



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

02/06/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
31/05/14	PEDRO. J RAMÍREZ PRESENTA A LLEIDA EL SEU NOU LLIBRE 'LA DESVENTURA DE LA LIBERTAD' / EL MATI INDEPENDENT DE LLEIDA	6	1
30/05/14	QUEIXA DELS PERIODISTES AL GOVERN PER LES COMPAREIXENCES SENSE PREGUNTES / EL MATI INDEPENDENT DE LLEIDA	7	1
02/06/14	«VOTE FOR GUS» / DIARI MES TARRAGONA	8	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
31/05/14	JOSÉ LUIS BALBÍN, PERIODISTA DE FLEGMA BRITÀNICA / LA VANGUARDIA (QUI)	10	1
31/05/14	GOOGLE COMIENZA LOS TRÁMITES PARA RESPETAR EL 'DERECHO AL OLVIDO' / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	11	1
31/05/14	TOQUE DE ATENCIÓN DEL CAC A TV3 POR CRÍTICAS A CIUTADANS EN LAS TERTULIAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	12	1
31/05/14	INDÚSTRIA, INFLEXIBLE, MANTÉ LA RETALLADA DE CANALS A TV3 / EL PUNT AVUI	13	1
31/05/14	INDÚSTRIA NO CEDEIX EL SEGON MÚLTIPLEX DE TV3 LA REUNIÓ ENTRE ESTAT I GENERALITAT SOBRE L'AMPLE DE BANDA CATALÀ ACABA SENSE ACORD / ARA	14	1
31/05/14	EL INESPERADO ADIÓS DE CARNEY / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	15	1
31/05/14	PLANETA SE HACE FUERTE EN GRUP 62 Y CONTROLARÁ CERCA DEL 80% DEL CAPITAL / EXPANSION (CATALUÑA)	16	1
31/05/14	MARGINEDAS GUANYA EL PREMI DE PERIODISME CIRILO RODRÍGUEZ / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	17	1
30/05/14	HOMS: ¿NO TANCAREM CAP CANAL DE TELEVISIÓ" / EL PUNT AVUI (GIRONA)	18	1
31/05/14	INDÚSTRIA QUALIFCA D'«INVIABLE» LA PROPOSTA DEL GOVERN SOBRE TV-3 / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	19	1
31/05/14	BRAD PITT CONSIGUE UNA ORDEN DE ARRESTO CONTRA EL REPORTERO SEDIUK / DIARI DE TARRAGONA	20	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
31/05/14	CATALUÑA DEBERÁ RENUNCIAR A CUATRO CANALES DE TELEVISIÓN / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	21	1
31/05/14	EL CAC DESPACHA LOS INSULTOS A C'S CON UNA SIMPLE RECOMENDACIÓN / ABC (EDICION CATALUÑA)	22	1
31/05/14	EL GOVERN CONVOCA ELS PARTITS PER LAPÈRDUAD'UNAFREQÜÈNCIA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	23	1
31/05/14	LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE ANALIZA LOS 25 AÑOS DE HISTORIA DE EL MUNDO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	24	1
31/05/14	LA IGLESIA Y SUS MEDIOS DE COMUNICACIÓN / ABC (EDICION NACIONAL)	25	1
31/05/14	DUART RECLAMA "SOLUCIONES TÉCNICAS" PARA EVITAR EL CIERRE DE TELEVISIONES / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	26	1
31/05/14	DERECHO AL OLVIDO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	27	1
31/05/14	ARMENGOU I BELIS REBEN EL PREMI PLANES DE PERIODISME / REGIO 7	28	1
31/05/14	CATALUÑA TIENE EL DOBLE DE ESPECTRO QUE EL RESTO DE LAS AUTONOMÍAS / EL ECONOMISTA	29	1
31/05/14	LA ESCUELA UAM / EL PAÍS CREA UN TALLER DE PERIODISMO DE DATOS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	30	1
31/05/14	EL GRUP RAMON BARNILS DENÚNCIA L'AGRESSIÓ D'UNA PERIODISTA A LLEIDA / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	31	1
01/06/14	GUERRA D'ONES LA REORDENACIÓ DE LA TDT GENERA MOLTES INCÒGNITES, ENTRE LES QUALS EL TANCAMENT DE CANALS DE TV3 AMB QUÈ ES REDUIRÀ L'OFERTA EN CATALÀ. RESPONEM DEU PREGUNTES CLAU / PRESENCIA	32	3
01/06/14	IÑAKI GABILONDO: "EL PERIODISMO ESTÁ HOY METIDO EN UNA RATONERA FINANCIERA" / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	35	1
01/06/14	EL MUNDO CELEBRA 25 AÑOS DE AMOR A LAS LETRAS / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	36	2
01/06/14	Raimon Masllorens: "TVE3 ESTÀ DEIXANT DE SER EL MOTOR DE LA INDÚSTRIAL AUDIOVISUAL" / ARA	38	1
01/06/14	LA XINA INTENTA SILENCIAR / ARA	39	1
01/06/14	LA CREATIVIDAD, UNA CUESTIÓN DE ESTADO. Los representantes del sector remarcan en el Congreso el valor estratégico de la industria / EL PAIS (NEGOCIOS)	40	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/06/14	EL MAESTRO DE LAS SOMBRAS. Antonio Arissa / EL MUNDO (FUERA DE SERIE MAGAZINE)	41	1
01/06/14	'L'INTERNauta' ABORDA L'EXPERIÈNCIA MULTIMÈDIA DE LA UPF I LA MARCA Ç / EL PUNT AVUI	42	1
01/06/14	NO SE TRATA DE REESCRIBIR LA HISTORIA por DEFENSOR DEL LECTOR / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	43	2
01/06/14	ESPALDARAZO A LA RADIO COMERCIAL / EL PAIS (NEGOCIOS)	45	1
01/06/14	PERIODISME DE BUFETADA / ARA	46	1
01/06/14	MÉS QUE UN MÚLTIPLEX / REGIO 7	47	1
01/06/14	CADENA 100 PREMIA 'LA MARATÓ DE TV3' / EL PUNT AVUI	48	1
02/06/14	LAS EMOCIONES OCULTAS DE LA PUBLICIDAD / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	49	1
02/06/14	LAS 'TELECOM' SE VUELCAN PARA QUE LA TV REINE EN EL BOLSILLO / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	50	1
02/06/14	L'APAGADA BENEFICIA MEDIASET / ARA	51	1
02/06/14	DE LA ÚLTIMA HORA A LA HISTORIA. La Agencia Efe celebra sus 75 años con una exposición sobre los hitos informativos desde la Guerra Civil / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	52	1
02/06/14	LA SOLIDARIDAD INVADE LOS ANUNCIOS / CINCO DIAS	53	1
02/06/14	EL MEJOR MAYO DE ANTENA 3 DESDE 2009 / LA RAZON	54	2
02/06/14	SR. DIRECTIVO, ¿SABE CÓMO FUNCIONAN LOS MEDIOS? / EXPANSION (CATALUÑA)	56	1
02/06/14	LA MEMÒRIA DE TIANANMEN, EDITORIAL / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	57	1
02/06/14	INICIO DE MOVILIZACIONES EN RADIO EUSKADI POR UN ERE ENCUBIERTO / EL ECONOMISTA (ED.LUNES) ECONOMIA REAL	58	1
02/06/14	EL PP VALENCIÀ DIU ARA QUE LI AGRADARIA TENIR UNA TELEVISIÓ PÚBLICA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	59	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



Pedro. J Ramírez presenta a Lleida el seu nou llibre 'La desventura de la llibertad'

Lleida. El dimarts l'Hotel Zenit acollirà la presentació que el periodista Pedro. J. Ramírez farà del seu últim llibre *La desventura de la llibertad*, convidat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya de la Demarcació de Lleida per presentar el seu nou assaig històric. L'acte, obert a tota la ciutadania, tindrà lloc a les 13.50 hores a l'Hotel Zenit de Lleida.



Queixa dels periodistes al Govern per les compareixences sense preguntes

Barcelona . El Col·legi de Periodistes de Catalunya va traslladar al Govern el "malestar" que ha provocat el fet que no es poguessin fer preguntes durant la compareixença de Manel Prat, exdirector general de la Policia, durant l'acte en què va anunciar que dimitia.

**+ CONFIDENCIAL****«Vote for Gus»**

El cap de Gabinet de l'Ajuntament de Tarragona, Gustavo Cuadrado, ha estat nominat com un dels candidats a guanyar la Petxina Tancada. Aquest és el guardó que atorga el Col·legi de Periodistes de Tarragona als periodistes o caps de gabinets de premsa que més dificultats posen als professionals de la premsa a l'hora d'informar sobre les institucions que representen. Lluny d'averkonyir-se per aquesta nominació, el cap de gabinet de l'Ajuntament de Tarragona ha encetat una campanya per tal d'aconseguir el major nombre de vots i ser, finalment, el guanyador de la Petxina Tancada. La seva campanya passa per recollir el compromís del vot personalment –ahir mateix en va recollir un al Nou Estadi, donava fe al seu compte de Facebook– fins a enviar missatges personals als periodistes amb cartelleria «electoral» en la que també demana el vot. «Vote for Gus» o «Mai et mengis una petxina que encara estigui tancada després d'haver estat cuïta», són algunes de les llegendes de la seva campanya.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





què se n'ha fet de... JOSÉ LUIS BALBÍN

JAUME COLLELL

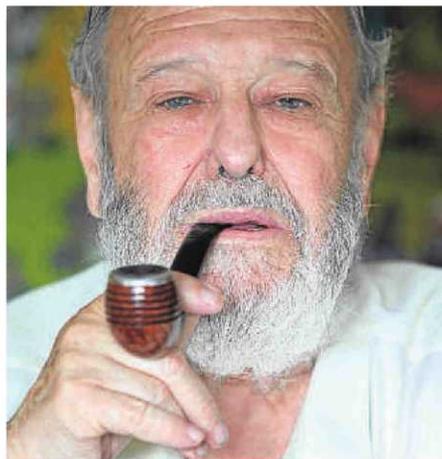


G3 / EMILIA GUTIÉRREZ

Periodista de flegma britànica

José Luis Balbín, quan encara no feia dos mesos de la mort de Franco, va engegar *La clave* a TVE, un espai de debat que durava de dues a tres hores, sense tenir en compte que abans es passava una pel·lícula relacionada amb el tema. Aquell periodista, de flegma britànica, amb barba de senador i que fumava pipa, va convocar al plató gent de tot color, des de la Pasionaria a Blas Piñar. El programa va desaparèixer durant el govern de Felipe González, el 1985, i coincidint amb el referèndum sobre l'OTAN, encara que anys més tard va reaparèixer a Antena 3. Balbín, a l'altra banda del telèfon, encara conserva la veu pausada, conciliadora, d'aquells anys en què ningú no tenia pressa.

Els ponents de *La clave* s'arrepapaven en aquelles butaques de cuir i acer inoxidable que simbolitzaven no tan sols la modernitat del disseny, sinó de les idees. Balbín intervenia poc, de tant en tant feia girar el seient, agafava un paper, o un llibre, treia una mica de fum i deixava anar un dubte,



PASSIÓ MUSICAL

Al marge de la literatura, el cine i el periodisme, l'autèntic somni de Balbín era ser director d'orquestra. Tot i que reconeix que no té dots per a la música es considera un fervent apassionat. Era molt amic de Carmelo Bernaola, el compositor de la sintonia de *La clave*, una melodia d'aire cinematogràfic molt suggestiva.

o un grapat. Els debats a vegades eren pesats, però sempre anaven al fons de les qüestions que els participants il·lustraven amb aportacions erudites. El més interessant de tot era la controvèrsia i el contrast de parers, impensable en els canals de televisió que tenim avui.

Balbín és fill de Pravia (Astúries), hi va néixer el 1940. Va ser el tercer de set germans, amb els quals feia pinya no només al carrer, sinó a casa i a l'escola. Ell era un nen juganer i trapella, que és com han de ser els nens. Després va transformar-se en un estudiant notable i formal, que és el que han de ser els nois quan es fan grans. Per a un temperament inquiet com el seu

descobrir les belles arts va ser com obrir la primera finestra de la vida al món. És així que les primeres passions vocacionals van ser la literatura i el cinema. I li va anar d'un pèl perquè quan va arribar a Madrid per entrar a l'escola de Cinema ho va fer fora de termini i aleshores es va matricular a l'escola de Periodisme.

La trajectòria professional de Balbín és extensa: redactor de *La Nueva España* i *Pueblo*, corresponsal a Alemanya, França, Àustria i als països de l'Est, cap d'informatius de TVE, radiofonista a Antena 3 Radio i la Cope, a més de fundador i director del setmanari *La clave*. Entre els referents dins de l'ofici els seus companys Manuel

Martín Ferrand i Fernando Castedo. Ara està mig jubilat encara que ell no s'hi considera. De tant en tant col·labora a *ABC*.

Si li fessin ofertes atractives de feina s'hi apuntaria, però res del que li proposen no li desperta interès. Balbín només veu frivolitats en la televisió d'ara, tret d'una vegada que li va trucar Jordi González per convidar-lo a un programa, i mal-

Va engegar el programa 'La clave' a TVE dos mesos després de la mort de Franco

grat que no és un presentador que li agradi especialment, van parlar de les condicions de la participació i, almenys, no li va fer tramples.

Al final de les confessions, Balbín gira els ulls cap el passat i n'està content perquè va tenir oportunitats de fer el que li agradava. Rememora aquella graella en què, a més de *La clave*, hi havia Joaquín Soler Serrano amb les entrevistes del programa *A fondo*, els espais de Chicho Ibáñez Serrador i els reportatges de Rodríguez de la Fuente i pensa que feien una televisió que estava prou bé. No és fàcil descobrir la manera de ser d'aquest periodista amable i tranquil: uns veuen que és un home de caràcter que no es deixa doblegar, intransigent, però d'altres, els que el coneixen de debò, creuen que Balbín mai no ha fet ni farà allò que pensa que no ha de fer. És conseqüent per naturalesa.



Un largo proceso

► El dictamen del Tribunal Europeo que obliga a Google a eliminar enlaces que contengan información lesiva, publicado el 13 de mayo, dio respuesta a una demanda del español Mario Costeja, que exigía al buscador que retirara una información publicada en *La Vanguardia*. En 1998, este diario publicó un artículo con enlaces a una subasta de inmuebles relacionada con un embargo por deudas a la Seguridad Social. Pese a que este asunto estaba ya saldado, Costeja seguía apareciendo como deudor en el buscador.

► Costeja recurrió a la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) para solicitar la retirada del artículo. La AEPD dio la razón a *La Vanguardia* porque la publicación de los datos tenía una justificación legal, pero instó a Google a eliminar los enlaces en los que se hacía referencia a datos personales.

► Google recurrió la resolución de la AEPD ante la Audiencia Nacional por entender que era injusta y ponía en juego la neutralidad y la transparencia del buscador. El buscador recurrió ante la Audiencia todas las resoluciones

similares posteriores que le fueron llegando, hasta acumularse más de 200.

