat amb la Loli des de fa 38 anys. Tenim tres fills, Dani (38), Miki (30) i Xavi (27). Política? A contracorrent, sempre exigent amb el que mani. Creences? Antifanatismo**

## “Ara tocaria crear a la ràdio una cosa nova, trencadora...”



XAVIER GÓMEZ

**Què fa un bon guionista?**  
Adaptar-se al que li demanin, escriure sense ego. Ho faig des que vaig començar a escriure a la ràdio, als 18 anys...

**Per a qui ha escrit?**

Per als programes de Josep Maria Bachs, Rafael Turia, Josep Maria Pallardó, Alfons Arús... I diferent en cada cas.

**Per què?**

A cada locutor li quadra un estil, una classe d'humor, uns girs, un to...

**Com hi va començar?**

Era el cinquè fill únic de set germans... Vull dir que em vaig fabricar una ràdio galena per aïllar-me. La ràdio era la meua illa!

**I què escoltava?**

Recordo *Revoluciones*, de Rafael Turia i Josep Maria Pallardó, a Ràdio Joventut: era música juvenil. Ho escoltava al taller.

**Quin taller?**

El del meu pare, al barri de Gràcia. Importava electrodomèstics i jo els reparava: així vam preparar el primer convertidor d'UHF que hi va haver a Barcelona.

**I com va arribar a la ràdio?**

Escoltava el programa *Parada de éxitos*, el primer programa d'èxits discogràfics, que

feia Agustín Rodríguez: va anunciar uns cursos de locutor, guionista, control tècnic...

**I va fer el curs de guionista?**

Sí. No em veia com a locutor: m'imposaven massa respecte aquelles veus meravelloses... Als 18 anys vaig escriure el meu primer guió professional. Durant anys, amb màquina d'escriure i paper carbó, tres còpies...

**Té mèrit.**

També vaig escriure acudits per a l'humorista Eugenio, que pagava bé: 5.000 pessetes per acudit. I vaig treballar com a discjòquei a Planeta 2001... A la tarda venien executius encorbatats, i algun et deia: "Demà vindrà amb la meua dona, no em saludis!".

**Quin programa recorda amb estima?**

*Al mil por mil*, *El clan de la una*... A finals dels anys setanta vaig escriure guions per a *El sacapuntas*, de Bachs, humor amb crítica de l'actualitat. Allà vaig inventar la UMEP.

**La Unió Mundial d'Ejaculars Precosos! Com es pot oblidar...**

"Perquè el temps és or" era el seu lema, esclar. Els de la revista *El Jueves* fins i tot em van imprimir un carnet de soci!

**Eren diversions atrevides...**

Avui tot està molt més delimitat, massa estereilitzat, massa correcte...

### L'amic de Dalí

Miquel Arguimbau ha escrit milers de folis per a programes de ràdio i televisió (també per a còmics i publicitat), una feina sense focus que és als fonaments de l'èxit d'un programa. Els seus guions van apuntalar la feina de comunicadors que van marcar època des dels dies de Ràdio Joventut, planter de professionals avui en plena activitat, com Jordi Basté o Alfons Arús. Ara Miquel Arguimbau publica novel·les juvenils molt llegides i comentades en escoles i instituts com *L'estàtua sense rostre*, *L'herència congelada o, ara mateix*, *L'amic de Salvador Dalí* (Barcanova), una faula sobre l'amistat amb moltes aventures, enginy i un creatiu Dalí adolescent.

**I com era escriure per a Arús?**

Un repte: és molt difícil ser més ràpid que ell, pocs tenen la seva agilitat mental, li surten gags espontàniament. Va inventar la paròdia de Nuñito, Cruyff amb Xavi Martín...

**En quins programes?**

A Ràdio Joventut feiem *Sintonia*... A la tele, *Força Barça*, *Al ataque*... Hi va treballar Buenafuente, que interpretava personatges com ara Cejís o Rosa Conde, i Oriol Grau, amb el seu Bernardo.

**I com va ser escriure per a Bachs?**

Vaig aprendre que amb humor pots dir-ho tot. I va ser un privilegi, al programa *Filiprim* de TV3, treballar al costat de Jaume Perich, amb la seva mala bava crítica tan elegant.

**També hi deu haver feines menors...**

Sí, com ara escriure entradetes per a *No te rías que es peor*... Però tot és feina! O documentals... Un guionista és com una puta.

**I el fet més curiós?**

Debats futbolístics com *El rondo*, en què anàvem guiant la discussió perquè els tertulians aportessin dades... Ara també es crida, però falta direcció, intenció...

**Què troba a faltar a la ràdio d'avui?**

Arús va guanyar un Ondas amb *Arús con leche* amb 28 anys, el més jove que el guanyava, i avui encara vivim de l'herència de les innovacions d'aquells anys... Tocaria ara crear una cosa trencadora, una cosa nova, més transgressora...

**Ha escrit només humor i xou?**

Al programa *Contactos*, de Ràdio Joventut, vaig aconseguir una entrevista amb Salvador Dalí, el maig del 1979. Ell tenia 75 anys, encara pintava... Ens va rebre a casa seva, a Portlligat.

**Quin luxe!**

En conservo l'enregistrament... De fons se sent Gala i ell li diu "carinyo" amb tanta dolçor... Ens va dir coses boniques.

**A veure.**

"Jo vaig fer els rellotges tous fa quaranta o trenta anys i avui dia encara no sé què representen". Va ser sincer: va admetre que l'endemà podria explicar-nos altres coses, perquè... "en una nit es poden viure mil vides".

**Pintor i poeta.**

"És molt probable que sigui un dels millors pintors de l'Empordà", ens va dir. Genial! Per això he escrit una novel·la per a joves protagonitzada per un Dalí adolescent, als anys de la Primera Guerra Mundial.

**De guionista a novel·lista...**

M'agrada també anar a escoles i instituts a fer xerrades, els parlo del que els agrada, els faig riure... Això és el que hauria de fer el ministre de Cultura: visitar les aules!

**I què hi veuria?**

La il·lusió que tenen els nanos per viure! Quan penso que difícil que ho tindran... I destaco el mèrit fabulós dels professors, que es mereixen tot el respecte del món.

VÍCTOR-M. AMELA



## Sentencia

**Publicación de la sentencia dictada por el Juzgado de Primera Instancia número 2 de Tarancón en los autos seguidos por don Mario Barrero Galindo contra EL MUNDO por vulneración del derecho al honor, intimidad y propia imagen.**

TERCERO.- En el caso de autos, resulta acreditado que, en fecha 4 de septiembre de 2011, el diario EL MUNDO publica:

- Una noticia en la Revista Diaria de Madrid M2 EL MUNDO en portada y en la página segunda de la publicación, cuyo titular encabezaba: «El culturista traficante». Dicha noticia informa sobre la detención de dos personas y la del cerebro de la trama, llamado Jesús B. G., que fue detenido por el Grupo XIX de la Brigada de la Policía Judicial como consecuencia de una operación contra las redes de tráfico de estupefacientes y droga sintética. La noticia publicada acompaña dos fotogramas, uno en la parte superior, en cuyo pie de foto puede leerse: «Lista de precios de los anabolizantes y jeringuillas que se comercializaban. / Fotos: Policía Nacional»; y otra fotografía en la que aparece la imagen de la parte actora de este procedimiento, DON MARIO BARRERO GALINDO, dejando ver su cuerpo y rostro y cuyo pie de página decía: «Jesús B. G., subcampeón del mundo de culturismo, detenido en la operación», no correspondiéndose con la persona detenida.

- Publica noticia en diario EL MUNDO, que, en su página 18, se establecía el titular: «Detenido un culturista por tráfico de anabolizantes», acompañado de los dos fotogramas anteriormente referidos, destacando la fotografía de DON MARIO BARRERO GALINDO y cuyo pie de página decía: «Je-

sús B. G., subcampeón del mundo de culturismo», fotografía que se ubica en la parte central de la noticia, pudiendo observarse con claridad su rostro y cuerpo.

Sobre la argumentación referida por el diario EL MUNDO en la contestación a la demanda y que se fundamenta en la libertad de información, debe decirse que, sobre la cuestión de la colisión entre los derechos fundamentales a la libertad de información, de una parte, y el honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen, de otra, constituye reiterada doctrina jurisprudencial la de que el primeramente mencionado, como regla general, debe prevalecer, siempre que la información transmitida sea veraz y esté referida a asuntos públicos que sean de interés general por las materias a que se refieren y por las personas que en ellos intervienen, por contribuir, en consecuencia, a la formación de la opinión pública, como también lo es la relativa a que todo medio de comunicación, antes de decidirse a dar a la publicidad una noticia de las expresadas características, que pueda afectar al honor de alguna persona, debe emplear un específico y razonable deber de diligencia en la comprobación de su veracidad.

La comunicación que la Constitución española protege es la que transmite información veraz, que, además, sirve en la práctica para salvaguardar a quienes hacen de la búsqueda y difusión de la noticia su profesión específica. La comunicación veraz, en el sentido del artículo 20.1 d) de la CE, significa información comprobada según los cánones de la profesionalidad en los medios de comunicación social, pues, cuando la noticia divulgada, sea escrita o gráfica, pueda suponer por su propio contenido un descrédito en la consideración de la persona a que se

refiere, ese deber de advertir la realidad del contenido de la información adquiere su máxima intensidad.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, debe concluirse que no concurre en el caso de autos uno de los presupuestos fundamentales que justifican la preeminencia del derecho a la libertad de información sobre el derecho al honor y que se concreta en la necesidad de que la información dada sea veraz, comprobada y contrastada, todo ello conforme exigen los cánones de profesionalidad informativa, al no ser veraz lo publicado el domingo 4 de septiembre de 2011 por el diario EL MUNDO, pues DON MARIO BARRERO GALINDO ha sido presentado públicamente como imputado en causa penal, lo cual es objetivamente -aspecto externo- atentatorio al honor y subjetivamente -aspecto interno- en clara su repercusión anímica y en materia de protección del derecho al honor vulnerado a través de la imagen. La doctrina jurisprudencial ha declarado que la publicación de fotografía con un pie de foto puede dar lugar a que se quebrante el honor del fotografiado, como ocurre en el presente caso (STS 4 de noviembre de 2009 y 15 de julio de 2008). Por otro lado, destacar que supone una grave lesión la difusión de la detención de una persona erróneamente, dando a entender a los lectores que la persona de DON MARIO BARRERO GALINDO había sido detenido por su implicación en un delito de tráfico de anabolizantes y cualquier sospecha en tal sentido, por mínima que sea, supone un grave perjuicio para su reputación, resultando un rechazo social mucho más acusado que el que podría darse en otro tipo de conductas. Sin olvidar que los lectores pudieron asociar al mismo con los hechos que

constituían la noticia, sin motivo alguno para pensar que pudiera tratarse de un error, puesto que cuando se difunde una noticia de tal naturaleza, se recibe en la confianza de que procede de fuentes fiables.

El diario EL MUNDO refiere que los fotogramas fueron facilitados por la Policía, y, aunque el inspector jefe del Grupo XIX afirma que la fotografía se encontraba en el perfil del detenido, D. Jesús Barreiro Galindo, en portal Facebook (como es de ver en actuaciones), no puede justificar su publicación, pues no puede excusarse la conducta negligente del medio informativo, al haberse procurado una foto de internet, sin asegurarse de que correspondía al detenido y no a otra persona. Así pues, el periodista y testigo manifestó en el juicio que «la Policía dijo que la fotografía se encontraba en el perfil Facebook y no lo consultó», reconociendo que no pudo entrar en el perfil para comprobarlo, lo que supone una negligencia, al publicar unas imágenes con la indicación a pie de página, sin una mínima y fácil comprobación. Ahora bien, no se penaliza la negligencia, sino que ésta no puede alcanzar a justificar una información que no es veraz sobre una persona que nada tiene que ver con la trama objeto de investigación policial y que, en consecuencia, le ofende. Teniendo en cuenta, además, que el demandante tiene un aspecto físico similar al de la persona detenida, puesto que también se mueve en el mundo del culturismo. Destacando, asimismo, que, tal como consta en las actuaciones, el actor se puso en contacto con el diario EL MUNDO con el fin de proceder a su rectificación en fecha 19 de octubre de 2011 (como es de ver documento 9 de la demanda), sin que el medio informativo procediera a realizar las in-

vestigaciones pertinentes a los efectos de comprobar la información publicada. Por todo lo cual, la demanda debe ser estimada, pues, si bien la información escrita tiene evidente interés y relevancia, al tratarse de hechos delictivos imputables, desaparece el carácter de información veraz invocada al incorporar la fotografía del actor en el reportaje en cuyo pie de página figura «Jesús B. G., subcampeón del mundo de culturismo, detenido en la operación», no correspondiendo la realidad de la fotografía con la identidad del nombre de la persona detenida.

### FALLO

Que, estimando la demanda presentada por el procurador de los tribunales don Alfredo González Sánchez, en nombre y representación de DON MARIO BARRERO GALINDO, contra el diario EL MUNDO, representado por la procuradora de los tribunales doña Inmaculada Pérez Conteras, debo condenar y condeno al diario EL MUNDO y declaro:

Que la noticia publicada por el diario EL MUNDO en su página 18 del rotativo de fecha 4 de septiembre de 2011, bajo el titular «Detenido un culturista por tráfico de anabolizantes», es constitutiva de intromisión ilegítima en el derecho al honor, intimidad y propia imagen de DON MARIO BARRERO GALINDO.

Que la noticia publicada por el diario EL MUNDO en las páginas 1 y 2 de la Revista Diaria de Madrid M2 EL MUNDO, bajo titular «Un culturista que fue subcampeón del mundo traficaba con drogas» y «Culturista traficante», de fecha 4 de septiembre de 2011, es constitutiva de intromisión ilegítima en el derecho al honor, intimidad y propia imagen de DON MARIO BARRERO GALINDO.

SE CONDENA al diario

EL MUNDO a publicar en su diario EL MUNDO, con el mismo tamaño y forma del texto de fecha 4 de septiembre de 2011, y en una de las páginas de sucesos relativos a España, tanto el fundamento jurídico en el que se acreditaba la existencia de intromisión ilegítima, como el fallo o parte dispositiva de la misma, y ello bajo el titular que debe encabezar dicha publicación siguiente: «Publicación de la sentencia dictada por el Juzgado de Primera Instancia número ... de la ciudad de Madrid en los autos seguidos por DON MARIO BARRERO GALINDO contra EL MUNDO por vulneración del derecho al honor, intimidad y propia imagen».

SE CONDENA al diario EL MUNDO a publicar en la Revista de Madrid M2 EL MUNDO, con el mismo tamaño y forma del texto de fecha 4 de septiembre de 2011 y en sus páginas 1 y 2, tanto el fundamento jurídico en el que se considera acreditada la existencia de la intromisión, como el fallo de la misma, y ello bajo el titular que debe encabezar dicha publicación siguiente: «Publicación de la sentencia dictada por el Juzgado de Primera Instancia número... de la ciudad de Madrid en los autos seguidos por DON MARIO BARRERO GALINDO contra EL MUNDO por vulneración del derecho al honor, intimidad y propia imagen».

SE CONDENA al diario EL MUNDO a abonar a DON MARIO BARRERO GALINDO la cantidad de 15.000 euros en concepto de daños morales derivados de la intromisión ilegítima sufrida en su derecho al honor, intimidad y propia imagen, a consecuencia de los artículos periodísticos publicados por aquél.

Se condena a la entidad demandada EL MUNDO al pago de las costas procesales causadas.



**Economía** El mercado laboral en el Primero de Mayo



# UGT y CCOO denuncian que sin empleo la recuperación económica no es real

Reclaman un cambio de política que tenga como eje central la creación de empleo de calidad

C. Larrakoetxea / I. Gutiérrez  
BILBAO/MADRID

El cielo encapotado y gris de las calles de Bilbao recibió la manifestación principal del 1º de Mayo llevando de la mano a los secretarios generales de UGT y CCOO, Cándido Méndez e Ignacio Fernández Toxo, enarbolando la pancarta conjunta de que "Sin empleo de calidad no hay recuperación".

Ambos reiteraron sus críticas a las políticas de ajustes y recortes del Gobierno de Mariano Rajoy, con sus cifras macroeconómicas alcistas y recordaron que ya van dos las ocasiones en que se anunció el inicio de la salida de la crisis, mientras que la realidad muestra que persisten más de seis millones de parados en España, muchos de ellos sin coberturas sociales, que no tienen el futuro despejado y se acrecientan las desigualdades sociales.

La solución, para ambos líderes sindicales, debe venir por un cambio radical de política, que coloque en el centro la creación de empleo, pero de un empleo de calidad que

asegure un nivel de bienestar para los trabajadores. Además reclamaron la necesidad de recuperar la negociación colectiva como marco central de las relaciones laborales y que se hace necesaria una "tercera revolución industrial".

Por contra, la realidad del Gobierno del PP, según Méndez, coloca la estrategia del control del déficit en el centro, pero no con el objetivo de solucionar el problema del desem-

pleo, sino ponerse al "servicio del pago a los acreedores financieros".

En esta línea, Méndez acusó a Europa de dejar que sea la alemana Angela Merkel quien la dirija, la misma que creo los minijobs y condenó a miles de trabajadores a situaciones de pobreza y la inspiradora de la mayor parte de los recortes sociales. Recordó que en Europa hay 27 millones de parados, una gran parte de los mismos en los paí-

ses del sur, en los países en los que se exigen más recortes.

También ironizó con la desaparición de las barreras europeas, que sólo parecen caer para que circulen libremente los grandes capitales, mientras se endurecen para los inmigrantes que buscan un futuro mejor y no se extrapolan las condiciones socio laborales de zonas como los países del norte de Europa.

Para salir de la crisis, el secretario general de CCOO, Fernández Toxo, no se puede confiar sólo en la "demanda exterior", quedando patente que no puede resolver el problema del paro, por lo que señaló que "es imprescindible la inversión pública, la privada y que los salarios crezcan y tomen más presencia para dinamizar el mercado interior". También exigió una política fiscal que favorezca la inversión pública y la redistribución de la riqueza y la cohesión social.

## Crisis institucional

El secretario general de CCOO considera que en España se está utilizando la crisis económica como "una excusa" para eliminar derechos (justicia universal, negociación colectiva, etc), recortar servicios sociales y privatizarlos.

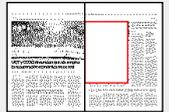
Pero también Fernández Toxo amplió la crisis al plano institucional al afirmar que "España tiene muestras de agotamiento del modelo constitucional del año 78", citando como expresiones más visibles la de Cataluña y advirtió que

## Más de 40 kilómetros de atascos en las salidas de Madrid el primer día de puente

El 1º de Mayo no es sólo una fecha reivindicativa. Lo demostraron ayer los kilómetros de caravanas - hasta 40- que retrasaron algo más la llegada a su lugar de descanso a quienes decidieron salir desde Madrid camino a la costa. La DGT prevé que se produzcan 5,5 millones de desplazamientos a lo largo de este puente.

La ocupación para estas fiestas estará en torno al 70 por ciento, según las previsiones de reservas anticipadas de la Confederación Española de Agencias de Viaje (CEAV) y la Unión Empresarial de Agencias de Viaje (UNAV). En declaraciones a *Europa Press*, el gerente de la UNAV, José Luis Méndez, aseguró que estos datos

suponen "entre un 5 y un 7 por ciento menos, aproximadamente, que en las previsiones de Semana Santa". Por su parte, el presidente de la CEAV, Rafael Gallego, considera que, pese a todo, el comportamiento de estos cuatro días festivos "no será tan bueno como debería", por la proximidad con la Semana Santa.



1. Cándido Méndez e Ignacio Fernández Toxo encabezaron la manifestación central que transcurrió por las calles de Bilbao. 2. Varios manifestantes a las puertas de la sede del Banco de España, durante la protesta que recorrió las calles de Madrid. 3. Las críticas y protestas de los ciudadanos se centraron en la política económica y reformas impulsadas por el Gobierno de Mariano Rajoy. TXETXU BERRUEZO/REUTERS/EFE/

si España quiere “enfrentar con un mínimo de garantía de éxito el fin de la crisis” esto se ha de hacer saliendo “el conjunto de la ciudadanía del país y no puede ser generando más desigualdades”.

Otras sesenta y nueve ciudades españolas acogieron, ayer, unas marchas del Día del Trabajo que recordaron, además, la proximidad de las elecciones al Parlamento Europeo, y donde se reclamó a los partidos que abandonen “el debate doméstico de baja intensidad”. Frente a la catedral de Barcelona culminó una manifestación festiva, en la que miles de personas se congregaron en torno al lema “Contra la pobreza laboral y social”, y reclamaron nuevas políticas económicas con las que reducir el paro, la precariedad laboral y las desigualdades sociales. Los líderes sindicales catalanes lamentaron, además,

que el escaso empleo que se crea es, en muchos casos, a tiempo parcial y no permite a los trabajadores contar con ingresos suficientes para salir de la pobreza.