► En 2012, ante el cúmulo de recursos presentados por Google, la Audiencia Nacional decidió enviar al Tribunal Europeo una cuestión prejudicial sobre la manera de interpretar las normas de protección de datos en Internet.

► Hace un año, el abogado general de la UE dio la razón a Google por entender que no puede ser considerado "responsable del tratamiento" de los datos contenidos en las páginas web

que procesa. El Tribunal Europeo no tuvo en cuenta esta opinión porque entiende que el buscador sí es "responsable" de la información que figura en la lista de resultados de una búsqueda.

► Tras conocer el dictamen del 13 de mayo, Google anunció que lo acatará y que pondría a disposición sus usuarios un formulario para que pudieran solicitar la retirada de enlaces. Ayer el buscador explicó el sistema y presentó al comité de expertos que evaluará las reclamaciones.



Google ha diseñado un formulario a través del cual se podrá solicitar la eliminación de resultados del buscador. / JENS MEYER (AP)

luar los problemas éticos y jurídicos que plantea Internet requerirá "un pensamiento profundo".

Google asegura que su intención es trabajar de cerca con las autoridades de protección de datos de los distintos países para "implementar" el borrado de enlaces. El usuario deberá indicar si considera que los resultados de búsqueda que incluyen su nombre son "inadecuados, no pertinentes o ya no pertinentes, o excesivos desde el punto de vista de los fines para los que fueron tratados". Desde un punto de vista técnico, la empresa reconoce una cierta complejidad al tener que trabajar en muchos idiomas.

Se podrá solicitar la eliminación de los resultados del buscador

El comité evaluará problemas éticos y jurídicos que plantea la Red

"Confiamos en que sea un proceso ágil", afirma una portavoz de Google, apuntando que, con el tiempo, "se irá refinando el procedimiento". Sin embargo, considera que es pronto para determinar en qué plazos se atenderán y se resolverán las peticiones. "Hay que comprobar que los formularios hayan sido completados correctamente. Además, habrá que informar a las autoridades de protección de datos y estar coordinados con la web de origen", explican fuentes de la compañía.

De hecho, la AEPD recuerda que el procedimiento a seguir pasa, en primer lugar, por dirigirse a quien está tratando sus datos y si este no atiende la petición, el afectado podrá acudir a la agencia para que revise su caso. Este organismo evaluará si la reclamación se atiende o se desestima y se dirigirá a los responsables para que se supriman determinados enlaces. El cuestionario de Google deberá rellenarse con el nombre completo para el que se solicita que se retiren los resultados de búsqueda y los enlaces asociados que se desean suprimir. Para poder evaluar las peticiones Google solicita que se indique la URL (en la barra del navegador). Además, se deberá explicar —en el caso de que existan dudas— los motivos por los que la página enlazada se refiere al usuario en cuestión y por qué los contenidos son irrelevantes o resultan obsoletos.

Google comienza los trámites para respetar el 'derecho al olvido'

- Buscará el equilibrio entre la privacidad y el derecho a la información
- Un comité de expertos estudiará las reclamaciones de los usuarios

ROSARIO G. GÓMEZ
Madrid

Dos semanas después de que el Tribunal Europeo reconociera el derecho de los ciudadanos a retirar datos de carácter personal en Internet, Google ha decidido poner los medios para que puedan ejercerlo y hacer así efectivo el llamado *derecho al olvido*. La empresa ha diseñado un formulario a través del cual se podrá solicitar la eliminación de los resultados del buscador cuando un usuario introduce su nombre, según anunció ayer. Cada petición será analizada de forma individual y la decisión que adopte la multinacional intentará encontrar un equilibrio entre el derecho de privacidad y el derecho a conocer y difundir información, añadió.

Si determinadas búsquedas son de interés público (como una noticia sobre estafas financieras, negligencias profesionales, condenas penales o comportamientos

públicos de funcionarios poco ejemplares) deberá ponderarse si prevalece el derecho de los ciudadanos a la información. El Tribunal Europeo consideró que solo se suprimirán aquellos datos que resulten lesivos para el usuario y sean irrelevantes y que hasta ahora estaban obligados a vivir eternamente en Internet. Informaciones banales que sean claramente dañinas podrán permanecer ocultas a los ojos de los demás. Eso no significa que se reescriba la historia o se alteren las hemerotecas. Pero borrar la información obsoleta, como en su día reclamó el abogado Mario Costeja, que fue el detonante de la sentencia del Tribunal de Luxemburgo, será posible, al menos en Google. Otros buscadores deberán establecer igualmente mecanismos para que los usuarios puedan reclamar también salir de Internet.

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), que durante varios años ha reclamado a

Google que activara mecanismos para garantizar la vida privada de los ciudadanos, celebra que el buscador haya puesto en marcha una herramienta "para comunicar y resolver las eventuales lesiones de sus derechos causadas por el buscador al difundir información personal sin ninguna relevancia ni interés público", según señaló el director de la AEPD, José Luis Rodríguez Álvarez. Este organismo, que vela por el respeto a la privacidad, ha tramitado alrededor de 220 reclamaciones. Recurridas por Google ante la Audiencia Nacional, estaban pendientes del fallo del Tribunal de Luxemburgo.

"La sentencia obliga a Google a hacer juicios difíciles sobre el derecho del individuo a ser olvidado y el derecho público a saber", dice la compañía. Para conjugar ambos, ha constituido un comité asesor de expertos. Su misión será clarificar en qué casos los ciudadanos podrán reclamar que se

borren sus datos de carácter personal. Han de ser irrelevantes y carecer de interés público, tal y como especificaba el Tribunal Europeo en su sentencia.

Este comité estará liderado por el expresidente de Google, Eric Schmidt, y en él participarán desde el director de Wikipedia, Jimmy Wales, hasta académicos y representantes de los organismos reguladores de protección de datos de los países europeos. Entre ellos figura el exdirector de la AEPD José Luis Piñar, actualmente catedrático de Derecho Administrativo y vicerrector de Relaciones Internacionales de la Universidad San Pablo (CEU); Frank La Rue, relator especial de la ONU para la protección del derecho a la libertad de expresión; Luciano Floridi, profesor de Filosofía y Ética de la Universidad de Oxford, y Peggy Valcke, de la Universidad de Lovaina. Florida ha comentado que este comité consultivo internacional creado para eva-



Toque de atención del CAC a TV3 por críticas a Ciutadans en las tertulias

Sellarés se refirió a Albert Rivera como «el señor éste que acostumbra a ir en bolas»

CRISTINA RUBIO / Barcelona

Severo e inaudito toque de atención del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) a TV3 por las críticas e insultos a Ciutadans y el PP en algunas de sus tertulias. El ente regulador ha pedido a los presentadores de espacios como *Els Matins* que reaccionen con «diligencia» ante comentarios como los que espetó el periodista Miquel Sellarés sobre el líder no nacionalista, Albert Rivera, a quien definió como «el señor éste que acostumbra a ir en bolas». «Hay que garantizar que los participantes tengan en todo momento un comportamiento respetuoso», advierte el CAC.

Las críticas se pudieron escuchar en el *magazine* informativo la mañana del 18 de marzo, durante una entrevista al presidente de *L'opinió catalana* y editor del diario digital *Tribuna.cat*, Miquel Sellarés. «Me preocupa mucho que estos dirigentes políticos, de Ciutadans y del PP, que cada día nos hablen de una violencia que sólo existe en sus cerebros enfermos [...] Y se debería decir a nuestra clase política que denuncie absolutamente todas estas insinuaciones, que aquí hay violencia eh?», aseguró en el transcurso de la charla televisada.

Según la queja que interpuso la portavoz de Ciutadans en el Parlament, Carina Mejías, «la conductora del programa no intervino, no ya para afean la difamación proférica ni siquiera para solicitarle que no continuara injuriando a miembros de partidos políticos, fueran del signo que fueran».

La diputada no nacionalista tam-



El ex miembro de CDC y presidente del colectivo Opinió Catalana, Miquel Sellarés. / DOMÈNEC UMBERT

bién denuncia que el periodista y tertuliano Miquel Sellarés «refirió un conjunto de actos violentos de extrema derecha como si tuvieran relación con Ciutadans o hubieran siquiera podido tenerla».

Analizados los comentarios, el CAC asegura que alguno de los comentarios se puede considerar «molesto o poco afortunado», pero no aprecia un *animus injuriandi* que pueda suponer una vulneración del límite al ejercicio del

derecho a expresar y difundir libremente pensamientos, ideas y opiniones. Aún así, el ente regulador matiza que la expresión «cerebros enfermos» de forma aislada es un «insulto» que «no puede ampararse en la libertad de expresión».

El CAC también señala que las críticas se efectúan «en el marco de una tertulia televisiva», un formato según el ente regulador, que se «caracteriza por la exposición

de opiniones diversas y enmarcadas en un planteamiento dialéctico de valoraciones y calificaciones que, pese a que pueden resultar molestas hay que analizarlas de forma no aislada».

Sin embargo, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya recuerda que en el manual de uso del libro de estilo de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales establece que la responsabilidad de que los tertulianos

mantengan un comportamiento respetuoso recae en la persona que conduce la tertulia.

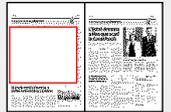
También se mostró visiblemente molesto el PP por el tratamiento de algunas noticias relacionadas con la formación en TV3. En la comisión de control parlamentaria, el diputado Pere Calbó tildó de «inadmisible» la cobertura informativa que hizo el canal de noticias 3/24 de la agresión al ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, en un acto de campaña de las elecciones europeas en Vilanova i la Geltrú. «Este tratamiento es inadmisible, no se puede ni minimizar ni mostrarse

El PP ve inadmisibles el tratamiento del 3/24 sobre la agresión a Montoro

Críticas al nuevo programa '.CAT' por su falta de pluralidad

compreensivo con la violencia y mucho menos desde un medio público», denunció.

También la *popular* Marisa Xandri se quejó sobre uno de los nuevos programas de referencia de la cadena pública catalana. Se trata del *.CAT*, el informativo nocturno que presenta la periodista Ariadna Oltra. Según el PP se trata de un espacio poco plural y con «un enfoque sesgado de las tertulias por falta de discrepancia entre los participantes». Por ello, Xandri lo comparó con el *No-Do*: «Ha pasado más de un mes desde su estreno y en vista de la pluralidad que se refleja, quizás debería decir *Nodo.cat*».



Indústria, inflexible, manté la retallada de canals a TV3

■ Argumenta que Catalunya pot mantenir l'oferta actual comprimint els senyals ■ El govern convoca els partits dilluns a Palau per abordar conjuntament un pla per plantar cara al Ministeri



La trobada va durar mitja hora i no va servir per acostar posicions ■ ACN

Gemma Busquets
BARCELONA

El Ministeri d'Indústria es manté immòbil sobre la decisió d'eliminar un dels tres múltiples (MUX) —en cadascun hi caben quatre canals de tele— a Catalunya. El secretari de Comunicació del govern, Josep Martí, i el director general de Telecomunicacions i Societat de la Infor-

mació, Jordi Puigneró, es van reunir ahir a Madrid amb representants d'Indústria perquè el govern espanyol reconsiderés la seva postura. Segons Martí, "no han volgut ni entrar a valorar altres possibilitats tècniques".

La reunió va durar poc més de mitja hora, i com a interlocutors espanyols hi havia el secretari d'estat de Telecomunicacions i per a

la Societat de la Informació, Victor Calvo-Sotelo Ibáñez-Martín, i el director general de Telecomunicacions i Tecnologies de la Informació del govern espanyol, Alberto Rodríguez Raposo. Calvo-Sotelo no va voler comparèixer davant dels mitjans però Indústria va fer pública una nota, pocs minuts després de la fi de la trobada, en la qual argumenta que es pot

Bauzà ho aprofitaria per treure TV3

El govern de José Ramón Bauzà vol aprofitar el tancament del segon múltiple autonòmic també a les Illes perquè es deixi de veure TV3. Així ho va avançar Ona Mediterrània. La conselleria de vicepresidència hauria encarregat un informe en què s'intentaria demostrar la inviabi-

litat tècnica de rebre els canals catalans, per exemple, a través de l'espai que va quedar lliure després del tancament de Televisió de Mallorca. Actualment hi ha dos MUX autonòmics a les Illes: el primer ocupat per dos canals d'IB3 i el d'HD i el segon per TV3, 33/Súper 3 i el 3/24

mantenir l'oferta actual comprimint els senyals. Apunta als dos múltiples per a canals locals, que segons el Ministeri només estan aprofitats al 50%, fet que permetria "mantenir les emissions, incoent-hi l'alta definició".

El secretari de Comunicació, Josep Martí, va recordar que Catalunya no renunciaria als tres múltiples "de l'oferta pública, amb la futura reciprocitat, ni a l'alta definició ni a l'oferta privada en català". El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais (CCMA), Brauli Duart, va defensar al Parlament que és un problema polític, no tècnic. Va afegir que no cediran: "No volem renunciar-hi, ho volem mantenir, i fins i tot incre-

La frase

“Hi ha espai per sota el canal 60 per poder ubicar el segon MUX. No és un problema tècnic, és polític”

Brauli Duart
PRESIDENT DE LA CCMA

mentar-ho.” Va recordar que el canal Super 3 i el canal 33 comparteixen freqüència com una situació temporal per les necessitats d'estalvi actual.

El govern reclama que si s'ha trobat una solució tècnica per a RTVE també es faci el mateix amb el cas de TV3. El govern ha convocat les forces parlamentàries dilluns a Palau per abordar una resposta conjunta. També s'està treballant en la via jurídica. ■



Indústria no cedeix el segon múltiplex de TV3

La reunió entre Estat i Generalitat sobre l'ample de banda català acaba sense acord

À. GUTIÉRREZ / A. CASTELLVÍ
BARCELONA

Indústria ha tombat l'alternativa tècnica que ahir li va presentar la Generalitat per evitar la pèrdua d'espai radioelèctric per a TV3 (que incideix en el nombre de canals que pot emetre). La reunió entre representants del ministeri d'Indústria i del govern de la Generalitat no va fructificar en cap acord, tot i que les conseqüències que se'n deriven són ben diferents segons qui ho expliqui.

Pel ministeri d'Indústria, l'eliminació d'un dels dos múltiples que té assignats TV3 no hauria de comportar ni la reducció de canals ni la pèrdua de qualitat d'imatge o la renúncia a l'alta definició. L'argumentari de l'Estat inclou apel·lar al fet que Catalunya seguirà tenint un múltiplex més que la resta de comunitats autònomes. I suggereix que hauria d'explorar l'aprofitament tant del múltiplex que té concessionat al Grupo Godó –encara per a un període d'11 anys– i els dos múltiples locals –que tenen una cobertura limitada–. La proposta d'Indústria escanya, a més, la possibilitat futura d'intercanviar senyal amb les Illes Balears i el País Valencià.

“No han volgut ni veure la proposta alternativa que portàvem”, explicava a l'ARA Josep Martí, secretari de Comunicació de la Generalitat. “És com picar ferro fred: la decisió està presa políticament, per molt que la farceixin tècnicament”. Dilluns el Govern ha convocat el conjunt dels partits per decidir una estratègia a partir d'aquí. La intenció és tenir ja dilluns un esquema jurídic sobre com defensar-se.