Esa fue, precisamente, una de las

**“El escaso empleo que se crea es a tiempo parcial y no procura ingresos suficientes”**

consignas más recordadas en la marcha de Valencia, que también agrupó a varios millares de personas, y a la que se sumaron los partidos PSPV, EU y Compromís. Los líderes de CCOO y UGT en esa autonomía aseguraron que los últimos

datos de la Encuesta de Población Activa (EPA) evidencian que la recuperación “no es cierta” y recalcaron que la situación de la Comunidad Valenciana es dramática.

Las principales ciudades andaluzas vivieron su celebración del 1º de Mayo, que tuvo su acto central en Granada y que congregó a más de 58.000 personas en las capitales de provincia. Hubo numerosas críticas al Gobierno Central, al que recriminaron que discrimina a Andalucía, y la exigencia de un “plan de emergencia para el empleo”.

Aprovechando que este sábado se celebra el Día Mundial de la Libertad de Prensa, la Federación de Sindicatos de Periodistas recordó ayer que 12.000 profesionales han perdido su trabajo, varios centenares de medios han cerrado y se han eliminado por ley derechos históricos de los trabajadores.



José Joaquín Iriarte (1937-2014)

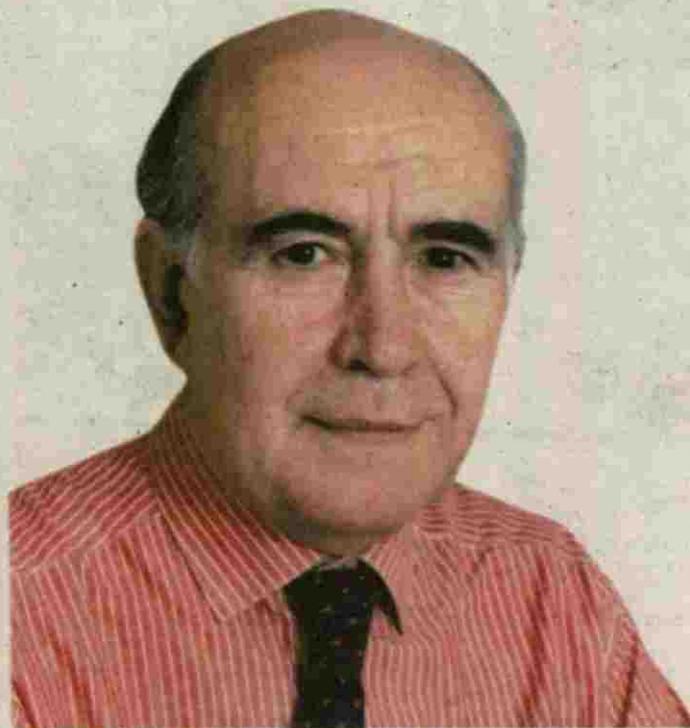
# Memoria y voz de la Transición española

► Desde los micrófonos de la SER narró los momentos claves de una época histórica

La vida de José Joaquín Iriarte ha terminado durante una intervención quirúrgica en un hospital. Y de un hospital me viene a la memoria uno de mis recuerdos más vivos de quien fue un gran periodista y un entrañable compañero, aunque nunca coincidiéramos en medio informativo alguno.

En 1993, José Joaquín cubría para la cadena COPE la estancia de Don Juan de Borbón en la Clínica Universitaria de Navarra y las frecuentes visitas que le hacía el Rey. Por aquellos días, Adolfo Suárez pasaba también mucho tiempo en el interior del centro hospitalario, acompañando a una de sus hijas, enferma de cáncer. Numerosas informaciones se difundieron aquellos días en diarios, televisiones y emisoras de radio, pero sólo una crónica supo captar el detalle más periodístico, el más emotivo. Fue la que empezó de esta manera: «Los dos protagonistas de la Transición unidos por el dolor en la Clínica Universitaria...». La transmitió José Joaquín, alguien para quien su vida profesional estuvo decididamente marcada por aquellos años, que vivió de manera intensa, pegado a un micrófono, y de los que guardó siempre una vivísima memoria.

La pasión radiofónica de José Joaquín comenzó a despertar muy pron-



ABC

to, nada más acabar sus estudios de periodismo en la Universidad de Navarra. Se curtió en la cadena SER, donde dirigió bastantes de los programas informativos de la emisora, entre ellos Matinal Ser y Hora 25, un tiempo en que fue galardonado en dos ocasiones con el Premio Ondas, la primera en 1976 y la segunda en 1982, por su espacio «Desayuno de trabajo», por

José Joaquín Iriarte nació en Lodosa (Navarra) el 11 de noviembre de 1937 y murió en Madrid el martes 29 de abril. Periodista por la Universidad de Navarra, fue director de Matinal Ser y Hora 25 en la Cadena SER, corresponsal de Europa Press en Roma, subdirector de Informativos de la cadena COPE y director de la revista «Mundo Cristiano».

el que desfiló toda la clase política de la Transición. Así se haría merecedor al Premio Nacional de Periodismo, que recibió en 1983.

Durante algunos años fue corresponsal de Europa Press en Roma, desde donde siguió el Pontificado de Juan Pablo II y, ya en los 90, volvió a la radio, como subdirector de Informativos de la cadena COPE. En esa época cubrió algunos acontecimientos internacionales, como el comienzo de la guerra en la antigua Yugoslavia, y viajó por numerosos países para informar de los viajes de los Reyes. Quienes estuvimos junto a él en aquella época podemos dar testimonio de su valía profesional, pero también de su talla humana, desvelada en su trato amable con los demás y arraigada en una profunda fe cristiana que siempre trató de practicar y de inculcar en sus seis hijos.

José Joaquín dirigió la revista «Mundo Cristiano» durante seis años, hasta que se jubiló, lo que no supuso el fin de su actividad profesional. Aprovechó estos años para desarrollar su faceta de escritor, que se plasmó en dos novelas: «El árbol del paraíso» y «Comando Wagner», y para colaborar con algunos medios, entre ellos ABC, donde en 2011 publicó una espléndida entrevista con Alfonso Armada, la última que vio la luz antes de la muerte del general. Y hace sólo tres semanas publicó en la revista «Ecclesia» su último artículo, naturalmente marcado por la Transición, con el título «Suárez inédito».

LUIS AYLLÓN



# Tortosa, escenari de la Festa de les Revistes

■ Rutes fotogràfiques, visites turístiques i gastronomia, elements per promocionar la marca Terres de l'Ebre

## Redacció TORTOSA

L'èxit de la celebració del Dia Sàpiens, el 2013, una jornada de divulgació cultural que va tenir molt bona acollida entre el públic de Tortosa i que va atreure centenars de visitants d'arreu del país, ha fet que les revistes *Descobrir*, *Sàpiens* i *Cuina* hagin decidit organitzar demà a Tortosa la Festa de les Revistes. Una jornada organitzada conjuntament amb l'Ajuntament de Tortosa i que coincideix amb la fira multisectorial Expoebre, que fins al 4 de maig té lloc al pavelló firal.

De fet, el pavelló serà la base d'operacions de les diferents activitats que s'han programat i algunes de les més destacades són unes rutes fotogràfiques de la mà de professionals col·laboradors de les revistes, una xerrada sobre astrono-

mia, l'exposició *El país de les emocions*, que podrà visitar-se a Expoebre, i que al llarg de 200 imatges mostra el treball de fotògrafs i periodistes a la revista *Descobrir*. "Un viatge visual i periodístic pels Països Catalans", segons manifesta el director de *Descobrir*, Joan Morales.

També demà dissabte es podran fer visites a l'Observatori de l'Ebre, els Reials Col·legis, el call jueu tortosí, el convent de Santa Clara i la catedral. El llegat jueu tindrà un paper destacat amb la presentació del llibre sobre el 600 aniversari de la Disputa de Tortosa, el debat teològic entre cristians i jueus que va suposar l'inici de la fi de les comunitats jueves. Un altre llibre que es presentarà durant la Festa de les Revistes serà sobre l'època de màxim esplendor a Tortosa, *La ciència en el Renaixement*, a càrrec de

l'historiador Fèlix Villagrassa. Dins dels actes culturals, associats a la revista *Sàpiens*, destaca també la presentació del llibre *El compromís de Casp*, on alguns dels millors especialistes del segle XV explicaran aquell moment clau al nostre país i el paper que va tenir Tortosa, que va ser seu del Parlament de Catalunya durant un any.

El regidor de Turisme de l'Ajuntament de Tortosa, Alfredo Ferré, s'ha mostrat confiat que la Festa de les Revistes i Expoebre podran aprofitar sinèrgies per promocionar i reforçar la marca de Tortosa i les Terres de l'Ebre. Uns 170 expositors participen en la fira multisectorial que ocupa una superfície de 9.000 metres quadrats. Per la seua banda, el director de *Descobrir* creu que és una bona oportunitat per projectar els atractius de Tortosa. ■



El programa de la festa inclourà una actuació del Renaixement, demà a la tarda ■ J.C.L. / ARXIU

## La frase

“És una bona oportunitat per projectar a la resta de Catalunya els atractius de Tortosa i l'Ebre”

**Joan Morales**  
DIRECTOR DE LA REVISTA DESCUBRIR

## La xifra

**170**

expositors participen en la fira multisectorial Expoebre que tindrà lloc fins diumenge al pavelló firal de Tortosa.

## La data

**03.05.14**

la Festa de les Revistes s'allargarà durant tot el dia, i també hi ha paquets turístics que inclouen l'allotjament.



## COMUNICACIÓN



En la imagen, de izquierda a derecha: Samuel Folgueral, alcalde de Ponferrada; Alejandro de Vicente, vicepresidente de Unidad Editorial; Sergio Gallardo, presidente de la Fundación del Deporte de Ponferrada; y Emilio Cubelos, primer teniente de alcalde de Ponferrada, durante la firma del acuerdo.

# Unidad Editorial, ‘partner’ estratégico del Mundial de Ciclismo 2014

**EN PONFERRADA** Se celebrará del 21 al 28 de septiembre.

**Expansión.** Madrid  
Unidad Editorial ha dado un paso más en su compromiso con el deporte mediante la firma de un acuerdo con el Ayuntamiento de Ponferrada (León) y la Fundación del Deporte de esta localidad los UCI Road World Championships 2014, en virtud del cual se convertirá en *partner* estratégico de esta competición.