Fonts de la direcció de la Corporació insistien ahir en la “negativa



El ministre d'Indústria, José Manuel Soria, ha refusat estudiar la proposta alternativa que li va presentar la Generalitat per evitar la pèrdua d'espai radioelèctric de TV3. ARA

a fer un pas enrere” i recelaven de la proposta d'Indústria, que veuen tècnicament poc consistent. Segons indiquen, en un múltiplex hi caben 20 megabits. Cada canal en definició estàndard ocupa entre 4 i 4,5 megabits, de manera que, segons aquests càlculs, hi caben fins a cinc canals per múltiplex com a màxim, i no els sis que pretén l'Estat. A més, aquests números no inclouen el que ocupen els subtítols, l'audiodescripció o els canals d'àudio addicionals (de les pel·lícules en dual).

El president de la CCMA, Brauli Duart, s'hi va referir durant la sessió de control parlamentària d'ahir, abans de conèixer el resultat de la



Reacció
El Govern ha convocat els partits dilluns per dissenyar l'estratègia de resposta

negociació de la delegació catalana a Madrid. “Volem mantenir íntegrament l'oferta audiovisual que actualment tenim en TDT. No acceptarem cap reducció del nostre espai radioelèctric”, va subratllar. Duart va insistir que la decisió del ministeri respon a criteris polítics i no tècnics, i la va posar al mateix sac que la llei del 2012 segons la qual els canals autonòmics no poden tenir dèficit i els nous criteris de deducció de l'IVA, que, segons va advertir, poden suposar un “risc seriós” per a l'estabilitat financera de la CCMA. Sobre aquest últim punt va matisar que encara no han rebut cap comunicació oficial d'Hisenda. —

El PP ataca TV3 per no ser prou “plural”

‘No-Do.cat’

Durant la comissió de control de la CCMA, la diputada del PP Marisa Xandri va acusar els responsables de TV3 i Catalunya Ràdio d'estar-se convertint en “uns mitjans més propis d'una dictadura que d'una democràcia” i de prendre els catalans per “tontos”. Xandri va centrar les crítiques en el programa .Cat, que, segons va ironitzar, s'hauria d'anomenar *No-Do.cat*, “en vista de la seva pluralitat”. Segons ella, “cap cadena pública a Europa” mostra una manca de pluralitat tan important com la de TV3.



Retallades en programes

La pròrroga de les negociacions del conveni fins al novembre impedirà que es retallin del capítol de personal els 7,5 milions previstos per la direcció. Això obligarà a tocar partides com les de continguts, que “ja han estat molt ajustades”, la qual cosa pot “incidir negativament sobre l'oferta” de TV3, segons Brauli Duart. Amb tot, el director de la cadena, Eugeni Sallent, va remarcar que el 30% del pressupost del 2014 (uns 90 milions) es destinarà a la compra de continguts i, per tant, a impulsar el sector.



El inesperado adiós de Carney

Obama anuncia la dimisión de su portavoz, que será sustituido por Josh Earnest

MARÍA RAMÍREZ / Nueva York
Corresponsal

El portavoz de la Casa Blanca, Jay Carney, empezó ayer su rueda de prensa diciendo que no habría «más anuncios de personal» después de la dimisión del responsable de los veteranos. Así fue hasta que, en medio de una pregunta sobre Ucrania, el presidente Barack Obama apareció en el podio y le interrumpió: «Es una de las frases favoritas de Jay, pero yo sí tengo un anuncio y es agri dulce».

Con este pequeño *show*, Obama sorprendió con la dimisión de Carney. El número dos de comunicación, Josh Earnest, será el nuevo representante del presidente, el tercero desde 2009.

Carney llevaba más de tres años en el cargo, desde que en febrero de 2011 sustituyó a Robert Gibbs. El periodista, de 49 años, fue reportero durante dos décadas en la revista *Time* y empezó en la Casa Blanca como jefe de comunicación del vicepresidente, Joe Biden.

Aunque en circunstancias muy diferentes, fue el segundo anuncio de dimisión en dos horas, después de la salida del secretario de los asuntos de los veteranos, Eric Shinseki, por la falsificación de listas de

espera para la atención médica de los militares. En el caso de Carney, no hay ningún escándalo conocido.

«Le voy a echar mucho de menos», dijo Obama sobre Carney, descrito por el presidente como un «amigo cercano» y un «gran consejero». El presidente explicó que el portavoz le informó en abril de que estaba listo para dejar su puesto y cambiar de trabajo.

Ayer, Carney no quiso aclarar cuál será su futuro, aunque negó que vaya a ser nombrado embajador en Moscú, una de sus opciones. El portavoz habla ruso y fue corresponsal allí para *Time*. «Estoy emocionado con algunas de las posibilidades», dijo.

Carney, en principio, se quedará hasta mediados de junio. No dio detalles sobre sus motivos para dejar el cargo y dijo haber disfrutado con «la increíble experiencia», pese a que le han tocado los años más impopulares de Obama y ha tenido en ocasiones una relación tensa con la prensa. La ex directora de *New York Times*, Jill Abramson, asegura que ésta es la Administración «más secretista» que ha conocido.

A menudo, los reporteros acorralaban al portavoz quejándose de que



El portavoz de la Casa Blanca, Jay Carney, durante una rueda de prensa en Washington. / JOSHUA ROBERTS / REUTERS

no contestaba a las preguntas de manera clara.

Obama deja su imagen en manos de un fiel conocido. Earnest, de 39 años, trabajó en la campaña a la Alcaldía de Nueva York de Michael Bloomberg y está con Obama desde el principio de su carrera presidencial. Empezó como portavoz del entonces senador en Iowa y en Texas durante las primarias de 2008. «Josh y yo tenemos una historia muy larga desde los *caucus* de Iowa», dijo Obama. Según el presidente, es «un

tirador directo». Earnest será el encargado de la prensa en el viaje a Europa de Obama la semana próxima. «Sé que en algún momento os sentiréis frustrados con Josh también», dijo a los reporteros, que aplaudieron el ascenso del segundo.

El nuevo portavoz se enfrenta ahora a la recta final de la Presidencia Obama con una agenda internacional marcada por las crisis de Ucrania y Siria y el intento de repliegue en Afganistán y una lista de reformas nacionales paralizadas, co-

mo la legalización de inmigrantes o la subida del salario mínimo. Earnest vivió el ascenso emocionante de Obama, pero ahora le toca representarlo durante el declive. Según la encuesta de Gallup actualizada a diario, el 51% de los ciudadanos critica la gestión del presidente frente al 45% que la aprueba.

Carney aseguró que un buen portavoz disfruta hasta en los peores días: «Por muy dura que sea la rueda de prensa, salgo contento de estar aquí de pie».



Planeta se hace fuerte en Grup 62 y controlará cerca del 80% del capital

INYECCIÓN DE FONDOS/ El grupo líder en edición en catalán llevará a cabo una ampliación de capital por cuatro millones de euros, a la que acudirán el conglomerado de la familia Lara y Enciclopèdia Catalana.

J.Orihuel. Barcelona

Planeta consolida su posición de control en Grup 62, la mayor editorial en lengua catalana. El grupo de la familia Lara elevará a corto plazo su participación en la compañía, de la que posee el 64% del capital tras adquirir el año pasado el 30% que estaba en manos de La Caixa.

Ahora, Planeta aumentará su participación hasta aproximadamente un 78%, según fuentes cercanas a Grup 62. El conglomerado editorial y de medios de comunicación ganará nuevamente peso en la compañía presidida por Josep Ramoneda, en el marco de una ampliación de capital en Edicions 62, la matriz del grupo, que deberá aprobarse en la junta de accionistas convocada para el próximo 30 de junio.

Según las mismas fuentes, el importe del aumento de capital ronda los cuatro millones de euros. De esta cifra, Planeta aportaría alrededor de tres millones y medio de euros, mientras que Enciclopèdia Catalana, el segundo gran accionista de Grup 62, inyectaría medio millón de euros.

Al menos una parte de las acciones que suscribirá Pla-



José Manuel Lara (Planeta).



Josep Ramoneda (Grup 62).

neta procederán de una capitalización de deuda, ya que el grupo que lidera José Manuel Lara concedió en 2013 un préstamo a Grup 62.

Una vez ejecutada la ampliación de capital, Enciclopèdia reduciría desde el 33% actual hasta aproximadamente un 20% su participación en la editorial, y los minoritarios pasarían del 3% al 2% del accionariado.

Según los últimos datos disponibles, al cierre de 2012

Planeta tomó el año pasado la mayoría de Grup 62 al hacerse con el 30% que tenía La Caixa

Edicions 62 tenía un capital social de 20,28 millones y unos fondos propios de 24,65 millones de euros. Ese año, la matriz registró una cifra de negocio de 5,41 millones de euros, y la facturación consolidada fue de 26 millones de euros. La editorial sufrió en 2012 unas pérdidas individuales de 5,28 millones de euros, frente al beneficio neto de 2,44 millones de 2011.

En su informe de gestión, el grupo editorial atribuía los

números rojos de 2012 a "provisiones no recurrentes provocadas por el cambio de tendencia de consumo del mercado", así como a una serie de "medidas de ahorro" aplicadas ya en 2013.

El año pasado Grup 62 dejó su histórica sede del Raval, en Barcelona, y su equipo profesional se repartió entre el cuartel general de Planeta, en la Diagonal, y unas oficinas en Pedró i Pons, donde se encuentra el domicilio social.

Dieciséis sellos editoriales

- Grup 62 engloba 16 sellos, como Empúries, Proa, Pòrtic, Destino, Península y Edicions 62.
- En febrero, Josep Ramoneda fue nombrado presidente, y Emili Rosales, director literario.
- Junto al presidente, integran el consejo de administración del grupo Joan Rigol, Carles Sumarroca, Albert Pèlach, Antoni Serra Ramoneda y Luis Elías.



RECONeixEMENT A UNA LLARGA CARRERA

Marginedas guanya el premi de periodisme Cirilo Rodríguez

► El jurat reconeix el rigor, la valentia i la dilatada trajectòria del reporter

► El periodista d'EL PERIÓDICO agraeix tot el suport rebut durant el seu segrest

EL PERIÓDICO
SEGÒVIA

Quan el reporter d'EL PERIÓDICO Marc Marginedas va quedar finalista del prestigiós premi Cirilo Rodríguez l'any passat va demanar en el seu discurs que els mitjans de comunicació seguissin apostant per la cobertura dels conflictes perquè no caiguessin en l'oblit. Llavors, Marginedas no sabia que EL PERIÓDICO DE CATALUNYA l'enviaria a Síria, on seria segrestat durant mig any per islamistes radicals. Un any després d'aquell discurs, un cop alliberat, Marginedas es va erigir ahir en el guanyador de la 30a edició del Cirilo



►► Marc Marginedas, ahir a Segòvia, al recollir el premi.

Rodríguez, que reconeix la trajectòria dels corresponsals i enviats especials de mitjans de comunicació espanyols a l'estranger.

El jurat, compost per represen-

tants dels principals mitjans de comunicació espanyols escrits i audiovisuals, va destacar de Marginedas la seva dilatada carrera com a corresponsal i enviat especial, la seva

valentia, rigor i compromís. Emocionat al rebre el guardó en un acte celebrat al parador de Segòvia, Marginedas va dedicar el reconeixement a EL PERIÓDICO DE CATALUNYA,

que promou la informació internacional de qualitat amb apostes d'alt risc, com s'ha constatat a la guerra de Síria.

Marginedas, de 46 anys, va voler fer una menció molt especial a «tots aquells companys periodistes i estudiants universitaris» que durant el seu segrest de sis mesos es van mobilitzar per ell, i també per Javier Espinosa i per Ricard Garcia Vilanova. «No sabeu com heu ajudat», va dir el reporter.

Marc fa gairebé dues dècades que és corresponsal i enviat especial a zones de conflicte. Va iniciar la seva trajectòria com a corresponsal de guerra a Algèria el 1995, on durant tres anys va cobrir el sagnant conflicte civil. El 1998 va assumir la corresponsalia a Rússia i, des del 2002, quan va tornar a la redacció de Barcelona, és l'enviat especial a zones de conflicte. La seva àmplia trajectòria està recollida al seu primer llibre, *Periodismo en el campo de batalla*.

HOMENATGE // El premi va consistir en una escultura de vidre i un xec de 6.000 euros. També van rebre dues escultures i un xec de 1.000 euros cada un dels altres dos finalistes, Javier Martín, delegat de l'agència Efe a Israel, i Àngeles Espinosa, l'enviada especial del diari *El País* al Pròxim Orient. En l'acte es va rendir homenatge al desaparegut Manu Leguineche, el primer periodista premiat amb el Cirilo Rodríguez, el 1984, i conegut com «el cap de la tribu dels corresponsals». ■



VOL VIURE EN
#CATALUNYA LLIBERTAT
www.catalunyavolviureenllibertat.cat



Francesc Homs, en una compareixença recent al Palau de la Generalitat ■ QUIM PUIG

Homs: “No tancarem cap canal de televisió”

■ El secretari de Comunicació serà avui al ministeri per intentar negociar alternatives a la pèrdua d'un múltiplex

Redacció
BARCELONA

El govern català no té la intenció de tancar cap canal de televisió. És la resposta del conseller de la Presidència a la confirmació del ministre d'Indústria, feta dimecres al Congrés, que Catalunya perdrà un dels tres múltiples –dos de públics i un de privat en cadascun dels quals caben quatre canals de televisió– a partir del gener del 2015. “Hauran de venir de fora perquè nosaltres no tancarem cap canal de televisió”, assegurava Francesc Homs a RAC1. Ho alertava just el dia abans que el secretari de Comunicació de la Generalitat, Josep Martí, es reunís avui a Madrid amb el secretari d'estat de Telecomunicacions, Víctor Calvo-Sotelo, per intentar negociar una alternativa a la pèrdua d'un múltiplex.

Homs anunciava que l'executiu català convocarà la setmana vinent els grups parlamentaris per explicar-los què tècnicament existeix una solució

Les frases del conseller

“Farem tot el que estigui al nostre abast. Hauran de venir de fora, perquè nosaltres no tancarem cap canal de televisió”

“Hi ha espai per a tots des del punt de vista tècnic tot i que calgui moure's del dial”

que no implicaria la retallada. “Hi ha espai, des del punt de vista tècnic, per a tothom”, garantia el també portaveu.

El govern de la Generalitat va alertar enmig de la campanya de les europees la intenció del gabinet de Mariano Rajoy de treure-li un múltiplex. El ministre José Manuel Soria, que inicialment va afirmar que es tractava d'un malentès, va fer marxa enrere dimecres i va confirmar la pèrdua. L'argumentava per l'ordenació de freqüències de la televisió digital imposada per normativa europea. A partir del 2015, l'espai radioelèctric en què hi ha alguns canals de TV3 ha de quedar lliure perquè l'ocupa les operadores de mòbil

per a la xarxa 4G. Aquesta reordenació estava prevista des de feia dos anys.

La UGT i CCOO

La UGT i CCOO van reaccionar a l'anunci de Soria rebutjant-lo. En un comunicat, la UGT va apel·lar a les “especificitats pròpies” de Catalunya per demanar que es mantinguin els tres múltiples i va alertar que la retallada és “un altre atac al model audiovisual”. Des de CCOO es va demanar que no es faci “ni un pas enrere” però també es va responsabilitzar el govern i la direcció de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals de la situació. El Grup Barnils també va censurar la retallada. ■



XOC INSTITUCIONAL PER L'ESPAI RADIOELÈCTRIC

Indústria qualifica d'«inviabile» la proposta del Govern sobre TV-3

► El ministeri insisteix que no es tancarà cap canal tot i suprimir un múltiplex

► L'Executiu de CiU convoca els partits catalans per acordar una resposta conjunta



► Josep Martí.

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El secretari de Comunicació del Govern de la Generalitat, Josep Martí, i el secretari d'Estat de Telecomunicacions i per a la Societat de la Informació, Víctor Calvo-Sotelo, es van reunir ahir a Madrid per abordar el conflicte obert al voltant de la supressió d'un dels tres múltiplex de TDT assignats a Catalunya. Es van reunir i poca cosa més, perquè no van arribar a cap acord: el Ministeri d'Indústria considera que la proposta de l'Executiu de CiU de mantenir el sistema actual «no és tècnicament viable» i «suposaria un cost extra per als ciutadans i per a les administracions». A més a

més, reitera que aquesta modificació no implicarà la supressió de cap canal, ja que només s'hauran de moure les freqüències i les millores tecnològiques fins i tot ajudaran a augmentar l'oferta.

Si es manté la decisió del Govern, Catalunya perdrà a partir de l'1 de gener del 2015 un dels dos múltiplex que gestiona la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (la gestió del tercer està en mans privades). En un comunicat, Indústria va insistir que la mesura no la pren el Govern central de *motu proprio*, sinó que respon a una directiva europea «que obliga a la reordenació de l'espectre radioelèctric per permetre el desenvolupament de la telefonia 4G a Espanya», i

que això «permetrà mantenir l'oferta televisiva a Catalunya i fins i tot millorar-la». És més, el ministeri va aprofitar per recordar en la seva nota que «l'alliberament d'aquesta banda de freqüències [...] ja apareixia en la concessió provisional del segon canal múltiple autonòmic a Catalunya portada a terme el 2007 pel [llavors] ministre d'Indústria, Joan Clos». I va afegir que el sector ja va ser avisat d'aquesta «reducció de l'espai radioelèctric per a les televisions el mes d'agost del 2012».

MÉS QUE ALTRES AUTONOMIES // Segons Indústria, «es manté a l'entorn del 37% la proporció de la capacitat de freqüències reservada per a emissions en llengua catalana» i, a sobre, Catalunya seguirà tenint un múltiplex més que la resta d'autonomies, que es quedaran només amb un. A més a més, «Catalunya està utilitzant només una tercera part de la capacitat d'un dels seus múltiplex», va recordar l'Executiu central, que va instar la Generalitat a reorganitzar aquesta distribució.

«Malgrat que el Govern espanyol al·lega que la mesura ve imposada per la Unió Europea, en realitat és només una disfressa per emascarar un objectiu polític», va replicar el secretari de Comunicació després de la reunió, que va retreure al ministeri que ni tan sols volgués estudiar la seva proposta. L'Executiu de CiU insisteix que és tècnicament viable mantenir els tres múltiplex (cada un acull quatre canals però podria arribar a sis) i que la decisió pretén «debilitar l'oferta televisiva en català» en ple debat sobiranista. El Govern d'Artur Mas ha convocat els partits del Parlament per a una reunió dilluns que ve en què s'exposarà la situació i es mirarà de pactar una resposta conjunta. ≡

Més informació a la pàgina 60.



GENTE ■ EL AGRESOR ESTÁ PENDIENTE DEL PAGO DE UNA FIANZA DE 20.000 DÓLARES

Brad Pitt consigue una orden de arresto contra el reportero Sediuk

El hombre, ucraniano de 25 años de edad, abofeteó al actor estadounidense mientras firmaba autógrafos en el estreno de 'Maléfica', protagonizada por Angelina Jolie

AGENCIAS

La Policía de Los Ángeles ha emitido una orden de arresto contra el bromista ucraniano que abofeteó en la cara al actor Brad Pitt mientras firmaba autógrafos en el estreno de *Maléfica*, la nueva película de Disney protagonizada por su pareja, Angelina Jolie.

Pitt, de 50 años, solicitó una orden de protección urgente contra Vitalii Sediuk, de 25 años, que saltó una valla y le golpeó, según afirmó la portavoz del Departamento de Policía de Los Angeles, Wendy Reyes. La policía sólo pudo confirmar que Sediuk hizo contacto con Pitt, pero no dio otros detalles.

Sediuk, que es una personalidad televisiva en su propio país, permaneció el pasado jueves ba-

jo custodia policial, pendiente del pago de una fianza de 20.000 dólares. Pitt no sufrió heridas tras ser golpeado. El bromista se ha granjeado una mala reputación por irrumpir en los eventos de alfombra roja con famosos.

'Reincidente'

En ocasiones anteriores, Sediuk ya había protagonizado acciones similares. Así, se había abrazado a la entropierna del actor Leonardo DiCaprio en el Festival de Cine de Santa Bárbara, irrumpió en el escenario cuando la cantante Adele hacía uso de la palabra al aceptar un premio Grammy y fue abofeteado por Will Smith después de besar al actor en un estreno en Moscú. Un año antes enfureció a Madonna al entregarle un ramo de flores.



El actor Brad Pitt, después de ser abofeteado en la premiere de la película 'Maléfica'. FOTO: EFE



Cataluña deberá renunciar a cuatro canales de televisión

El Govern convoca para el lunes una cumbre con partidos

C. R. / Barcelona

Pocas novedades se consiguieron de la esperada reunión de ayer entre el secretario de Estado de Telecomunicaciones, Víctor Calvo-Sotelo, con su homólogo catalán, Jordi Martí. Cataluña deberá renunciar a uno de sus múltiplex -cuatro canales de la TDT- como consecuencia de la nueva regulación europea, que obliga a liberar espacio a las cadenas autonómicas para empezar a implantar la telefonía 4G en los hogares.

En estos momentos, Cataluña dispone de tres múltiplex: dos los gestiona la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals con TV3,

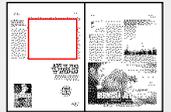
mientras que el tercero está en manos del Grupo Godó. Los dos de la cadena pública se reparten de la siguiente manera: en el primero se encuentra el canal generalista, El 33, Esport 3 y el 3/24, mientras que en el segundo se emite TV3 en Alta Definición y hay dos canales sin usar que pertenecerían al extinguido Canal 9 y al balear IB3.

Como el tercer múltiplex es propiedad de un medio de comunicación privado -Grupo Godó, con 8tv a la cabeza- la Generalitat deberá prescindir de uno de los dos múltiplex que usa TV3, una decisión que deberá hacer efectiva antes de enero de 2015.

Por ello y por el cariz «político» que denuncia la Generalitat en la decisión del Ministerio de Industria, el Govern ha convocado para el lunes una cumbre con todos los grupos parlamentarios catalanes. «Ni siquiera han querido valorar las posibilidades técnicas que harían que el cierre no fuera necesario», denunció ayer el secretario de Comunicación del Gobierno catalán, Josep Martí, tras la reunión en Madrid. De hecho, advirtió que la propuesta del Estado no responde a ningún criterio técnico, sino que entraña un objetivo político «para debilitar la oferta televisiva en catalán».



El ministro de Industria, José Manuel Soria. / EFE



El CAC despacha los insultos a C's con una simple recomendación

Un locutor de TV3 llamó «cerebros enfermos» a los miembros de esta formación

MARÍA JESÚS CAÑIZARES
BARCELONA

El Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) ha resuelto la queja presentada por Ciudadanos por los insultos recibidos en la cadena pública TV3 con un informe de cinco páginas en el que se limita a recordar a los locutores que «es responsabilidad de la persona que conduce la tertulia que los participantes tengan en todo momento un comportamiento respetuoso y que la exposición de sus ideas no sea insultante o contraria a los valores de la convivencia».

La queja que esta formación presentó hace dos meses se refiere a las declaraciones de Miquel Sellarés, editor de un diario digital y ex director de Seguridad de la Generalitat, quien habló de los «cerebros enfermos» de Ciudadanos y PP en el magazine ma-



Mejías y Rivera

I. BAUCCELLS

tinal «Els matins de TV3», que incluye noticias de actualidad y debates de opinadores. Asimismo, el tertuliano aseguró que el presidente de C's, Albert Rivera, «acostumbra a ir en bolas».

Entiende el CAC, según detalla en

su informe, que «si bien alguna de las expresiones se puede considerar molesta o poco afortunada, no se aprecia un 'animus injuriandi' que pueda suponer una vulneración del límite al ejercicio del derecho a expresar y a difundir libremente pensamientos, ideas y opiniones».

Concluye que las referencias a la formación política Ciudadanos «se enmarcan en el ejercicio del derecho constitucional a la libre expresión», si bien «la expresión cerebros enfermos considerada aisladamente es un insulto y, como tal, no se podría amparar en la libertad de expresión». La notificación del informe está firmado por el ex presidente del PP catalán, Daniel Sirera.

La portavoz de C's, Carina Mejías, ha criticado que el CAC, un organismo muy caro que se paga con los impuestos de todos los catalanes, se haya despachado «con un par de hojas» y ha anunciado que presentará una batería de preguntas en el Parlamento catalán para averiguar el coste de los informes realizados por este organismo, encargado de velar por los contenidos audiovisuales.



El Govern convoca els partits per la pèrdua d'una freqüència

Indústria diu que "no es reduiran els canals de la TDT a Catalunya"

BARCELONA / MADRID Redacció

El Govern va convocar ahir per a dilluns vinent els partits catalans després que el secretari d'Estat de Telecomunicacions, Víctor Calvo-Sotelo, comunicés a Madrid al secretari de Comunicació de l'Executiu català, Josep Martí, que el pla de reordenació de freqüències de la TDT, aplicable abans de gener del 2015, preveu la pèrdua d'un dels dos multiplex (freqüència) que actualment utilitza la televisió pública catalana. El Ministeri d'Indústria assegura que l'oferta de canals en català es mantindrà gràcies a una solució tècnica, per la qual cosa no es perdrà el canal TV3 HD, que reproduceix la programació de TV3 en alta definició.

Després de la reunió entre Calvo-Sotelo i Martí, el Ministeri d'Indústria va emetre un comunicat en què va afirmar que "no es tancarà cap canal de televisió, només es mouran de freqüència per mandat europeu per permetre el desenvolupament de la telefonia mòbil 4G. Les millores tecnològiques no només permeten mantenir l'oferta actual, incloent l'alta definició, sinó incrementar-la". El text va afegir que Catalunya continuarà tenint

el doble de freqüències que la resta de comunitats autònomes espanyoles.

La interpretació del Govern va ser molt diferent, perquè la pèrdua d'un multiplex (que equival a una freqüència) es considera com una limitació de "l'oferta televisiva en català", cosa que considera "inadmissible". "Hortrem molt greu i, per tant, farem tot el que estigui al nostre abast per fer-hi front". "Malgrat

El ministeri retalla un multiplex de la TDT per a la telefonia 4G i el Govern ho considera "inadmissible"

que el Govern espanyol al·lega que la mesura ve imposada per la UE, en realitat és només una disfressa per emascarar un objectiu polític", va manifestar Martí.

Segons Indústria, el pla de reordenació de freqüències permet que es mantingui "cap al 37% la proporció de la capacitat de freqüències reservada per a emissions en llengua catalana a

través dels canals de televisió autònoma i local".

Davant l'afirmació del Govern central que no es reduiran els canals que ara emet la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, Martí va concloure que, si finalment s'aplica el pla de reordenació, "es posaria el futur de la televisió a les potes dels cavalls". "Tot això fa molt difícil la plena normalització del català i el paper de servei públic", va assegurar.

El Govern central considera que "les millores tecnològiques en la compressió i la codificació dels senyals de televisió permeten aprofitar més bé la capacitat disponible i, per tant, mantenir el nombre de canals i millorar la qualitat de les emissions, inclosa l'alta definició, malgrat la reducció de freqüències motivada pel dividend".

La reducció de freqüències està motivada per una directiva europea, ja que una part de l'espai radioelèctric se cedirà per a la telefonia de dades 4G. Segons el ministeri, la Generalitat sabia que hi havia la necessitat d'alliberar la freqüència quan se li va concedir un segon multiplex autònom l'any 2007, pel llavors ministre d'Indústria, Joan Clos.●



Curso / Del 30 de junio al 4 de julio

La Universidad Complutense analiza los 25 años de historia de EL MUNDO

Destacados periodistas, columnistas y dibujantes debaten sobre el oficio

LUIS OTEYZA / Madrid
#PeriodismoVivo. Esta es la etiqueta o hashtag que ha definido el hacer informativo del diario EL MUNDO desde que se fundó en octubre de 1989. Periodismo de calidad, periodismo de investigación, periodismo que levanta las alfombras del poder y que utiliza las nuevas técnicas para llegar a más y mejor.

Y del 30 de junio al 4 de julio ese ADN estará presente en El Escorial, en los cursos de verano de la Universidad Complutense de Madrid, para que alumnos, futuros periodistas, profesionales y público en general sepan y aprendan las maneras y el oficio que han desempeñado y desempeñan los periodistas de este medio y de otros, de talla internacional, que también acudirán a la cita.

El periodismo de guerra será analizado por Javier Espinosa, Marc Maginedas y Ricardo García Vilanovna, que estuvieron secuestrados en Siria. El periodismo del futuro por el profesor Ramón Salaverría, director de proyectos periodísticos de la Universidad de Navarra. El oficio de escribir correrá a cargo de Antonio Lucas, Enric González, Manuel Jabois, Luis An-

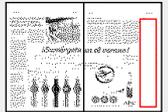
tonio de Villena y Raúl del Pozo, todos ellos columnistas de prestigio. El diseño y el mundo de las viñetas o editorialistas gráficos lo plasmarán Rodrigo Sánchez, Gallego & Rey y Ricardo Martínez.

Reporteros Sin Fronteras, el Club Internacional de Prensa, la Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles (FAPE), International Consortium of Investigative

Journalists (ICI) y el Máster de Periodismo de Investigación Datos y Visualización de la Universidad Rey Juan Carlos y la Escuela de Periodismo de Unidad Editorial serán algunas de las organizaciones periodísticas que prestarán su apoyo y análisis a los últimos 25 años del periodismo español e internacional.

El curso, *EL MUNDO: 25 años de historia*, será inaugurado por Pedro J. Ramírez, director fundador del periódico y la clausura correrá a cargo de Casimiro García-Abadillo, actual director del diario y de Antonio Fernández-Galiano, presidente de Unidad Editorial.