A través de su agencia de eventos, Last Lap, el grupo desarrollará las labores de organización de los Campeonatos Mundiales del Ciclismo en Ruta, integrándose en el comité organizador que dirige la Fundación del Deporte y contando con la colaboración de la Unión Ciclista Internacional y la Real Federación Española de Ciclismo. Asimismo, Unidad Editorial apoyará la difusión informativa de este evento deportivo de carácter internacional en todos sus medios de comunicación.

El Mundial de Ciclismo, que tendrá lugar en Ponferrada entre el 21 y el 28 de septiembre, se celebrará por séptima vez en España, tras las ediciones de Lasarte (1965), Montjuïc (1973), Barcelona

(1984), Benidorm (1992), San Sebastián (1997) y Madrid (2005).

Durante la firma del acuerdo, Alejandro de Vicente, vicepresidente de Unidad Editorial, aseguró: “Es un privilegio que el Mundial de Ciclismo y el Ayuntamiento de Ponferrada hayan confiado en Last Lap para organizar un

**“Es un privilegio que el Mundial de Ciclismo y el Ayuntamiento de Ponferrada hayan confiado en Last Lap”**

**La agencia de eventos Last Lap, de Unidad Editorial, organizará dicho acontecimiento internacional**

**El evento contará con 350.000 visitantes y llegará a 300 millones de espectadores en todo el mundo**

evento internacional de estas características”.

El alcalde de Ponferrada, Samuel Folgueral, destacó la relevancia del acuerdo: “Para Ponferrada y toda su área de influencia, éste es un evento de grandísima importancia. Saber que entre nuestros socios estratégicos está un grupo tan fuerte como Unidad Editorial nos hace estar más convencidos de que el Mundial va a ser todo un éxito”.

### La prueba de las pruebas

El Mundial de Ciclismo supone la prueba por antonomasia de este deporte en todas sus especialidades. El evento contará con más de 350.000 visitantes *in situ*, más de un millar de periodistas acreditados y un centenar de cadenas de televisión retransmitiendo el evento, que se espera llegue a casi 300 millones de espectadores en todo el mundo.

Con la organización de esta competición, Last Lap sigue la estela de RCS Sport, la filial de RCS encargada de la realización de eventos deportivos y responsable del desarrollo del Giro que tiene lugar en el país transalpino.



MITJANS

# Quatre editorials creen la revista 'Eutopia' per difondre Europa

Els grups Laterza, Seuil, Fischer i l'espanyol Debate llancen en format digital el primer número del magazine

**SALVADOR ENGUIX**

Acostar la idea d'Europa als ciutadans, amb tot el que això suposa, mai no ha estat una tasca senzilla. Més aviat al contrari, dia rere dia es va alimentant, amb l'activa participació de forces polítiques antieuropees, un cert descrèdit del procés de construcció europeu. Tant en el terreny institucional –amb dures crítiques a la tasca de les institucions de la UE– com en la mateixa idea política, cultural i social d'Europa. Fins al punt que, com a norma general, Europa es discuteix gairebé sempre en clau nacional de cadascun dels països que la componen, més que com una visió de conjunt.

Aquest ha estat el motiu que ha empès quatre importants editorials europees especialitzades en la no-ficció –Laterza, d'Itàlia; Seuil, de França; Fischer, d'Alemanya, i l'espanyola Debate– a llançar *Eutopia*, una revista digital que neix amb la clara vocació de "crear una opinió pública europea que no quedi en debats nacionals, sinó que doni als ciutadans els temes tractats amb una dimensió global i euro-



Portada d'*Eutopia* en format digital

pea", segons Miguel Aguilar, director de Debate. La revista ([www.eutopiamagazine.eu](http://www.eutopiamagazine.eu)) busca, en aquest sentit, el ciutadà corrent "perquè sigui capaç de fer aquest pas d'interessar-se per Europa sense estar pendent dels debats en clau interna". I afegeix Aguilar que "està bé que Polònia, Itàlia, Alemanya o França discuteixin sobre

Europa i sobre el seu interès per Europa, però volem anar més enllà en una idea més completa del que ha de ser el debat europeu".

*Eutopia*, el redactor en cap de la qual és Éric Jozsef, corresponal a Roma de *Libération*, ja ha estat molt ben acollida a Itàlia i Alemanya. En el seu primer número, ofereix un profund

informe sobre el fenomen de la immigració a Europa i opinions d'intel·lectuals d'enorme prestigi com Zygmunt Bauman, Fernando Savater, Jan Zielonka, Iaroslav Hrytsak, Luciano Canfora, Stefano Jossa o Massimo Montanari. En principi és un producte que mantindrà durant un mes el tema central, però que s'actualitzarà regularment amb opinions, posts i col·laboracions diverses d'autors i perio-

**En el primer número col·laboren autors com Zygmunt Bauman, Fernando Savater o Jan Zielonka**

distes. Tots els textos s'ofereixen en anglès, però es podrà llegir també en l'idioma original de cadascuna de les col·laboracions.

Miguel Aguilar subratlla que en les grans cimeres europees "els mitjans, en general, solen preguntar en clau interna nacional, pensant en els interessos dels seus països; nosaltres hem volgut trencar aquest esquema i volem preguntar en nom d'Europa". I afegeix que el projecte "no està tancat", per la qual cosa esperen que altres editorials europees s'hi sumin per poder consolidar tant els continguts com la difusió d'*Eutopia* a través d'internet.●



Fotografía / 140.000 imágenes a concurso

## La cámara revela la violencia doméstica

Sara Naomi Lewkowicz gana el máximo galardón de los Premios Sony World

CONCHA FERNÁNDEZ / Londres  
Enviada especial

La estadounidense Sara Naomi Lewkowicz se alzó con L'Iris d'Or en la séptima edición de los Premios Sony de Fotografía Internacional (SWPA), que se fallaron la noche del miércoles en el emblemático Somerset House de Londres. La serie vencedora *Shane and Maggie* trata el tema de la

violencia doméstica. En palabras de Lewkowicz, «el proyecto busca mostrar el maltrato como proceso, en oposición al retrato de un único incidente, investigando cómo se desarrolla el patrón de comportamiento violento hasta la precipitación final de los acontecimientos, así como sus consecuencias a corto y largo plazo tanto para las víctimas y sus fa-



Imagen ganadora. / SARA NAOMI LEWKOWICZ / SONY WORLD PHOTOGRAPHY AWARDS

milias, como para los agresores».

La fotógrafa neoyorquina, que ya venía de ganar el World Press Photo, repitió éxito en los SWPA, recibiendo su máximo galardón. El galardón que distingue al Fotógrafo Profesional del año está do-

tado con 25.000 dólares.

Los SWPA son una plataforma global para la industria de la fotografía que promueve tanto el trabajo de fotógrafos profesionales como el de aficionados o estudiantes. En esta edición han participado artistas de

166 países. Este año se ha superado el récord de inscripciones con cerca de 140.000 imágenes a concurso. Los trabajos presentados destacan por el talento de sus autores, y en el caso de los jóvenes, por su elevado compromiso con el mundo que les rodea.

El chino Chen Li fue designado Fotógrafo del Año en la Categoría Abierta con su obra *Rain in a ancient town*. Este premio está provisto con 5.000 dólares.

Los SWPA rinden homenaje este año a Mary Ellen Mark «por su valiosísima contribución a la fotografía». La artista estadounidense dijo en Londres que su *leitmotiv* es «captar la realidad porque ésta es maravillosa».

Del 1 al 18 de mayo se podrán contemplar las fotografías ganadoras y finalistas en la exposición de los SWPA en el Somerset House de Londres.



## AL FELSTEIN

# Alma de una revista legendaria en EEUU

Dirigió durante 28 años la irreverente 'Mad', que llegó a vender dos millones de ejemplares

EDUARDO SUÁREZ

Mucho antes que *Los Simpson* o el *Daily Show* existió la revista *Mad*: una publicación satírica que llegó a vender millones de ejemplares a mediados de los años 70 y que enseñó a los adolescentes de Estados Unidos a poner en duda cualquier pronunciamiento de la autoridad.

El éxito de *Mad* cabe atribuirlo al talento del dibujante neoyorquino Al Feldstein, que dirigió la revista durante 28 años y la convirtió en una de las publicaciones más influyentes de su generación. Feldstein falleció el martes en un rancho de Montana donde vivía desde su jubilación. Allí aceptaba huéspedes, criaba llamas y se dedicaba a la pintura de paisajes, afición que tenía desde niño y para la que no tuvo tiempo en sus años como director.

*Mad* nació como una serie de libros de cómics. Pero su propietario William Gaines la convirtió en una revista a principios de los 50 para esquivar los requerimientos de los censores del Capitolio, que percibían los tebeos como un entretenimiento peligroso para la juventud. Su fundador fue el dibujante Harvey Kurtzman. Los primeros números fueron mediocres y su audiencia no despegó hasta que Feldstein cogió las riendas de la publicación en 1956. A mediados de los años 60, *Mad* vendía un millón de ejemplares y llegó a alcanzar los dos millones unos meses después del escándalo del Watergate. La clave del éxito era la calidad de dibujantes como Don Martin o Dave Berg pero también su irreverencia y su disección satírica de la actualidad.

Sus autores se identificaban en la mancheta como «la banda de idiotas de siempre» y sus viñetas se

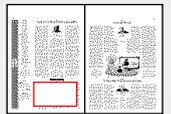
reían de las grandes empresas, de los planes bélicos de la Casa Blanca o del todopoderoso responsable del FBI. La revista animó a sus lectores a solicitar a J. Edgar Hoover una tarjeta que acreditara que se habían librado de ir a la Guerra de Vietnam. Un detalle que no sentó bien al protagonista de la broma, que ordenó investigar a la publicación.

«Esa generación escéptica que se crió en los años 50 es la misma que se opuso a la guerra en los años 60 y que en los 70 no se sintió mal por pedirle cuentas al Gobierno durante el Watergate», escribieron entonces los periodistas Tony Hiss y Jeff Lewis en el *New York Times*. «Aquella revista era la prueba para ellos de que no estaban solos, de que había gente que sabía que había algo incorrecto y divertido sobre un mundo con refugios nucleares, bravuconadas y sonrisas de anuncio de pasta de dientes. A los chicos les encantaba la revista porque se presentaba como enemiga de los padres y de los profesores y porque entonces era imposible encontrar nada similar».

La popularidad de *Mad* se construyó en torno a un personaje que Feldstein bautizó como Alfred E. Neuman: un chico desgarbado con pecas rojas, orejas grandes y dientes largos que sus dibujantes disfrazaban cada semana de Barbra Streisand, King Kong o el Tío Sam.