El doctor Antonio Rubio se encarga de la dirección académica del curso y el plazo de matriculación y becas, a través de la Universidad Complutense, ya está abierto.

JOSÉ FRANCISCO
SERRANO OCEJA

LA IGLESIA Y SUS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La Iglesia en España ha apostado por los grandes medios en un contexto de mutación de los medios de masa a la masa de los medios

El académico y profesor José Antonio Escudero, indiscutible referencia de lo que significa ser maestro en el universo académico, acaba de concluir la dirección de un proyecto de alcance, un texto de referencia sobre la historia de la Iglesia en España, particularmente centrado en la época contemporánea. En colaboración con la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación, la edición, que pronto verá la luz, cuenta con trabajos de casi un centenar de académicos, profesores y especialistas de historia de la Iglesia, teólogos, canonistas, juristas, economistas, politólogos, periodistas e historiadores del Derecho.

Uno de los capítulos de esta obra está dedicado a «La Iglesia y los Medios de Comunicación social» desde una perspectiva interdisciplinar. La narrativa maestra que la Iglesia en España ha desarrollado del fenómeno de la comunicación social, y de los medios que la articulan, ha evolucionado desde una comprensión utilitarista -instrumentos para la regeneración moral- a una comprensión cultural en la que los medios son en sí una cultura. Si bien es cierto que, sin estudios cuantitativos fiables, se sigue hablando de más de un millar de cabeceras propiedad de instituciones de Iglesia, de diversa periodicidad y calidad, la Iglesia en España ha apostado por los grandes medios en un contexto de mutación de los medios de masa a la masa de los medios. Un capítulo nada halagüeño es el de la gestión institucional de la comunicación, pero ahora no toca.

Mañana se celebra la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. Una de las preguntas que surgen con este motivo es si la clave de la relación entre Iglesia y medios no está más en la relación entre Iglesia y cultura que en la de Iglesia y política. Los medios de la Iglesia demandan un sustrato de proyectos, de ideas. La capacidad para generar un pensamiento fresco que refleje y transmita el mundo vital puede llegar a ser una asignatura pendiente. El déficit de iniciativas, y de incidencia cultural, convertiría a la Iglesia en autorreferencial, agudizaría las divisiones internas, la abocaría a personalismos y a mesianismos, y la conduciría a un estado de latencia.



Duart reclama "soluciones técnicas" para evitar el cierre de televisiones

EL PAÍS, Barcelona

El presidente del Consejo de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Brauli Duart, insistió ayer en la existencia de "soluciones técnicas" que evitarían la pérdida de uno de los tres múltiplex de TDT y la consecuente desaparición de dos canales de la televisión pública catalana. Duart anunció ante la comisión del Parlament que controla el ente que gestiona los medios de comunicación de la Generalitat, que la reordenación del espacio radioeléctrico está motivada por cuestiones políticas que se pueden superar.

"Hay espacio por debajo del canal 60 para poder ubicar el segundo multiplex de la corporación" remarcó Duart, quien recordó que el Gobierno ya ha acordado la reubicación de un canal de RTVE que estaba por encima del canal 60, evitando así que la corporación pública estatal se vea obligada a cerrarlo.

A su parecer, la aplicación de este criterio constata que "no estamos ante un problema técnico, porque si lo fuera tendría solución", a lo que añadió que la CCMA quiere mantener "íntegramente" su oferta audiovisual y no aceptará ninguna reducción del espacio radioeléctrico.

Más ingresos

Sobre la anulación del proceso de externalización de la publicidad de TV-3, Duart adujo que el replanteamiento de la decisión responde a una mejora de los ingresos durante el primer trimestre de 2014, a la eliminación de ocho canales de televisión y a la decisión del Parlament de derogar la supresión de la publicidad de Catalunya Ràdio.

Esas circunstancias hicieron replantear la decisión de seguir adelante con el proceso de externalización del departamento comercial de TV-3 y "no mantener las cosas como las habíamos planteado en el inicio", dijo Duart. A pesar de estar de acuerdo con el giro tomado por la CCMA, el representante de ERC, Sergi Sabrià, expresó su descontento ante la tardanza de esta decisión, pues "si desde el principio se hubiera pensado en soluciones a largo plazo, se habría visto que la externalización de la publicidad no aportaba nada a la corporación".

Duart también dijo que se están analizando diferentes propuestas presentadas por los trabajadores para solucionar el convenio colectivo, que está prorrogado.



APUNTE LEGO

JULIO
MIRAVALLS

Derecho al olvido

Ayer entró en vigor la sentencia del Tribunal Europeo que decreta el «derecho al olvido». Como ya es costumbre, levanta pasiones y polémicas porque se asocia con el nombre de Google, que la cumple con escrúpulos –no diré escrupulosamente– publicando un formulario para reclamar el borrado de referencias personales en sus resultados. La decisión del Tribunal se refiere a demandantes concretos y es extensible, por jurisprudencia, a todo el mundo y desde luego, a los otros buscadores. Pero sólo en el ámbito europeo.

Lo más difícil de entender es que algunos argumenten en contra, alegando la libertad de información y un empeño en «poner puertas al campo» de internet. Pero no se trata de borrar y reescribir la historia, como hacía el funcionario de la Verdad Winston Smith en 1984, corrigiendo cada día la hemeroteca del *Times*, para que las noticias de ayer se acomodasen a las mentiras de hoy. Lo publicado sigue ahí. Incluso en Google, probablemente.

Es un viejo asunto para este lego. Escribo de memoria, porque lo recuerdo personalmente: hace cuatro años me empezaron a llegar, como director de Documentación de Unidad Editorial, quejas de ciudadanos nada notorios, cuyos nombres aparecían en Google recordando en breves noticias de prensa alguna vieja historia que ahora los dejaba en mal lugar. A todos los remití al buscador. No hallaban sus referencias escarbando en el entorno específico y controlado de la hemeroteca de EL MUNDO, sino en las ubicuas [y desmesuradamente potentes para el caso] indexaciones de un tercero.

En un reciente seminario sobre seguridad, privacidad y confianza digitales, el letrado del Estado Ángel José Zamora, que trabaja para la Guardia Civil, explicó que las investigaciones y datos referidos a personas van siguiendo un proceso de «olvido», a medida que dejan de tener relevancia en las pesquisas en curso, de manera que sólo pueden ser consultadas en su base de datos progresivamente por investigadores con mayor nivel de autorización, hasta que quedan materialmente enterradas. «Las irrelevantes se borran del todo», me dijo, aunque no estoy seguro si fue una respuesta retórica. Un responsable de bases de datos no acepta jamás perder ni un solo documento. Google tampoco.

A la postre sólo las grandes hazañas y fechorías de ciertos personajes merecen quedar grabadas en piedra. El resto, venimos al mundo para ser olvidados. Es lo más natural. Amén.

Twitter: @juliomiravalls



Armengou i Belis reben el premi Planes de periodisme

«**AVI, ET TRAURE D'AQUÍ**». El documental, emès per TV3 a l'espai *Sense Ficció*, investiga en la memòria oblidada de milers de persones enterrades al Valle de los Caídos. Els seus autors, Montserrat Armengou i Ricard Belis, van rebre ahir a Manresa el Premi Josep M. Planes de periodisme d'investigació, que atorga la Fundació Independència i Progrés.

SALVADOR REDÓ





Cataluña tiene el doble de espectro que el resto de las autonomías

Industria anuncia que no reducirá los canales de televisión

S. M. MADRID.

El Ministerio de Industria ha confirmado que no reducirá el número de canales de televisión en Cataluña. De esta forma, esta comunidad autónoma continuará teniendo el doble de espacio televisivo que el resto.

Así, no se reducirá el espectro de la autonomía, que se mantendrá en torno al 37 por ciento de la proporción de la capacidad de frecuencia reservada para emisiones en catalán de los canales de televisión autonómicos y locales, pero sí que moverán su frecuencia por mandato europeo para permitir el desarrollo de la telefonía móvil 4G.

De hecho, el 20 por ciento de las frecuencias utilizadas por el servicio de televisión de la Unión Europea pasarán a ser utilizadas por los servicios móviles de cuarta generación.

En la actualidad, Cataluña dispone de tres canales múltiples de televisión autonómicos y, en un futuro cercano se prevé la existencia de dos canales múltiples digitales autonómicos, así

50

POR CIENTO

Espacio utilizado por las televisiones autonómicas y locales de Cataluña.

como otros dos locales. Cabe decir que un canal múltiple puede llegar a albergar hasta seis canales de televisión, aunque en la actualidad la autonomía catalana únicamente está utilizando el 50 por ciento de su espacio disponible.



La Escuela UAM / EL PAÍS crea un taller de periodismo de datos

EL PAÍS, Madrid

La Escuela de Periodismo UAM / EL PAÍS convoca un taller de introducción al periodismo de datos, que se celebrará del 7 al 11 de julio. La transparencia es una de las virtudes de las buenas democracias, y la tecnología la mejor aliada para que los ciudadanos tengan acceso a los datos de interés público. Sin embargo, la complejidad del uso de la herramienta y la habilidad de muchas instituciones y administraciones para dificultar el acceso a la información provocan que ésta permanezca oculta, pese a su publicación. Aprender a utilizar las bases de datos desde el punto de vista periodístico es el objetivo de este taller.

La inscripción en el curso, que se celebrará en las instalaciones de la Escuela de Periodismo UAM / EL PAÍS en horario de mañana y tarde, cuesta 350 euros. También está abierta la matrícula para el Taller de periodismo de tendencias y moda, que se celebra los días 6, 7, 13 y 14 de junio.



El grup Ramon Barnils denuncia l'agressió d'una periodista a Lleida

BARCELONA • El Grup de Periodistes Ramon Barnils ha condemnat l'agressió a una periodista de l'Agència Catalana de Notícies durant la manifestació de suport al centre social Can Vies que es va dur a terme dimecres passat al vespre a Lleida. El col·lectiu ha volgut denunciar públicament els fets perquè no és la primera vegada que succeeixen casos com aquests a les comarques lleidatanes i puntualitza que “no criminalitza” el conjunt de manifestants, sinó que distingeix entre “les actituds individuals execrables i protestes legítimes”.



18 PRESENCIA
01.06.2014

COMUNICACIÓ



Guerra d'ones

La reordenació de la TDT genera moltes incògnites, entre les quals el tancament de canals de TV3 amb què es reduirà l'oferta en català. Responem deu preguntes clau

GEMMA BUSQUETS

● Un nou embolic per als espectadors i un nou front en una guerra per les ones, una lluita que enfronta operadores de telefonia mòbil i cadenes de televisió públiques i privades i el govern espanyol, que és qui decideix sobre l'espai radioelèctric. Des de fa temps hi ha incertesa en el sector audiovisual perquè quan falten set mesos per a la data límit per culminar el procés conegut com a **dividend digital** –deixar lliures alguns canals perquè els ocupin els serveis de banda ampla que presten les empreses de telefonia mòbil– el govern espanyol no ha presentat encara un pla tècnic. En aquest context, s'hi ha d'afegir el precedent recent del tancament de nou cadenes que van desaparèixer el 6 de maig, complint així una sentència del Tribunal Suprem que anul·lava la concessió d'aquestes llicències, atorgades el juliol del 2010, perquè no s'havia convocat un concurs públic. El que és clar és que la franja de les freqüències 790-862 MHz de l'espai radioelèctric (que comprèn del **múltiplex 61 al 69**) passarà a mans de les operadores de telecomunicacions l'1 de gener i les cadenes que ocupen aquest espai hauran de migrar abans d'aquesta data. Entre les afectades hi ha TVE, els canals de TV3 i la resta de canals privats de l'Estat.

Responem deu qüestions clau amb les valoracions de dos experts: Josep Àngel Guimerà i Orts, professor de tecnologies de la informació i la comunicació a la UAB i investigador en polítiques de comunicació, i Eladio Gutiérrez, president d'Impulsa TDT (2007-2010) i actualment consultor en telecomunicacions.

❶ Quants canals deixaré de veure?

No se sap. El govern espanyol, set mesos abans de fer complir la normativa europea i "d'un pas tecnològic tan important", tal com s'exclama el professor Josep Àngel Guimerà, no ha presentat cap pla tècnic. Sobre la precipitació de tot plegat, el consultor Eladio Gutiérrez recorda que el PP s'ha escudat fins ara en l'execució de la sentència del Suprem per saber quin escenari tenien. Tot i que se sap des de fa temps que s'ha d'alliberar espai en la denominada *franja dels 800*, fa dos anys que s'està negociant políticament. A finals de juny del 2012, el Ministeri d'Indústria ja va proposar reduir un múltiplex (MUX). Dimecres, el ministre José Manuel Soria va confirmar que Catalunya perdrà un dels tres múltiplex. El mateix dia, el portaveu de la Generalitat, Francesc Homs, va anunciar una reunió amb el govern espanyol per abordar el futur dels canals de TV3. El pla tècnic del ministeri, document que s'ha de concretar en forma de reial decret, però, no explicitarà quins canals ha de tancar TV3. Com es reordena l'oferta és competència de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

❷ Es vol deixar Catalunya al mateix nivell que la resta d'autonomies?

La mesura forma part del procés recentralitzador del govern del PP? Catalunya és l'única que té tres múltiplex: dos de públics –TV3 ocupa cinc canals dels vuit disponibles– i un de privat que gestiona el Grup Godó. Per què aquesta excepcionalitat? Quan es va aprovar el pla estatal de la TDT, el 2005, es va decidir no considerar el que s'havia atorgat anteriorment: l'agost del 2003, Emissions Digitals (Grupo Go-

El dividend digital

QUÈ ÉS?

L'espai radioelèctric que es deixarà d'utilitzar per a televisió amb l'aparició de les **xarxes 4G**

RANG ACTUAL DE CANALS UHF (21-69)

TDT
(21-60)



A QUI AFECTA?

Les comunitats de veïns hauran d'adaptar les seves **antenes i resintonitzar** els receptors.

Els **habitatges unifamiliars** amb antenes no collectives només hauran de resintonitzar els receptors, cosa que no suposa cap cost econòmic addicional.

QUANT LI COSTARÀ A L'USUARI?



20-50 €

Per comunitat de veïns



Pot arribar als **2.000 €** per edifici

dó) va guanyar el concurs convocat per la Generalitat per explotar un MUX de cobertura nacional i en obert. L'expert Eladio Gutiérrez recorda que d'aquesta manera el govern espanyol, el 2005, dona dos MUX a Catalunya com també se'n planifiquen dos a "Andalusia, País Valencià...". Soria va precisar que la resta d'autonomies es quedaran amb un sol múltiplex.

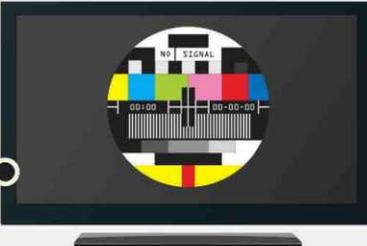
❸ Qui es queda les freqüències de l'espectre i per fer què?

L'espectre radioelèctric no és només serveis de televisió i de ràdio, també és, des de fa uns anys, telefonia mòbil. Precisament és el *boom* dels serveis que presta la telefonia mòbil el que està provocant els canvis en l'oferta televisiva. La Unió Internacional de Telecomunicacions (UIT) és la que regula l'espectre a escala mundial. L'any 2007, la UIT va decidir que per a Europa



Hi ha espai suficient per relocalitzar totes les televisions actuals?





Rang de canals que s'alliberaran

DIVIDEND DIGITAL
(61-69)



A QUÈ ES DEDICARÀ?



A LES XARXES 4G

- Més velocitat de transferència (>40Mb/s i uns 10Mb de pujada)
- NuHa **fluctuació** o més baixa i menys pèrdues.
- Connexions** més estables (fins i tot a grans velocitats)
- Xarxes mòbils **més ràpides** que les fixes.

QUAN S'IMPLANTARÀ

01/01/2015

S'adaptaran les antenes d'

1,5 milions

d'edificis a Espanya

Afectarà

25 milions

d'espectadors

la denominada *franja del 800* –on hi ha els canals de TV3– passés de ser una franja on s'hi prestava televisió a ser una franja per als serveis de telefonia mòbil. Segons explica Guimerà, “la baralla és per la franja de les millors ones, les que transmeten grans quantitats d'informació a una certa distància; un dels actors està interessat a mantenir el domini històric, les televisions, i les telecomunicacions, a ocupar-lo”. Les grans operadores de mòbil se situen, en aquest aspecte, com a subministradores de continguts televisius.

❹ Hi ha espai per recol·locar els canals de la 'franja dels 800'?

Les ones són competència exclusiva de l'Estat espanyol. L'Estatut del 2005 va reclamar la gestió de les ones per a Catalunya i el govern del PSOE i el PP s'hi van negar en rodó. “El PP s'ha escudat en el fet

que és un mandat europeu, però la UE no diu a l'Estat que tanqui canals, sinó que els serveis de tele han d'estar fora de la *franja dels 800*”, matisa el professor Guimerà. Després del tancament dels nou canals per la sentència del Suprem, s'ha alliberat espai? Hi ha prou espai per recol·locar totes les cadenes que ara estan a la *franja dels 800*? El consultor Eladio Gutiérrez fa la comparació d'un multiplex com si fos un cotxe de quatre places. “Teníem 24 places, 24 canals, i ara n'han desaparegut 9, però els cotxes hi continuen sent, amb tres passatgers alguns, amb un d'altres...”

❺ RTVE també tancarà canals?

Fa dos anys, el Ministeri d'Indústria també va assenyalar RTVE, prenent que renunciés a un dels seus dos multiplex –en el segon hi emet només el canal d'alta definició (HD)–. TV3 va ser la primera ca-

dena de tot l'Estat a emetre en alta definició i TVE també ha apostat per l'HD des dels seus inicis. Soria va confirmar dimecres que la reorganització dels canals afectarà tant el sector privat com el públic, referint-se a TVE. Amb la pèrdua dels canals HD pot semblar que l'espectador no hi perd gaire, però “a llarg termini és un problema”. No només impossibilita créixer sinó “fer una gestió diferent”, apunta Guimerà, que ho exemplifica: “Si tens els dos MUX pots decidir explotar els quatre canals en HD; com més espai tens, també tens més marge de maniobra.”

❻ És possible allotjar TV3 HD en el multiplex privat?

La possibilitat de convertir el multiplex privat en un *híbrid* demana intervenció legal, segons el professor Guimerà: “Si s'ha de canviar l'estatus jurídic d'aquest MUX explotat per Godó hi ha implicacions legals amb afectacions a interessos particulars que si no es fa bé acaben als jutjats segurs.” La concessió a Godó és fins al 2018. El consultor de telecomunicacions Eladio Gutiérrez apunta també aquesta possibilitat com una solució a considerar en el “supòsit que per raons de planificació estatal i no centrant-se únicament a Catalunya” hagués de desaparèixer el tercer MUX a Catalunya, TV3 i el govern català “podrien mirar cap al MUX de Godó”: “Normalment es pot fer meitat públic i meitat privat; ho han fet altres autonomies.” Gutiérrez també qüestiona la gestió de Godó: “No sembla que els continguts del multiplex privat responguin ni tan sols a l'esperit de la concessió.”

❼ El català en sortirà perjudicat?

“Si es tanquen canals, òbviament”, explica rotund l'investigador de la UAB Guimerà. “Sense menystenir l'oferta de les televisions locals i la quota màxima que pugui tenir 8 TV, a escala nacional és TV3 la que fa créixer entre un 20 i un 21% el consum de català”, explica Guimerà. La supremacia del castellà en l'oferta audiovisual és evident. En el segon multiplex públic de la CCMA, on hi ha el canal TV3 HD, s'havia pactat també un canal de reciprocitat amb les televisions públiques d'altres territoris de parla catalana: a Catalunya es va arribar a veure la balear IB3 i la valenciana Canal 9. Al País Valencià es va veure TV3 fins al 2011. L'objectiu era enfortir l'oferta audiovisual en català. La reciprocitat està ara en via morta d'ençà que IB3 va tallar les emissions el novembre del 2012 adduint retallada de despeses i el govern de Fabra va tancar Canal 9 el novembre passat. ➔

CRONOLOGIA

2005

El pla de TDT aprovat va adjudicar la forquilla de freqüències 830-862 MHz als canals estatals; la 750-830, als autonòmics, i la 470-750, als locals

2007

La Unió Internacional de Telecomunicacions decideix que a Europa el 4G anirà a la banda 790-862 MHz

2010

Al març culmina l'apagada analògica

Al juliol s'atorguen les llicències als 9 canals que s'han hagut de tancar aquest maig complint una sentència del Suprem.

2012

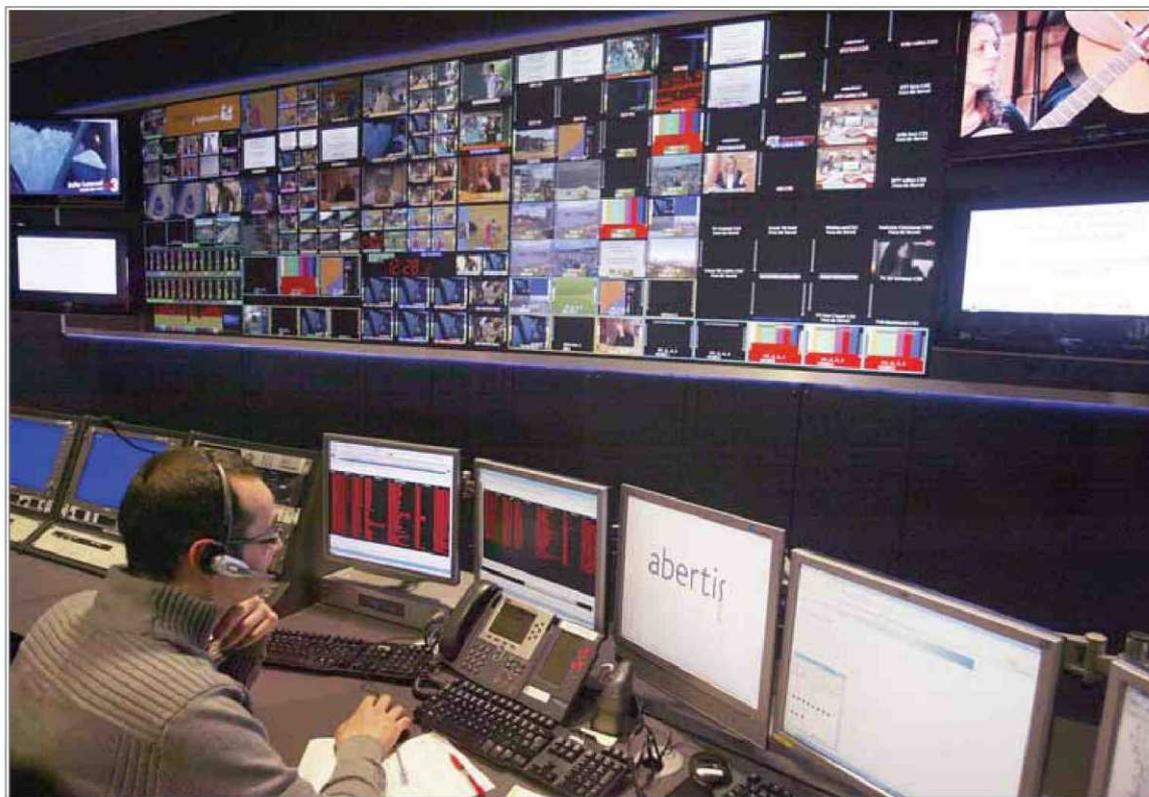
Al juny, el Ministeri d'Indústria demana reduir tres multiplex de la TDT pel dividend digital



Hi ha entre un 20 i un 21% de consum audiovisual en català; majoritàriament dels canals de TV3

20 PRESENCIA
01.06.2014

COMUNICACIÓ



Interior de la torre de Collserola el dia de l'apagada analògica, el 30 de març del 2010.
JUANMA RAMOS

➤ ⑧ Caldrà tornar a pagar?

Els ciutadans hauran d'assumir el cost del procés de la reassignació de freqüències i tornar a reanentitzar. Es calcula que és d'entre 20 i 50 euros, depenent de la zona a l'àmbit estatal i sobretot de les comunitats de veïns, ja que, a diferència de les cases, fan falta amplificadors de senyal perquè arribin a tots els pisos. El consultor de telecomunicacions Eladio Gutiérrez considera, però, que és un "cost raonable" —apunta la xifra de 15 euros per veí en una comunitat de 20 veïns—, però assenyala que és preferible "pagar per veure tots els canals amb bona qualitat". Per què s'ha de pagar, però, per aquest procés? Gutiérrez recorda que segons recollia l'article 51 de la llei de l'economia sostenible, el procés del dividend digital s'havia de finançar amb els diners que els operadors de tele-

comunicacions havien de donar per "ocupar aquestes franges; uns 1.300 milions d'euros que van entrar en una caixa comuna que es diu Hisenda per compensar el dèficit públic". Eladio Gutiérrez conclou: "Els diners han existit, però han anat al fons comú i no s'han aplicat per a la finalitat que es preveia inicialment."

⑨ Qui hi surt guanyant?

Les empreses de telecomunicacions que volen la franja dels 800 per incloure 4G, que és més ample de banda per poder oferir serveis audiovisuals. Guimerà ho rebla així: "S'estan quedant les millors franges per oferir el que ha caracteritzat les teles abans d'internet: el monopoli del servei audiovisual." L'investigador en polítiques de comunicació explica que s'inclou en la mercantilització de l'espai radioelèctric:

"Ja no interessa oferir serveis per televisió en obert, gratuïta, sinó per serveis de pagament. Les telecos estan guanyant molt i als estats, en tant que propietaris de l'espai radioelèctric i com a gestors i beneficiaris de l'explotació d'aquest espai, els interessen els milions que els paguen les telecos." I en aquest sentit recorda que, com a país, potser s'hauria de replantejar tenir un operador de telecomunicacions català.

⑩ Hi ha hagut un problema de planificació en les polítiques comunicatives?

Guimerà explica que el problema és que el procés l'han conduït dos governs: primer CiU, amb David Madí com a secretari de Comunicació i que apostava per 2 MUX, un de públic i un de privat, i després els tripartits, "amb un altre punt de vista".



Hi ha una mercantilització de l'espai radioelèctric: ja no interessa oferir televisió en obert, sinó de pagament

Glossari

MUX. Abreviatura de canal múltiple digital. Els experts ho comparen amb un "cotxe de quatre places". Permet encabir-hi quatre canals de televisió.

4G. És la telefonia mòbil de quarta generació. A Finlàndia ja es preparen per al 5G.

Dividend digital. És el procés actual. Consisteix a deixar lliures alguns dels canals en què ara s'emet la TDT, perquè puguin ser utilitzats pels nous serveis de banda ampla, principalment telefonia mòbil a través de la quarta generació (4G). La data límit és l'1 de gener del 2015.

Espectre radioelèctric. És el conjunt d'ones electromagnètiques amb freqüències compreses entre 3 Hz i 3.000 GHz. Tots els sistemes de telecomunicació utilitzen senyals elèctrics per al transport de la informació.

790-862 Mhz Aquesta banda de

l'espectre té un gran potencial per al subministrament de serveis mòbils. És on hi ha la millor propagació i penetració.

UIT. Unió Internacional de Telecomunicacions. En la conferència del 2007 va decidir que a Europa el 4G aniria a la banda 790-862 MHz.



IÑAKI GABILONDO / periodista

“El periodismo está hoy metido en una ratonera financiera”

El hombre más influyente de la radio española durante más de una década, Iñaki Gabilondo es hoy un profesional en la retaguardia, que dispara sus reflexiones desde su videoblog y que pide calma para ver las cosas con perspectiva. El pasado jueves acudió a Lleida para dirigir un programa conmemorativo de los 80 años de la Cadena Ser en la ciudad y dejó un puñado de reflexiones sobre unos tiempos inciertos pero no inmutables.

LLEIDA

ÓSCAR FORRADELLAS

Cuando empezó esta crisis, usted llamó a la ciudadanía a reaccionar en una serie de charlas que compartió con el fallecido José Luis Sampedro. ¿Cree que hemos reaccionado o que, simplemente, nos hemos acostumbrado?

Están pasando todas las cosas a la vez. En los ciclos históricos nada pasa en un sólo momento: desde que le cortaron la cabeza a Luis XVI hasta que acabó la monarquía francesa pasaron 80 años. Desde el 15-M a Podemos, todo son manifestaciones de las convulsiones sociales que señalan un hartazgo insuperable. Hay una realidad dominante, pero con puñetazos que dicen esto no puede seguir así.

Durante los últimos meses han cambiado los directores de El País, de El Mundo y La Vanguardia. ¿Es algo casual o hay algún movimiento de fondo en la profesión?

Probablemente hay mucha casualidad, porque cada cabecera tiene distintas circunstancias, pero sí se han puesto de manifiesto las dificultades de los medios de comunicación, muy vulnerables frente a los poderes económicos. Siempre ha sido así, pero ahora mismo un porcentaje altísimo de la energía se concentra en la supervivencia financiera. El periodismo está atropellado por sus problemas económicos. Yo no sé si a Pedro J le echó la presión política —como él dice— o no, pero lo que está claro es que la crisis que sufría el periódico le colocaba en una situación de debilidad frente a otros. El periodismo escrito está metido en una difícilísima ratonera.

Recientemente se ha anunciado la compra de Digital Plus por parte de Telefónica, en el capítulo final de aquello que se llamó en su día “La guerra del fútbol”. ¿Por qué algo que ocupó en su día páginas y páginas hoy se ha quedado en un texto al pie?

Todo el mundo ha interiorizado la situación en la que vivimos, las circunstancias económicas. Sogecable

“Nos pasamos el día contando lectores y oyentes y hace tiempo que no nos preguntamos qué tenemos que contar”

se vende a Telefónica no como consecuencia de un debate ideológico sobre nada, sino porque una organización que tiene una deuda potentísima está obligada a liquidar activos y a vender cosas. Mires donde mires, es la batalla por la supervivencia. La gente está haciendo lo que puede, esta es la verdad.