Los dos millones de lectores que *Mad* llegó a tener a principios de los 70 llevó a sus responsables a tratar de explotar esa popularidad produciendo libros, películas y hasta un juego de mesa, y les permitió prescindir durante décadas de la publicidad. Hoy *Mad* pertenece a la editorial DC y todavía se publica. Tiene muchos menos lectores y una magnífica página web.

**Albert Felstein**, dibujante y editor, nació el 24 de octubre de 1925 en Nueva York y murió el 29 de abril de 2014 en Livingston (Montana, EEUU).



*Els grans debats de l'actualitat  
en mitjans d'aquí i del món*

## Una mirada crítica al nostre periodisme

(EL PAÍS)

[...] En termes comparatius, hi ha fusta per fer un molt bon periodisme a Espanya. Per començar, les altes notes de tall per estudiar periodisme han portat a la professió molts dels més llestos de cada generació. A més, la vocació i dedicació professional dels nostres periodistes és encomiable, com testimonien els in comptables abusos de poder destapats per la premsa. A això cal sumar-hi uns recursos materials gens menyspreables, fins i tot malgrat la crisi. [...]

Una primera debilitat del nostre periodisme [...] [és que el] "pluralisme polaritzat" de la comunicació a Espanya –és a dir, que tenim mitjans de totes les orientacions

polítiques, però tenen molt poca pluralitat interna– actua de barreira per al consens social en assumptes clau. [...]

Però el problema més fonamental del nostre periodisme és la visió *sacerdotal* de la seva feina que tenen els professionals de la comunicació. [...] La visió sacerdotal indueix a tres biaixos: 1. El periodista prioritza les declaracions dels polítics a costa d'assumptes substantivament més rellevants. 2. Quan tracta qüestions substantivament rellevants, atorga massa responsabilitat sobre el seu esdevenidor als polítics, vistos gairebé com éssers omniscients i omnipotents, en detriment del paper d'altres actors clau (com usuaris, professionals o experts). 3. L'anàlisi periodística de la notícia tendeix a construir discursos abstractes en lloc d'un contrast d'alternatives polítiques concretes i factibles. [...]

Davant de les multitudinàries tertúlies espanyoles, el debat en al-

tres països es limita amb freqüència a un parell d'experts amb opinions enfrontades. El resultat és que el públic obté informació sobre els avantatges i inconvenients de les diferents solucions alternatives a un problema X. L'objectiu és disseccionar una realitat complexa en els seus components manejables, en opcions factibles. [...] En massa ocasions, els ciutadans espanyols no reben un contrast d'avantatges i inconvenients sobre cursos d'acció alternatius, sinó un xoc improductiu de cosmovisions del món. [...]

Hi ha moltes excepcions i exemples de gran periodisme a Espanya. Raó de més per replantejar-nos aquestes programacions tan plenes de tertúlies i aquestes cròniques amb tants polítics i tan poques polítiques públiques.

[I de maig]

VÍCTOR LAPUENTE

PROFESSOR, INSTITUT PER LA QUALITAT  
DE GOVERN DE LA U. DE GÖTEBORG



## El gigante publicitario nipón Dentsu se refuerza en Brasil

Adquiere el 70% de la agencia brasileña NBS de cara al Mundial

Á.S. MADRID.

Dentsu, el gigante publicitario nipón, se hace fuerte en Brasil. La multinacional, que también está presente en Argentina, ha adquirido el 70 por ciento de la agencia

brasileña NBS para "fortalecer su presencia en el país de cara al Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos de verano", informó ayer Dentsu en un comunicado.

El tercer grupo publicitario del mundo, que no ha comunicado el monto de la operación, no sólo se hará con el control mayoritario de la agencia, que facturó 143 millones de reales (43 millones de euros) en 2013, sino que se ha reservado la opción de hacerse con el 30 por

ciento restante más adelante. La compra todavía está pendiente del visto bueno de las autoridades de la competencia brasileñas que, según explica Dentsu, "puede tardar unas seis semanas".

Esta adquisición tiene como objetivo ampliar la presencia de Dentsu en Brasil, donde ya opera con otras siete subsidiarias, para aprovechar el *boom* publicitario que traerán el Mundial de Fútbol y los Juegos Olímpicos. En este punto, la

compañía recuerda que la inversión publicitaria en Brasil creció un 7,1 por ciento en 2013 y asegura que las previsiones, realizadas por su agencia de medios Carat, apuntan a un incremento de gasto publicitario del 10 por ciento en 2014 y del 8,1 por ciento en 2015. "Mejoramos la ventaja competitiva de nuestro grupo en los sectores de publicidad y marketing y aceleramos la estrategia de crecimiento en el país", sentenció el grupo en un comunicado.

La firma, que ha facturado 13.600 millones de euros (1.941 mil millones de yenes) en 2013, un 2,5 por ciento más que en 2012, también ha salido de compras en Europa en los últimos meses. Dentsu firmó un acuerdo para adquirir Lesmobilizers en Francia, agencia especializada en marketing y diseño de soluciones móviles con sede en París. Lesmobilizers se integrará en la marca Isobar, parte de la red Aegis Dentsu en Francia.



# AT&T tantea comprar la líder de televisión por satélite en EE UU

S. P., Nueva York

El sector de las telecomunicaciones vuelve a estar agitado en Estados Unidos. AT&T, el segundo operador de telefonía del país, está interesado ahora en hacerse con DirectTV. Se trata del segundo mayor operador de televisión de pago en EE UU (por detrás de Comcast) y de la mayor plataforma de canales vía satélite. La fusión de ambas crearía un gigante en el sector audiovisual de pago y de acceso a Internet.

Los títulos de DirectTV subieron con fuerza en el parque neo-

yorquino ayer tras la revelación de *The Wall Street Journal*. Esta compañía estuvo controlada por News Corporation, del magnate de los medios Rupert Murdoch, que después se la cedió a John Malone. Su principal competidora en el satélite es Dish Network, además de las grandes cableadoras. Cuenta con 38 millones de abonados en EE UU y América Latina.

Ambas empresas solo han comenzado a acercarse, pero DirectTV parece dispuesta a discutir una posible compra. Si la operación cuaja, daría un vuelco al sector y cogería con el pie cambia-

do a Comcast (a la que casi igualaría en clientes) que trata de sacar adelante ante los reguladores la reciente adquisición de su rival Time Warner Cable.

Nueve de cada diez hogares en EE UU están abonados a una plataforma de televisión de pago, por lo que se considera un negocio muy maduro. El pasado ejercicio DirectTV ingresó 31.750 millones de dólares (22.900 millones de euros) que le aportaron un beneficio de unos 2.080 millones de euros. De sus ingresos, el 20% corresponden a su negocio en América Latina, que creció el 10%.



## Viacom compra la cadena británica Channel 5 por 550 millones

eE. MADRID.

El grupo de comunicación estadounidense Viacom ha cerrado la compra del canal de televisión británico Channel 5 por 450 millones de libras (550 millones de euros), informan los medios locales y recoge *Efe*.

Viacom, que incluye el canal musical MTV, el especializado en contenidos para el público joven e infantil Nickelodeon y el de cine Paramount, se convierte así en el primer conglomerado estadounidense en adquirir una cadena británica.

El presidente de Channel 5, Richard Desmond, propietario también de los diarios británicos *Daily Express* y *Daily Star*, había fijado un precio inicial de 700 millones de libras (860 millones de euros), pero la escasa programación propia del canal provocó la bajada de precio.

Desmond compró Channel 5

---

# 126

MILLONES DE EUROS

Es lo que pagó Desmond hace cuatro años por Channel 5. Lo vende por cuatro veces más.

---

en 2010 al grupo televisivo europeo RTL por 103,5 millones de libras (126 millones de euros) y consiguió invertir su situación deficitaria mediante la reducción de gastos y la promoción de programas de telerrealidad como *Gran Hermano* y dramas policiales. Cuatro años después, el empresario de medios de comunicación ha vendido el canal por un precio cuatro veces superior.

Viacom, que en el último año fiscal declaró unos beneficios antes de impuestos de 740 millones de euros, está especializada en televisión de pago en vez de televisión en abierto.



## Vicenç Relats guanya un premi periodístic a Cadaqués

**Lliçà d'Amunt**

### EL 9 NOU

El periodista Vicenç Relats, de Lliçà d'Amunt, és el guanyador de la 31a convocatòria del premi periodístic Cadaqués a Carles Rahola, un dels tres premis literaris que es donen dins la Setmana Cultural del municipi.

El periodista ha estat guardonat per l'article "En Firmo de Cadaqués. Memòria viva de la guerra, de l'exili i la deportació, del franquisme... i d'un segle de la vida del seu poble", que es va publicar en



El periodista Vicenç Relats

el número 283 de la *Revista de Girona*.



## Marató sobre la televisió connectada

---

**Redacció**  
BARCELONA

---

Més d'una setantena de participants, repartits en 17 equips, s'han inscrit en el primer marató dedicat al desenvolupament de projectes interactius, un *Hackathon*, que organitza avui i demà la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) a l'Arts Santa Mònica de Barcelona. El

repte de la trobada és crear un projecte que vinculi els dispositius mòbils amb la tele connectada.

Una de les línies de treball que es proposen és que els projectes vinculin d'alguna manera la pantalla del televisor amb la pantalla del mòbil o la tablet. També s'explorarà la integració amb xarxes socials, narrativa *transmedia*, entre d'altres. ■



## Mor Albert Feldstein, exeditor de la revista 'Mad'

Al Feldstein, editor durant molts anys de la revista nord-americana *Mad*, va morir dimarts als 88 anys a la seva casa de Montana. Feldstein, que va ser editor de *Mad* durant els anys seixanta i setanta, també va ser escriptor de còmics i dibuixant, al llarg de la seva vida. Va treballar a EC Comics a partir del 1948, moment en què va llançar títols de terror com *Tales from the Crypt*, que es va convertir en una pel·lícula el 1972. Feldstein va deixar els cò-

mics per passar a ser l'editor de *Mad* el 1956, en substitució de l'editor fundador, Harvey Kurtzman. En el càrrec va esdevenir molt influent fent sàtira de la cultura pop dels EUA i seduint el públic més culte. Es va retirar el 1984 i es va establir a Montana per pintar obres d'art. Allà es va centrar artísticament en la naturalesa. També va obrir un refugi de cavalls amb la seva dona. Feia mig any que no mantenia contacte amb el seu cercle social habitual.