¿El miedo al despido de los profesionales está afectando al derecho a la información de los ciudadanos? ¿El periodista deja de ejercer su profesión con los estándares que le gustaría para mantener su situación personal?

Me limito a decir lo que he dicho hace ya años: el paro es el mayor



SELENA GARCÍA

enemigo de la libertad de expresión que yo he conocido. Cuando el paro amenaza como está amenazando, todos los seres humanos tienden a colocarse en las situaciones más prudentes. Hace mucho que no nos preguntamos qué tenemos que contar, porque nos pasamos el día contando: lectores, oyentes...

¿Se nos ha caído la venda de los ojos respecto a grandes conceptos como democracia, libertad o partidos políticos?

Se los ha bajado del altar, y está bien, porque necesitan ser revitalizados. La política es la única herramienta que el ser humano tiene para transformar la realidad: es como la bomba atómica. Ahora hemos de-

cidido que la política es una mierda (y no es una mierda), que los partidos son una mierda (y no lo son), pero se les ha bajado de una posición entronizada y eso está bien. Si hemos descubierto que hay poderes por encima de la política, la reacción lógica sería hacer una piña para convertirnos a nosotros —la política y la sociedad— como más fuertes. Llegará un momento en que la gente llegue a la conclusión de que tiene que reconstruir la política, porque la necesita.

¿Hay riesgo de caer en el cinismo? En su día, Kapuscinski decía aquello de que “los cínicos no sirven para este oficio”, pero hoy parece todo lo contrario.



“Hemos decidido que la política y los partidos son una mierda, pero nos van a hacer falta”

Estamos hablando de un momento concreto, que esté pasando no quiere decir que vaya a pasar siempre. Una de las cosas que más les ha llamado la atención a los estudiantes cuando he ido a hablar a la Universidad es que lo que está pasando, también está “pasando”. ¿Y que es lo que viene detrás? Lo que viene detrás no está escrito, depende de las decisiones de los hombres.

¿Qué opinas del efecto sorpresa de Podemos en las últimas elecciones? ¿Qué papel ha tenido la presencia mediática como tertuliano de su cabeza de lista Pablo Iglesias?

Lo de Podemos no es una mala noticia: primero es un grito de “esto no hay Dios que lo aguante”, y segundo quiere que la política se transforme. Una de las cosas que le va a pasar a su líder es que no va a disfrutar de la cobertura mediática que ha tenido en la Sexta, en Cuatro, etc., porque ahora se van a oponer todos los demás. Eso no le va a impedir tener un buen contacto con los más jóvenes a través de las redes sociales, pero le ha votado mucha gente adulta que le ha seguido a través de la televisión.

Hoy entrevista al alcalde de Lleida, Àngel Ros, uno de los pocos socialistas a los que les salen las cuentas en las encuestas en Catalunya de cara a las próximas municipales. ¿Qué le ha pasado al PSC y cómo ve el proceso soberanista?

El catalanismo, que tenía un porcentaje de catalanistas ‘x’, ha pasado a tener un porcentaje siete veces ‘x’. Al PSC este discurso le ha arrollado, porque no se ha colocado en ningún sitio, se ha quedado en tierra de nadie.

¿Vamos definitivamente a un cboque de trenes?

Yo tengo mucho miedo, creo que vamos a sufrir mucho. Para mí el problema de Catalunya no se resuelve si no se resuelve el problema de España: o España se mira a sí misma de otra manera o Catalunya no podrá ser nunca... No existe una fórmula para que en la actual estructura de España se pueda llegar a un acuerdo. Quizá en un diseño distinto. Tú no puedes hacer un pacto hoy con Catalunya que no ponga patas arriba todo el Estado de las autonomías. Esto fue una invención, quizá la más fructífera en la guerra entre lo centrífugo y lo centrífugo, pero no es un dogma de fe. Eso sí, podemos tener otra invención. Nos enfrentamos a una situación —no soy adivino— en la que huelo dolor y problemas.



Literatura / Festejo

EL MUNDO celebra 25 años de amor a las letras

La tradicional Fiesta del Libro de este periódico marca, como cada primavera, el comienzo de la Feria de Madrid

ÁNGEL VIVAS / Madrid
Primer fin de semana, primera fase de la Feria del Libro. El tiempo acompaña y el mejor plan es una fiesta con la gente del gremio, con los que, en las dos próximas semanas, protagonizarán las ventas. Muchos de ellos acudieron a la tradicional convocatoria de EL MUNDO, que este año tiene el aliciente de festejar nuestro 25º aniversario.

Entre la sala de retratos de escritores y el jardincillo exterior se repartieron los corrillos y las conversaciones, los encuentros (y reencuentros, que, entre la crisis y la edad, todos salimos menos de noche y nos vemos menos) y las copas; hablando, sobre todo, de libros, que es decir de todo, porque todo está en los libros. Incluso el fútbol, en año de Mundial, está en los libros.

La gente llegaba en un goteo constante. Raúl Rivero, como de la casa, estaba desde primera hora. *Madrugador* fue también Luis Antonio de Villena, que tiene tres novedades estos días: las recuperaciones de su primer poemario, *Sublime solarium*, y de su estudio sobre el gran Caravaggio; además, una recopilación de sus artículos sobre pintura, *Los placeres del arte*. Irene Gracia, fiel a esta cita, acudió por una vez sin su marido, Jesús Ferrero, que estaba de promoción de su reciente *Doctor Zibelius*, Premio Logroño de Novela. Si estaba su editor, Miguel Ángel Matellanes de Algaída.

Estaba María España, viuda de Francisco Umbral, Eduardo Martínez Rico, biógrafo del escritor, y la directora de la Biblioteca Francisco Umbral de Majadahonda. Y con ellos, Bernardino Hernando, que lleva unos años ocupándose de otra biblioteca importante, la de la Asociación de la Prensa de Madrid.

Si María España mantiene viva la memoria y la obra de Umbral, algo parecido hace Borja Martínez con la de su tío José Luis Gutiérrez, también ligado a esta casa. Borja mantiene enhiesta la revista *Leer*, cercana ya a cumplir los 30 años, y 16 desde que la retomara y reflatara Guti. Otro editor esforzado es Javier Santillán, también de cumpleaños (10) con Gadir. Lo celebra con una colección de bolsillo con títulos de Eça de Queirós, Dickens, Wilde, Da Vinci... y continúa su colección de clásicos ilustrados: Dostoievski, Flaubert, Stendhal, Goethe...

Mucho más veterana es Alianza, cuya editora Valeria Ciompi honró la cita. Alianza está sacando estos días la obra de Ortega y Gasset en accesibles volúmenes de bolsillo. Máximo Pradera, hijo de quien fuera gran editor de Alianza, estaba tam-

bién en la sede de EL MUNDO. Pradera anuncia en Ediciones B *Madrid Confidencial*, poco complaciente visión de los años de gobierno popular en la ciudad. Su editora, Carmen Romero, nos anunció otras novedades importantes, como *La última noche en Tremore Beach*, del bilbaino Miguel Santiago. O como un libro sobre el Atlético de Madrid a cargo de Miguel Mora. El Atlético, qué duda cabe, da juego futbolístico y literario. El libro de Miguel Mora se sumará a los de dos rubenes: nuestro Rubén Amón en *La Esfera de los Libros*, y Rubén Uría en *Pamies*.

Y mientras los atléticos nos acordamos de Víctor Jara (por aquello de «la vida es eterna en cinco minutos»), el madrídista Eduardo Mendicutti se relamía todavía ayer por esa eternidad concentrada.

La fiesta, ya lo hemos dicho, daba para todo. Para colegas de tertulia televisiva como el socialista Antonio Miguel Carmona y Marta Rivera de

del visionario William Blake o de filósofos intempestivos y excéntricos en el mejor y literal sentido de la palabra, como el astrofísico Juan Arnau (*Manual de filosofía portátil*) o el inclasificable Leonardo de Jandra (*Filosofía para desencantados*). Había editores jóvenes, como Diana Zaforteza, los chicos de Sexto Piso y los de Libros del KO y otros profesionales clásicos como Nicole y Mario Muchnik. Carmen Fernández de Blas, de Martínez Roca, Ymelda Navajo, de La Esfera de los Libros, Nahir Gutiérrez de Seix Barral, Luis Solano de Libros del Asteroide, Sigrid Kraus y Anick Laporte, de Salamandra, David Villanueva de Demipage y Laura Merle, de la agencia literaria ACER.

Estaba Ricardo Artola, cuya síntesis sobre *La Primera Guerra Mundial* será una oportuna lectura en este año conmemorativo. Y Nieves Herrero, que ha dado con la tecla en *Lo que escondían sus ojos*, relato de los amores de Sonsoles de Icaza, marquesa de Llanzol, y el *cuñadísimo* Serrano Suárez (ya saben el chiste: «¿Dónde va la marquesa de Llanzol?»; «Subiendo por Serrano»), cuyo fruto fue Carmen Díez de Rivera.

Y con ellos Rosa Montero, siempre colega, Germán Sánchez Espeso, Paloma Segrelles, Pedro Sorela, Martín Casariego, Fernando Sánchez Drago, Lorenzo Silva con su pareja y socia Noemí Trujillo, Ignacio Amestoy, Fanny Rubio, Natíel Preciado, el crítico José Antonio Gurpegui, Juana Vázquez, Norma Sturmiolo, Eduard Estivill; Marcos chico, nuestro premio Loewe, Antonio Lucas, Pedro Miguel Lamet, Javier Puebla, María Irazusta, autora de *Las 101 cagadas del español* (ya en su segunda edición), Antonio Cabanas, Santiago González, Natalia Escalada, David Gistau, Amparo Serrano de Haro, Juan Antonio Hormigón, Jaime Royo-Vilanova, Esperanza D'Ors, Manuel Juliá, Rocio Martínez, de la UNED... Y, por supuesto, recibiendo a todos, el director de EL MUNDO, Casimiro García-Abadillo, la directora de *El Cultural*, Blanca Berasátegui, y nuestros dos grandes clásicos: Raúl del Pozo y Carmen Rigalt.

► Esta Fiesta de las Letras se ha celebrado gracias a la colaboración de marcas de excelencia que han aportado de forma muy generosa sus productos: cervezas Damm, ginebra Tanqueray del grupo Diageo, tónica Schweppes, vinos de Bodegas Torres, el jamón de Carrasco-Grijuelo y el catering Six-Sens, a los que agradecemos su patrocinio.



Lorenzo Silva, la editora Noemí Trujillo y Casimiro Gª-Abadillo. / S. G. VALERO

Escritores atléticos y madridistas debatían la eternidad que cabe en 5 minutos

Mario y Nicole Muchnik hicieron de venerados decanos de la fiesta

Casimiro García-Abadillo debutó como anfitrión junto a Blanca Berasátegui

la Cruz, veterana asistente que confesaba lo encantada que está con sus compañeros televisivos. Y para mucha gente del cine: Fernando Méndez-Leite, Fiorella Faltoyano, que tiene en la feria libro de memorias, *Aprobé en septiembre* (¿pillan la referencia?), Fernando Lara, el crítico de toda la vida, al que alguna vez confundieron con el fallecido editor homónimo que da nombre al premio literario; Felipe Vega, Patricia Ferreira, Antonio Saura, Julia Montejo, Ruth Gabriel.

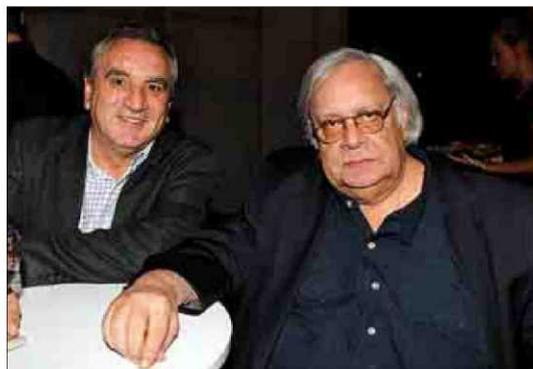
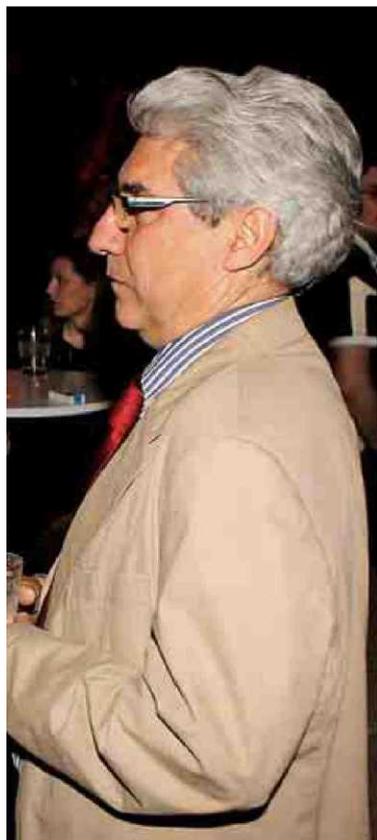
Vinieron, como otras veces Jacobo Siruela e Inka Martí. Su editorial Atalanta sigue dando libros excelentes, como la magnífica edición en dos tomos de los *Libros proféticos*



Rosa Montero y Mario Muchnik.



Fernando Méndez-Leite y Fiorella Faltoyano.



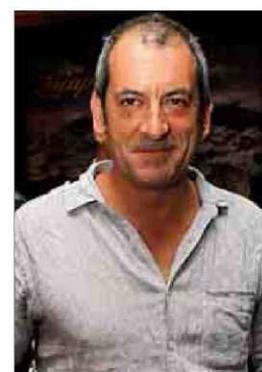
José Antonio Gurpegui y Raúl Rivero.



Carmen Rigalt, Raúl del Pozo y Fanny Rubio.



Antonio Saura, Martín Casariego, Alberto Lucchini, Ruth Gabriel y Eduardo Mendicutti.



David Villanueva.



Santiago González y David Gistau.



Diana Zaforteza e Inka Martí.



María Irazusta y Rodrigo Sánchez.



María España.



Sigrid Kraus y Annick Laporte.



Nieves Herrero, Luis Antonio de Villena, Fdo. Schez, Dragó, Casimiro G²-Abadillo, Ignacio Amestoy, Ymelda Navajo y Jacobo Siruela.



Raimon Masllorens

PRESIDENT DE PROA (PRODUCTORS AUDIOVISUALS FEDERATS DE CATALUNYA)

Sumar Director i productor de cinema i televisió, Raimon Masllorens és des del 15 d'abril president de Proa, la patronal dels productors audiovisuals catalans. El seu èmfasi: la cohesió del sector i millorar-ne les vies de finançament

“TV3 està deixant de ser el motor de la indústria audiovisual”

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Les retallades de TV3 han posat en alerta Proa, la federació de productors catalana, que reclama que es compleixi l'obligatorietat, marcada per llei, de destinar el 6% de tots els seus ingressos a la producció independent.

Quin és l'estat de les relacions entre l'audiovisual català i TV3?