## Cierre de la adquisición del canal de televisión británico Channel 5

**VIACOM** El grupo de comunicación estadounidense Viacom cerró ayer la compra del canal de televisión británico Channel 5 por 450 millones de libras (550 millones de euros). Viacom, que incluye el canal musical MTV y el especializado en contenidos para el público joven e infantil Nickelodeon, se convierte así en el primer conglomerado estadounidense en adquirir una cadena británica. El presidente de Channel 5, Richard Desmond, había fijado un precio inicial de 700 millones de libras (860 millones de euros), pero la escasa programación propia del canal provocó la bajada de precio.



## NOUS MERCATS

# Yahoo també fa sèries per a la seva web

L'empresa d'internet Yahoo potenciarà la seva oferta audiovisual a partir del 2015 amb la producció i emissió *on line* de dues telecomèdies i la creació d'un canal a la seva web amb concerts en directe. Les sèries són *Other Space*, aventura espacial ambientada al segle XXII que prepara Paul Feig (*La boda de mi mejor amiga*) i *Sin City Saints*, sobre el propietari d'un nou equip del bàsquet professional, que produeix Mike Tollin (*Smallville*, *One Tree Hill*). ≡



## Viacom compra el Channel 5 britànic per 550 milions

► El grup de comunicació dels Estats Units Viacom va tancar ahir la compra del canal de televisió britànic Channel 5 per 550 milions d'euros, segons van publicar mitjans locals. Viacom, que inclou el canal musical MTV i l'especialitzat en continguts per al públic juvenil i infantil Nickelodeon, es converteix així en el primer conglomerat dels Estats Units que adquireix una cadena britànica. / Efe



● **Viacom, primer grupo de EE UU que compra una televisión británica**

El grupo audiovisual Viacom cerró ayer jueves la compra de Channel 5 -canal de televisión de Reino Unido- por 450 millones de libras (547 millones de euros), según medios británicos. Así, Viacom es el primer grupo de comunicación de EE UU que compra una cadena británica.



# INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/05/14	"Los nuevos caminos del periodismo", en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM / FAPE	54	1
01/05/14	"Los nuevos formatos digitales supondrán una edad de oro del periodismo", Pedro J. Ramírez en Valladolid / FAPE	55	1
01/05/14	Línea de riesgo para la libertad de prensa / Periodistas en Español	56	1
01/05/14	#HayOportunidades: la información local interesa, pero necesita un modelo rentable de negocio / FAPE	57	2
01/05/14	Celebramos el Día Internacional de los Trabajadores con algunas ofertas de empleo en Comunicación / PRNoticias	59	1
02/05/14	La FAPE recuerda que sin periodismo no hay democracia / Periodistas en Español	60	2
02/05/14	Com seria el món sense periodisme? / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	62	1
02/05/14	Gabinetes Vs Periodistas, cara a cara / PRNoticias	63	1
02/05/14	Miguel Ramos (Newslines): No se cuestiona la veracidad de la información de las agencias / PRNoticias	64	1
02/05/14	Tendencias de la Comunicación Global: el futuro del sector pasa por la escucha y la comprensión / PRNoticias	65	2



# Periodisme i Mitjans de comunicació

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## "Los nuevos caminos del periodismo", en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM

**Jueves, 1 de mayo de 2014**

La II edición de " Los nuevos caminos del periodismo ", que promueven los profesores Juan Calleja e Ildfonso Soriano , tendrá lugar este lunes, 5 de mayo, en la sala de conferencias del edificio nuevo de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, de 11 a 13 horas. Este año, la charla-coloquio toma como referencia el objetivo de la edición del año pasado: explicar a los estudiantes y a todos los interesados las nuevas posibilidades laborales que ofrece la profesión periodística en la actualidad, a pesar de la crisis por la que atraviesa el sector como consecuencia de la caída de la publicidad, el declive del modelo de negocio tradicional de los medios y debido a la revolución digital. Los freelancers, el trabajo en las redacciones de medios nativos digitales, el periodismo corporativo y de marca y el periodismo emprendedor serán los temas a tratar, siempre teniendo presente que " en medio de una tormenta perfecta surgen nuevas salidas y oportunidades ". La edición será inaugurada por el profesor y doctor de la UCM, Ildfonso Soriano , y estará moderada por el periodista y cofundador de Babylon Magazine , Juan Calleja. Los ponentes que participan son cuatro periodistas y profesionales de la comunicación con amplia experiencia y conocimientos de los sectores laborales en los que se desempeñan su labor: Ramón Lobo , uno de los periodistas españoles con más experiencia como enviado especial y corresponsal de guerra para periódicos como El País y que ahora trabaja colaborando para varios medios, hablará sobre cómo se organiza y sobre cómo se puede sobrevivir siendo periodista freelance. Delia Rodríguez , autora de Memecracia y ex redactora - jefe del The Huffington Post en España, hablará acerca de cómo trabajan en la redacción de los medios nativos digitales que están llegando a las nuevas audiencias en internet. Idoia Sota , cofundadora y CEO de Acuerdo y Premio Larra 2010 , explicará su experiencia creando Acuerdo y tratará de describir cómo es la nueva figura del periodista-emprendedor que ahora está empezando a ser cada vez más popular. David Martínez , periodista y comunicador corporativo y actual gerente de comunicación externa de Orange, nos pondrá al día sobre el periodismo de marca y las posibles salidas laborales relacionadas con esta tendencia. La entrada es gratuita hasta completar el aforo. Además de estudiantes, podrán acudir todos los interesados.

## "Los nuevos formatos digitales supondrán una edad de oro del periodismo", Pedro J. Ramírez en Valladolid

**Jueves, 1 de mayo de 2014**

"En medio de una tormenta perfecta surgen nuevas salidas y oportunidades", de todo ello se ocupará la charla - coloquio "Los nuevos caminos del Periodismo", que tendrá lugar el lunes, 5 de mayo, en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Manuel González Menéndez seguirá al frente de la presidencia de la Asociación de la Prensa de La Coruña (APC) tras el proceso electoral finalizado y donde ha sido reelegida la junta directiva por aclamación al no haberse presentado ninguna otra candidatura. La Asociación de Periodistas de Navarra (APN), en referencia a las recientes declaraciones de la presidenta del Gobierno navarro, Yolanda Barcina, en una entrevista concedida a "Vanity Fair", afirma en un comunicado "que ni los periodistas ni el Periodismo son responsables ni consentidores ni, en modo alguno, escudo de las actuaciones de los políticos ni de cualquier otro agente público o privado". 1 2 3 4 5 6 7 8 Siguiete

## Línea de riesgo para la libertad de prensa

### Jueves, 1 de mayo de 2014

El 23 de abril se presentó el Informe Anual de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) correspondiente al año 2013, así como el informe anual de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de dicha comisión. La Relatoría Especial instó a los Estados de la región a implementar mecanismos de prevención y seguridad para los miembros de la prensa, en especial por los constantes asesinatos de periodistas, que el año pasado sumaron 18 en la región, cuatro de ellos en nuestro país. Preocupa a la entidad la violencia contra los comunicadores, la inseguridad en su trabajo, la falta de investigación de los casos de asesinatos contra periodistas, y la impunidad. Este documento hace un llamamiento a los Estados, a sus autoridades y a la organización social, para atender estos problemas que inciden en la calidad de la democracia y en la efectividad de un derecho humano fundamental: la libertad de expresión, sin el cual es muy difícil reivindicar otros derechos. Informes de entidades especializadas han reportado que a nivel mundial la situación de la prensa se ha deteriorado. En Guatemala, la presencia del crimen organizado y de grupos de narcotraficantes ha agravado la inseguridad de los periodistas, en especial de quienes ejercen su labor en los departamentos, siendo el principal efecto la censura y la autocensura, que repercuten directamente en el derecho de la sociedad de recibir información. También autoridades locales inescrupulosas cooptan, amenazan y agreden a los miembros de la prensa, con el fin de que no se den a conocer actos ilícitos en los que incurren; policías los agreden, pobladores los amenazan, y hasta el presidente y la vicepresidenta presentaron denuncias penales, violentando con ello el fuero del cual gozan los periodistas. En Guatemala, el Observatorio de los Periodistas ha preparado su Informe de avance sobre el Estado de Situación de este derecho. Los datos del reporte muestran un aumento progresivo de violencia en contra de la prensa, en donde los presuntos responsables tienen distintos orígenes. Las agresiones físicas y verbales, las intimidaciones y el acoso judicial fueron las que en mayor número se reportaron y hubo un caso grave de intento de asesinato de un periodista en Suchitepéquez. Pero también hay que mencionar algunas noticias alentadoras, como el inicio de la construcción del Programa de Protección a Periodistas, que ya recibió las primeras reacciones de reclamo por su falta de legitimidad, al no incluir a los beneficiarios del mismo, sino que únicamente a técnicos acompañados de entidades internacionales. Otro logro es que por gestiones de la Dirección de Derechos Humanos del Mingob se logró ampliar de siete a 20 el número de investigadores que apoyan a las fiscalías, cifra que es insuficiente comparada con las responsabilidades que tienen. En la conmemoración del Día Mundial de la Libertad de Prensa exigimos respeto a nuestro trabajo, instamos a la unidad del gremio, a quienes exhortamos a denunciar las agresiones. Ratificamos nuestro compromiso con la defensa de este derecho, termómetro de la democracia.

## #HayOportunidades: la información local interesa, pero necesita un modelo rentable de negocio

**Jueves, 1 de mayo de 2014**

El periodismo y los periodistas locales como protagonistas para analizar su situación y sus oportunidades de futuro. Es el objetivo de las II Jornadas #HayOportunidades que han arrancado este 29 de abril en Portillo y que tendrán su continuación el 3 de junio en Mayorga con la colaboración de la Diputación de Valladolid. En esta primera sesión, en Centro Provincial de Artesanía, se ha analizado nuevo papel de los medios tradicionales (prensa, radio y televisión) dentro del nuevo puzzle medios que ofrecen información local en la provincia. Una mesa redonda en la que han participado Óscar Villarroel ( La 8 Valladolid ), Fernando Berzosa (SER Medina), Teresa Lapuerta ( El Norte de Castilla ) y Santiago del Campo ( Diario de Valladolid El Mundo ). Un coloquio moderado por Franca Velasco , vocal de la Junta Directiva de la APV. El encuentro ha estado marcado por dos premisas: la constatación de que la información local interesa y la necesidad de que los medios tradicionales se adapten a los nuevos formatos y a nuevas formas de financiación para conseguir poder potenciar este tipo de información. Para Óscar Villarroel lo local " siempre tendrá su cuota de seguidores" . Asegura que tanto los medios como los consumidores se están adaptando ya a nuevos formatos para acceder a la información que le interesa. Considera que una prueba del creciente interés por los medios locales es el aumento experimentado en el número de convocatorias que hay cada día en la provincia de Valladolid. " Hace 12 años teníamos que inventarnos qué contar para completar un informativos, ahora tengo que decidir donde no puedo ir porque no tengo plantilla suficiente para cubrir todo lo que se convoca " . Momento de la primera sesión del #HayOportunidades de Valladolid.- Foto APV Fernando Berzosa ha reflexionado sobre la relación entre global y lo local, y como finalmente toda la información pasa de un modo por la información local de algún territorio concreto. Comparte la idea de que hay un " redescubrimiento y revalorización de la información local " y defiende este tipo de contenidos como un eslabón de participación ciudadana. Además, subraya que en su opinión las nuevas tecnologías " no solo no son una competencia, si no que nos permiten crecer " . Teresa Lapuerta y Santiago del Campo ha hablado desde el punto de vista de la prensa escrita y analizado la importancia de las corresponsalías para poder cubrir el territorio rural. Lapuerta afirma que ' lo local es la razón de ser de un periódico provincial ', porque " todo el periódico pasa por la información provincial " . Además ha apuntado como no se puede medir por número de habitantes la rentabilidad o el interés de contar lo que sucede en los municipios ya que hay que tener en cuenta que la información de un pueblo no solo interesa a sus vecinos si no a todo el que tiene alguna relación con el lugar. Santiago del Campo ha retratado la situación del corresponsal al que ha calificado de " vivir en precario " desde siempre. Ha pedido a los medios que inviertan en una red de corresponsales porque la " falta de recursos supone un peligro de desinformación " . Como propuesta, Del Campo invita a la inversión pública en la información local para mantener un servicio

de interés público. La jornada se ha cerrado con la ponencia de Felipe Serrano , periodista especializado en información local y Premio APM 2013. En su exposición ha destacado la importancia del trabajo del periodista local como uno " de primera división " y no como un punto de paso para llegar a otros puestos. Ha animado a exigir la máxima calidad y rigor a la hora de elaborar las informaciones y ha resaltado como los periodistas que cubren información local son los más expuestos a las presiones de todos los poderes de la sociedad, porque hay una relación constante y cercana con ellos. Esta primera sesión ha sido inaugurada por el presidente de la Asociación de la Prensa de Valladolid, Jorge Francés , y el alcalde de Portillo, Pedro Alonso Martín , que ha dado la bienvenida a los participantes al municipio. Estas II Jornadas #HayOportunidades continuarán el próximo 3 de junio en el Museo del Pan de Mayorga, donde se expondrán algunos de los proyectos de nuevos medios locales e hiperlocales que funcionan en la provincia de Valladolid. Agronews, El Sur de Valladolid, Revista La Talanquera, El Nuevo Arroyo y Laguna al Día contatarán su experiencia y debatirán sobre cómo consolidar este tipo de nuevos medios como salida profesional para los profesionales del periodismo.

**Jue, 1 de may de 2014 07:19****Audiencia:** 230.266**Ranking:** 6**VPE:** 2.577**Página:** 1**Tipología:** online

## Celebramos el Día Internacional de los Trabajadores con algunas ofertas de empleo en Comunicación

**Jueves, 1 de mayo de 2014**

Si buscas un empleo en el sector de la Comunicación no dudes en consultar las ofertas que te ofrecemos a continuación, en las que algunas de las consultoras y compañías más importantes del país buscan profesionales como tú. Grupo Barrabés, Ver+Medios o Health Group Worldwide son algunas de las empresas que buscan expertos en Comunicación esta semana. HEALTH GROUP WORLDWIDE. Ejecutivo de Cuentas Sénior, Madrid: esta agencia de Publicidad Digital en el área de Salud busca un ejecutivo de Cuentas para el área de New Business en la promoción y la atracción de nuevos proyectos en el área de las comunicaciones multicanal, offline, digital y eventos. Reportará directamente a la Dirección Comercial Internacional y su principal función será la prospección y gestión de nuevos clientes y su seguimiento. WYSER SPAIN. Responsable de Comunicación y eventos, Barcelona: la principal misión de la persona seleccionada será la de gestionar adecuadamente la Comunicación externa de la compañía, así como la coordinación de los eventos en su división de cosmética. GRUPO BARRABÉS CÓNSUL (Prelum). Consultor de Marketing y Comunicación online, Madrid: Prelum es una empresa joven perteneciente al grupo Barrabés que se dedica a la prestación de servicios de Comunicación y Relaciones Públicas. Requiere una persona con conocimientos en el terreno de las estrategias online y la ejecución de proyectos que combinen contenidos, public relations, social media y eventos. VER+MEDIOS. Periodista, A Coruña: esta consultora busca a una persona creativa, resolutiva y capaz de coordinar la Comunicación de un evento internacional, por lo que es imprescindible que cuente con un dominio muy alto de inglés y que haya trabajado como community manager. Se valorará el conocimiento de otros idiomas y programas de diseño. BROBOT PRODUCTIONS. Esta dirección electrónica esta protegida contra spam bots. Necesita activar JavaScript para visualizarla , Sabadell: esta compañía especializada en el sector audiovisual busca a una persona Licenciada en Periodismo que haya trabajado también como Community Manager. Trabjará para poner en marcha su estrategia social media. GECA. Corresponsal, Italia: El Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA), empresa de investigación y consultoría audiovisual perteneciente al Grupo Globomedia, busca para su departamento de Teleformat un corresponsal en Italia que informe puntualmente de todos los programas de televisión que se estrenan en las diferentes cadenas de este país. LB CONSULTORES. Responsable de Comunicación, Barcelona: la persona seleccionada reportará al Director de Marketing de la compañía y su misión será la de desarrollar e implementar la estrategia de Comunicación para todas las marcas de la compañía a nivel local (Spain). Se requiere Licenciatura en ADE (o Comunicación, RRPP, etc.) con experiencia en Comunicación Externa en Empresa Final (al menos 5 años en este campo). Otros empleos en Comunicación. Seguiremos informando...

## La FAPE recuerda que sin periodismo no hay democracia

**Viernes, 2 de mayo de 2014**

Sin periodistas, no hay periodismo y sin periodismo, no hay democracia Las Naciones Unidas acordaron, en 1993, a iniciativa de Reporteros Sin Fronteras, proclamar la jornada del 3 de Mayo Día Mundial de la Libertad de Prensa, con el reconocimiento de que una prensa libre, pluralista e independiente es un componente esencial de toda sociedad democrática. La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) asume estos principios y reclama a los poderes e instituciones, y a la sociedad en general, que defiendan y promuevan la libertad de prensa como garantía imprescindible del régimen democrático. En la celebración de este 2014 no podemos ignorar la grave crisis que atraviesa el sector periodístico, que se ha traducido en los últimos seis años en la pérdida de alrededor de 11.000 empleos de profesionales, el cierre de decenas de medios, el aumento del intrusismo, la precariedad laboral generalizada y el acoso de todo tipo de poderes a nuestro trabajo. Ante esta situación, la FAPE, en representación de sus 48 asociaciones de periodistas y de las 15 organizaciones vinculadas, hace la siguiente declaración bajo el lema Sin periodistas, no hay periodismo y sin periodismo, no hay democracia **MANIFESTAMOS:** Nuestro más firme compromiso con la defensa de la libertad de prensa, a la que consideramos un pilar fundamental de la democracia y elemento imprescindible de la convivencia, el diálogo y el debate cívico. La libertad de prensa es un valor supremo de las democracias que ha de conjugarse con otros derechos individuales. La mejor manera de fortalecer la libertad de prensa es el ejercicio responsable del periodismo por los periodistas y los editores, basado en el estricto cumplimiento de las normas éticas y deontológicas. La libertad de expresión se debilita cuando el periodismo se convierte en una fuente de manipulación, de sensacionalismo, de promoción de odios y prejuicios y de defensa de intereses espurios. Tenemos la ineludible exigencia de promover los más altos estándares éticos en el ejercicio diario de nuestra tarea, sea en el soporte que sea, en el entendimiento de que el periodismo debe ante todo lealtad a los ciudadanos y a su derecho a la información. La libertad de prensa continúa sufriendo un alarmante incremento de las restricciones, como son las ruedas de prensa sin preguntas, los contenidos enlatados elaborados por los partidos, los bloques electorales y las iniciativas de distintas instituciones de limitar el derecho de información, además de la presión que resisten cada día periodistas por parte de determinados editores o de medios de carácter público. No cabe duda que las siguientes restricciones hieren de gravedad a la profesión periodística: La reducción de periodistas en las redacciones, las rebajas salariales y la sustitución de periodistas experimentados por becarios y contratados a los que se paga salarios indignos y que difícilmente podrán resistir las presiones de los poderes por su inseguridad laboral. El vaciado de las redacciones como consecuencia de la crisis no sólo ha provocado que se registre con demasiada frecuencia una considerable bajada en la calidad de los contenidos en los medios de comunicación, ahora ausentes de personas experimentadas con memoria de lo ocurrido en sus entornos,

sino que ha modificado los sistemas de trabajo y ha obligado a reinventarse a cientos de periodistas despedidos de sus empleos, convertidos ahora en emprendedores y en responsables de sus propias empresas periodísticas. De esta forma han surgido nuevos medios que nacen con la virtud de estar hechos por profesionales del periodismo. Sin duda es un paso importante y una buena noticia para los ciudadanos, por lo que supone de aumento de la información y de la pluralidad, aunque hay que reconocer también que el camino es aún difícil en sus inicios y que los proyectos deben contar con los suficientes estudios previos y financiación, para garantizar su viabilidad, evitando así un fracaso no deseado. La aplicación de normas penales desproporcionadas contra quienes, en el ejercicio legítimo de su derecho a la libertad de opinión y expresión, informan sobre actividades supuestamente ilícitas de determinadas autoridades públicas. La existencia de contratos de trabajo leoninos, en los que se exige la cesión total de los derechos de autor, y las ofertas de empleo indignas, algunas de ellas procedentes de medios dirigidos por periodistas. La negativa de los gobernantes a asumir públicamente explicaciones ante los ciudadanos, practicada reiteradamente con la convocatoria de ruedas de prensa sin derecho a preguntas. La posible utilización de las concesiones de publicidad institucional o las licencias de radio y televisión para castigar o premiar a medios y periodistas en relación con su línea editorial o la cobertura de una determinada información. Los juicios paralelos, la compra de testimonios y la anulación de la presunción de inocencia, que es uno de los pilares de nuestro sistema de justicia además de una garantía contra los abusos del poder. La libertad de prensa, en definitiva, pierde su fuerza cuando periodistas y medios abandonan las normas éticas y deontológicas y rompen su compromiso con la sociedad de ejercer el control del funcionamiento estatal, de la gestión pública y de la corrupción, esencial en todo sistema democrático.

### Com seria el món sense periodisme?

**Viernes, 2 de mayo de 2014**

Aquest curt però impactant vídeo tracta de transmetre quina és la funció social del periodisme. Ha estat produït en el marc del concurs de la Universitat de Navarra #celebratingjournalism

## Gabinetes Vs Periodistas, cara a cara

**Viernes, 2 de mayo de 2014**

El V Encuentro entre 'Gabinetes Vs Periodistas', que ha tenido lugar en la Universidad Complutense de Madrid, se ha celebrado con el objetivo de explicar el día a día de las relaciones entre estos profesionales de la Comunicación y descubrir cuál es la visión de cada uno de ellos. Además, en esta jornada se han tratado temas de actualidad que afectan a la relación entre comunicadores y periodistas y se han buscado soluciones que ayuden a mejorar la relación entre ambos. La sesión estuvo dividida en tres mesas, y contó con profesionales del sector de primera línea como el director de comunicación del Consejo General del Poder Judicial, Agustín Zurita, el periodista deportivo, José Antonio Martín Petón o el director ejecutivo de Infolibre, Jesús Maraña. Bajo el nombre de Juicios paralelos: la presunción de inocencia y los medios de comunicación la primera de las mesas giró en torno a la peculiar relación que mantiene el Periodismo y la Justicia. En la mesa ¿Hacia un nuevo periodismo deportivo?, se razonó, entre otras cosas, sobre el porqué de que Real Madrid y Barcelona ocupen tanto espacio en los programas deportivos y cómo muchos periodistas deportivos han ganado fama. Por último, en Crisis en la credibilidad de las instituciones realizaron un diagnóstico sobre el descrédito de los organismos públicos. El periodismo low cost y la pena de telediario En la primera de las mesas, la presidenta de la Asociación de Comunicadores e Informadores Jurídicos y redactora jefe de tribunales de COPE, Patricia Rosety, criticó que se haya pasado de la presunción de inocencia a la presunción de culpabilidad, como consecuencia de los juicios paralelos y de la tensión que existe entre periodistas y jueces. El periodista de Tribunales de VozPópuli, Óscar López-Fonseca, hablaba de la pena de telediario como la responsable de que se haya pasado de la presunción de inocencia a la de culpabilidad, y considera que el periodismo está evolucionando hacia el low cost, con cada vez menos periodistas contratados para más informaciones. Informar sobre los procesos judiciales para que el sistema sea más seguro, es una de las conclusiones que dejó el director de comunicación del CGPJ, Agustín Zurita, y añadió que Allí donde hay más información oficial se producen menos juicios paralelos, El periodista Carlos Berdell habló de la existencia de dos tribunales, el de la opinión pública y el de justicia. El primero actúa antes, por lo que se debería informar a los periodistas sobre el proceso para evitar que la otra parte, que sí suele hablar, salga beneficiada. Y criticó al Ministro de Justicia, Alberto Ruiz Gallardón, que la única solución que ha propuesto es la del silencio completo. La mesa la completaban el abogado Ignacio Fúster-Fabra y la fundadora de la consultoría Emprende Law, María Jesús González-Espejo. Seguiremos informando...

## Miguel Ramos (Newsline): No se cuestiona la veracidad de la información de las agencias

**Viernes, 2 de mayo de 2014**

pnoticias entrevista a Juan Miguel Ramos, director de la agencia de comunicación Newsline, una empresa que defiende el valor de las informaciones de calidad y el periodismo de rigor. Con más de 25 años de vida, la agencia ha conseguido lanzarse al mercado internacional, contando con oficinas propias en Madrid, Barcelona y Portugal y una amplia red en Latinoamérica y Europa. Uno de los principales valores que Juan Miguel Ramos destaca de la agencia es la formación periodística de los profesionales que trabajan en ella, y por ello, sus capacidades para saber encontrar contenidos e informaciones relevantes. Las relaciones personalizadas al cliente son básicas en Newsline, pero su valor máximo es el esfuerzo permanente para crear noticias. Muchas veces las empresas no saben que tienen noticias que contar, pero nosotros como periodistas debemos averiguar, indagar, y de alguna manera, hacer más visible esa información que tienen las empresas y que a veces nos aben como sacarla a relucir, asegura el director de Newsline, Juan Miguel Ramos. Después de haber trabajado como periodista y corresponsal para diversos medios de comunicación como El País o Cambio 16 y haber sido, director de comunicación de Nissan Motor España, en 1987 Juan Miguel Ramos decidió dar el salto al otro lado de la noticia, y crear Newsline, una agencia de relaciones públicas con un ángulo anglosajón, tal y como asegura él mismo en pnoticias. Dos han sido las claves del éxito de Newsline durante la crisis: la diversificación, y cuidar mucho al cliente. Juan Miguel Ramos es fiel defensor del trabajo periodístico y lamenta algunas de las prácticas que se han impuesto en el sector. Es una lástima la falta de contrastar la información. Nosotros las agencias nos hemos convertido en unos productores de información que no se cuestiona la veracidad del contenido de esa información. Cuando enviamos notas de prensa rara vez el periodista llama para confirmar un dato o un comentario. Esto podría pensarse que es bueno, pero no está bien, porque un periodista debe contrastar las informaciones, debe consultar informaciones que no están tratadas. El periodista, por falta de medios, publica informaciones que deberían ser trabajadas, esto no está sucediendo desde hace bastantes años y eso va en detrimento de la calidad y prestigio de nuestra profesión, explica el director de Newsline. Otro de los retos a los que Newsline se ha enfrentado, y con éxito, ha sido a la internacionalización. La agencia ha conseguido mantener sus oficinas en Madrid Barcelona y Portugal, además de una red de oficinas en Latinoamérica y colaboradores en todo el mundo. Sin embargo, Juan Miguel Ramos añade que este proceso es muy duro y a veces no tan gratificante. La internacionalización en Latinoamérica es extremadamente larga, costoso, y mucho más complicado cobrar. Y esto hace que en determinados momentos venga el pesimismo en las relaciones puramente comerciales añade el director de la agencia Newsline. Seguiremos informando. Seguir a @gonzalo\_fera

Vie, 2 de mayo de 2014 00:16

Audiencia: 230.266

Ranking: 6

VPE: 2.577

Página: 1

Tipología: online

## Tendencias de la Comunicación Global: el futuro del sector pasa por la escucha y la comprensión

**Viernes, 2 de mayo de 2014**

La Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom) y la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) han celebrado el encuentro Tendencias de la Comunicación Global. Hacia una nueva Comunicación, en el que han analizado cómo están transformándose las organizaciones, cuál es el papel de la Comunicación en la actualidad y sus nuevos desafíos, así como los retos del dircom. Nos encontramos en un momento en el que las empresas tienen que reinventarse continuamente y estar en constante evolución. Una coyuntura que tampoco deja de lado a la Comunicación de esas organizaciones, que ha de transformarse hacia la cultura de la escucha y la comprensión de su responsabilidad y ha de contar con una nueva visión basada en un claro sentido del carácter y los valores. José Manuel Velasco, presidente de Dircom, habla de tres actitudes necesarias para hacer frente a estos nuevos desafíos que se presentan en el mundo de la Comunicación: humildad e inteligencia, cuestionar las convenciones y contar con principios, para lo que hacen falta reglas claras que nos hagan separar noticia de espectáculo, opinión de información, etc, añade. Periodistas vs comunicadores Por su parte, Sebastián Cebrián, director general de Dircom, indica que la relación entre empresas y medios de Comunicación en los últimos años también es algo vivo, cambiante, lo que obliga a las organizaciones a estar en constante evolución y atentas a las demandas de los medios. Pilar Suárez-Inclán, directora de Comunicación institucional y RSE de Reale Seguros, además asegura al respecto que no estamos enfrente de los periodistas, sino que estamos al lado, y el sector tiende a romper esas barreras. La directiva afirma que el futuro del sector pasa por un Periodismo más honesto y humilde, por lo que ambas partes tienen que cambiar su forma de comunicar. Ya no vale sólo con las noticias, sino que todos los días tienen que reinventarse y ser más profesionales. Ahora los bienes más preciados del sector son nuestro tiempo y las personas, por lo que tenemos que tirar esas barreras para sacar lo mejor de todos nosotros, agrega Suárez-Inclán. Respecto al papel de los departamentos de Comunicación, María Cortina, directora de Comunicación corporativa y relaciones institucionales de Siemens, opina que la misión en ellos no ha cambiado, pero el mundo sí lo ha hecho radicalmente, por lo que tenemos que adaptarnos. Internet ha provocado que la transparencia sea total y que el acceso a la información sea global, que existan más herramientas de Comunicación y que contemos con nuevos soportes para consumir información. También ha cambiado el papel de las personas en el sector, ya que ahora casi pueden convertirse en medios de Comunicación. Por eso recibimos tantísima información que, o nos llega a la emoción, o no nos cala. Cortina también habla de la importancia de colaborar con agencias de Comunicación en este sentido. Estos departamentos de Comunicación cada vez cuentan con menos presupuesto y menos personal, por lo que tienen que adaptarse a los nuevos tiempos. Han surgido nuevas áreas, como la de Community Manager, y

**Vie, 2 de may de 2014 00:16**

**Audiencia:** 230.266

**Ranking:** 6

**VPE:** 2.577

**Página:** 2

**Tipología:** online

cada vez se tiende más hacia una Comunicación 360º y a abogar por la creatividad. Además, el trabajador se ha convertido en el principal prescriptor de las propias marcas, algo que obliga a reforzar la Comunicación interna. Arturo Pinedo, socio-director general de Iberia de Llorente & Cuenca, ha hablado sobre el concepto de cambio, asegurando que no ha cambiado la relación con el periodista, basada en el esquema básico de transparencia, honestidad y aportación de valor. El cambio más evidente está en el papel actual de los medios en el proceso de Comunicación de empresas e instituciones. Y es que aportan valor, pero ya no son indispensables para alcanzar la movilidad que requiere el sector. Los influenciadores son los que ahora tienen esa capacidad de movilizar (no todos son periodistas). Un hecho que influye en el papel de los dircoms, que han de comprender estos cambios y convencerse sobre estos nuevos paradigmas. Seguiremos informando