Fa tres anys, l'any 2011, hi havia signat un conveni de 19,5 milions d'euros per al cinema, els documentals, l'animació i les *TV movies*. Amb això funcionàvem bé. Però des de fa dos anys no s'està signant aquest conveni i el 2013 la inversió ha sigut de només 5,5 milions. I, d'altra banda, hi ha la despesa en programes i sèries: fa tres anys pujava a 60 milions d'euros, però l'any passat només va ser de 30 milions.

Quines conseqüències té aquesta frenada en sec?

El sector dona feina a 10.000 persones, però ara trobem que moltes empreses estan tancant. De coproduccions quasi no se'n fan. I de programes se'ns ha reduït el benefici industrial a la meitat: per fer el mateix programa, cada any et donen menys diners. Treballem quasi per donar inèrcia a les empreses. Fa tres anys hi havia el doble d'associats a Proa. Havíem passat de 200, però ara estem sobre els 105.

Aquest any, a més, la Corporació haurà d'estalviar 7,5 milions addicionals, en no haver pogut tancar la negociació amb els treballadors pels salaris.

El cost d'aquest ajornament sortirà de les coproduccions i dels continguts. Per això decidim donar una veu d'alarma i dir prou. Però sense anar en contra de ningú, això és molt important per a nosaltres. TV3 és una de les millors televisions públiques d'Europa. Ho dic sense embuts. I defenso que nosaltres, els productors, som una part important d'aquesta televisió: també hem guanyat premis, hem portat formats a fora, nodrim la graella... Però ens trobem que TV3 està deixant de ser el motor de la indústria audiovisual catalana. Cal fer alguna cosa: estem en una situació límit.

Què demanen?

Pactar. Si defensem els nostres interessos és perquè estem morint d'inanició. Nosaltres ens sentim molt TV3. També és la nostra. Hi ha qui té ganes de dividir entre “nosaltres” i “ells” i això ens fa una mica de ràbia. Quan es clami per “salvar la televisió pública”, pensem també en les 10.000 persones que són a fora, no només en les 2.000 de dins. No són només diners, que també. El que creiem és que s'ha de canviar el model de televisió pública.

Cap a quin model?

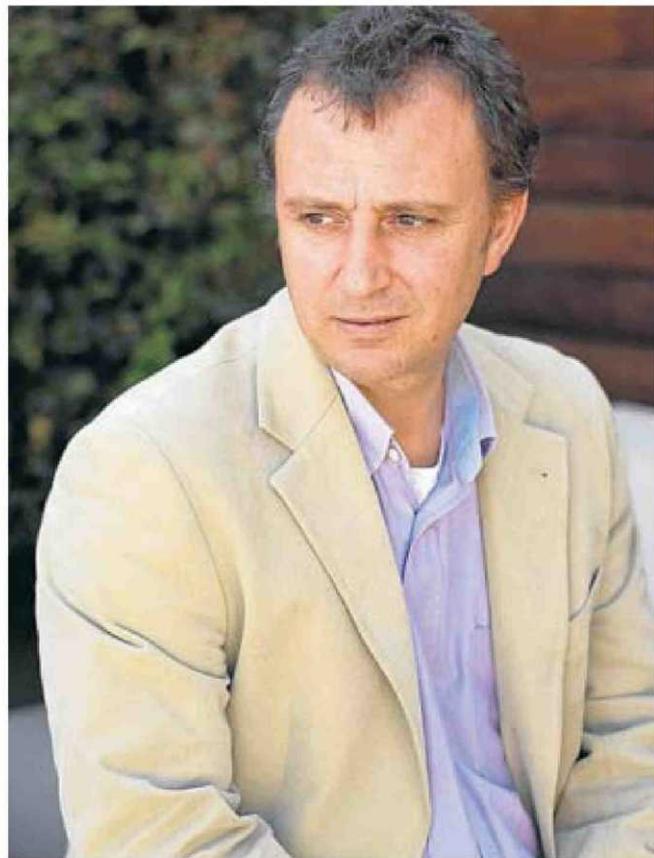
Això ho decidirà qui té el càrrec per fer-ho. Però tothom està d'acord que si avui es posés en marxa TV3 no es faria com el que es té ara. Ja entenem que no es pot canviar en un mes: però volem participar d'aquests canvis i opinar. I que quan es prenguin les decisions es posi al centre el ciutadà, que és qui la mira i li dona sentit. Perquè aquests canvis que calen la indústria ja els hem fet. Hem hagut de dimensionar les empreses. Això els que tenim la sort de seguir vius.



Alerta
“Si defensem els nostres interessos és perquè estem morint d'inanició”

Queixa
“Per fer el mateix programa, cada any et donen menys diners”

Vincle
“Els productors ens sentim molt TV3. També és la nostra”



PERE TORDERA

¿Aquests diners han de sortir del que es dedica a personal?

No ens toca dir-ho a nosaltres, d'on han de sortir. Potser s'estan comprant coses que ara no toca. Penso en el cinema americà: primers s'ha de donar suport a la producció del país. O drets esportius que ja estan en castellà en altres canals. Potser ara s'haurien de prioritzar altres coses.

Les privades estatals també estan obligades a finançar els productors. Compleixen amb Catalunya?

Quan van donar les dues últimes llicències privades, ja vam demanar que una vingués a Barcelona. Teòricament no passa res perquè totes les televisions siguin a Madrid, però la proximitat, al final, té un pes. I això que els productors estem acostumats a treballar a l'AVE, la nostra segona casa.

En tot cas, quin pes té l'aportació televisiva sobre el total del negoci?

Quantificar és difícil. I, a més, nosaltres no pretenem viure de TV3: no pot ser que la Corporació hagi de donar feina a 200 empreses. Però aquests diners del conveni sempre són el primer pas per poder aixecar un coproducció. Perquè sempre has de trobar altres socis, a França o on sigui. I, quan vas a un altre país, la

primera pregunta que et fan sempre és: “¿I tu ja tens lligat el teu propi país?” I és veritat. Per què hi hauria d'invertir un francès si no hi ha invertit la teva televisió?

L'audiovisual català és exportable?

I tant. Els catalans, per definició, viatgem i no ens espanta anar a fora a vendre el peix. Però ens segueixen faltant recursos. Per a nosaltres són importants els ajuts a projectes: per anar a vendre cal algú que te'l redacti, que en faci el *packaging*, que te'l tradueixi a l'anglès. I cal pagar viatges, perquè mai n'és un de sol...

¿La versió americana de Polseres vermelles és un bolet aïllat o una via sistematitzable?

És una nova via claríssima. Cada vegada el món és més petit i això ens pot passar més. Però perquè passi més també hem de produir més.

¿Existeix la marca Catalunya en l'audiovisual?

Sí. En el món del documental som el referent del sud d'Europa, inqüestionablement. Molt més que Madrid, més que França o Itàlia. Barcelona és un centre en el món de l'animació i també una gran indústria. I en el món dels formats televisius també. —



ÀSIA

La Xina intenta silenciar el 25è aniversari de Tiananmen

El govern desplega una ofensiva de gran abast contra tot senyal de dissidència



ANDREW JACOBS
THE NEW YORK TIMES

PEQUÍN

El govern de la Xina està prenent mesures especialment dràstiques davant la celebració aquest 4 de juny del 25è aniversari de la brutal repressió contra les protestes estudiantils del 1989 a la plaça de Tiananmen. La severitat de les mesures supera fins i tot els estàndards que, de manera rutinària, marquen les dates políticament sensibles al país.

Els dies previs al 4 de juny es produeixen sovint arrestos domiciliaris de crítics amb el govern i la censura de qualsevol referència als fets, ni que sigui codificada, a internet.

Però, aquest any, el 25è aniversari de la matança que va convulsionar el país i que gairebé va trencar el Partit Comunista, tant elsensors com les forces de seguretat han iniciat una campanya agressiva de "manteniment de l'estabilitat" que ha enviat un missatge d'avertència dirigit a activistes, intel·lectuals liberals i periodistes estrangers.

En les últimes setmanes una dotzena d'acadèmics i activistes han sigut arrestats o detinguts, i fins i tot gestos aparentment inofensius, com penjar un *selfie* a la plaça de Tiananmen fent la V de victòria, han provocat detencions.

La policia ha advertit els periodistes occidentals de mantenir-se allunyats de la plaça en els pròxims dies sota l'amenaça d'"afrontar greus conseqüències", segons el testimoni de diversos periodistes que han tingut reunions amb oficials de seguretat públics. Amnistia Internacional ha fet una llista de mig centenar de persones de tot el país que haurien estat empresonades, interrogades o posades sota arrest domiciliari.

"Diuen que a Pequín és primavera, però sembla hivern", explica Hu Jia, un activista contra la sida i un dissident veterà que s'ha passat els últims tres mesos tancat per la força al seu apartament.

La creixent llista dels perseguits per l'aparell de seguretat xinès inclou un grup de defensors dels drets dels homosexuals concentrats en un hotel de Pequín; alguns budistes que van ser arrestats mentre meditaven a la ciutat de Wuhan, al centre de la Xina, i un exsoldat convertit en artista que va muntar una *performance* a l'estudi d'un amic inspirant-se en els esforços del govern per imposar l'amnèsia a tota la nació.

Acabar amb l'oposició

"La resposta ha estat més dura i més intensa del que havíem vist mai", assegura Maya Wang, un investigador de Human Rights Watch (HRW) a Hong Kong. Pels analistes polítics i defensors dels drets humans, aquesta campanya és una evidència que el president Xi Jinping, després de quinze mesos al càrrec, està convençut d'acabar amb la dissidència.



La plaça de Tiananmen està sota una forta vigilància policial quan falten pocs dies per al 25è aniversari de la matança d'estudiants en les protestes del 1989. AFP

Activistes
Les severes mesures del govern sorprenen els opositors més veterans

Estratègia
Els analistes creuen que Xi Jinping vol consolidar el seu poder amb repressió

I ho fa amb l'assalt ideològic contra les idees liberals que molts veuen com a part d'una ofensiva de gran abast per consolidar el seu poder. "Fins ara em considerava agnòstic respecte a Xi, però els últims fets semblen indicar que li agradaria ser, si pogués, un home dur a l'estil de Mao", comenta Perry Link, un expert en la Xina de la Universitat de Califòrnia.

Tot i que la línia vermella sobre el discurs públic acceptable pel règim sovint es desplaça segons la temporada i els capricis dels poderosos, alguns observadors veterans de l'actualitat xinesa creuen que els canvis en l'estratègia fins i tot han agafat per sorpresa els dissidents amb més trajectòria.

Un fet que ho evidencia és la resposta contundent del règim contra un seminari que es va celebrar a principis de maig en una casa particular, i on més d'una dotzena de

persones es van reunir per discutir al voltant dels fets del 1989. Posteriorment, els participants, inclòent-hi familiars dels que van morir a Tiananmen, van ser interrogats per la policia.

Però, a diferència del que va passar en una cita semblant el 2009, que va ser més gran, en aquesta ocasió van ser arrestats cinc dels assistents. Entre els detinguts hi ha Hao Jian, professor de l'Acadèmia de Cinema de Pequín; Xu Youyu, professor de filosofia de l'Acadèmia Xinesa de Ciències Socials, i Pu Zhiqiang, un advocat carismàtic. Tots afronten ara càrrecs "d'alteració de l'ordre públic".

Des d'aleshores la policia ha fet repetits registres al despatx i al domicili de Pu, i s'ha emportat ordinadors, documents financers i un DVD d'un documental sobre l'artista dissident Ai Weiwei, que va ser client de l'advocat. —



La creatividad, una cuestión de Estado

Los representantes del sector remarcan en el Congreso el valor estratégico de la industria

LAURA DELLE FEMMINE

El IVA, la piratería o los recortes son algunos de los muchos temas que se debatieron en la jornada parlamentaria dedicada al valor estratégico de las industrias creativas, organizada por el Observatorio Internacional de la Propiedad Intelectual (OIPI) —con la colaboración de la Comisión de Economía y Competitividad— y celebrada el pasado jueves en el Congreso de los Diputados. El mensaje lanzado, sin embargo, solo fue uno: elevar el debate acerca de la creatividad y la defensa de los derechos de propiedad intelectual a una cuestión de Estado.

La reivindicación fue respaldada por el sólido colchón de los números. Estela Artacho, representante del Observatorio y presidenta de Fedicine —asociación que reúne a los distribuidores cinematográficos españoles—, recordó que la industria creati-

va es un sector clave para la economía nacional y la marca España, al representar el 3,6% del PIB y al haber atraído a más de ocho millones de turistas en 2012. “Pese a ello, no se considera como un factor para la recuperación”, remachó.

El acento sobre el potencial enorme que se está derrochando fue el *leitmotiv* de la casi totalidad de los ponentes. Los invitados relacionaron su discurso de denuncia con la inminente modificación de la ley de propiedad intelectual —acusada de no ofrecer el suficiente amparo al sector—, promulgada en 1996 y ahora en pleno proceso enmienda.

Luis Berenguer, miembro de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (OAMI) de la Unión Europea, desglosó que entre 2008 y 2010 las industrias intensivas en propiedad intelectual generaron el 39% del PIB comunitario y uno de cada tres puestos

de trabajo. Datos parecidos los presentó Michelle Woods, de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI): las actividades intensivas en propiedad intelectual son los artífices del 5,2% del PIB mundial y generan el 5,5% del empleo, según un estudio realizado en 40 países.

La actividad ligada a la propiedad intelectual genera el 39% del PIB de la UE

Cada actividad, sin embargo, representa un micromundo. Las industrias que más sufren son los negocios en transición, como las editoriales y las empresas discográficas, en constante lucha para reinventarse. Mientras Rosalina Díaz, vicepresidenta de la Fe-

deración de Gremios de Editores de España, exaltaba las oportunidades brindadas por el sector español del libro, “el cuarto en la clasificación mundial”, José Gabriel González, director de la Asociación de Editores de Diarios de España (AEDE), arremetía contra el reciente informe de Competencia que pide que la *tasa Google* sea eliminada de la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual. “Nos cogen los contenidos y los usan impunemente. Lo peor es que sabemos quien es: un gigante que en Europa está siendo vigilado por abuso de posición dominante”, denunció.

Pero, por otro lado, florecen los negocios de convergencia, en particular las plataformas digitales como YouTube, que parecen haber tomado el camino correcto ante los nuevos tiempos. Leonardo Nascimento, director digital de Deezer España, explicó que la crisis se puede convertir en una

oportunidad. “Hace falta educar a los consumidores y la misma industria, que debe apostar por nuevas soluciones”, sugirió.

Concordes o discrepantes, todos los ponentes fueron fagocitados en un mismo universo al que falta consistencia. Porque el verdadero problema es que “la creatividad es difícil de definir por su intangibilidad”, resumió el actor Emilio Gutiérrez Caba, quien explicó que la confusión entre valor y precio ha decretado una situación “retrógrada y vergonzosa”, que solo puede condenar a un “empobrecimiento” social.

Por los viejos y los nuevos, el presidente del OIPI y director de propiedad intelectual del Grupo Prisa, José Manuel Bravo, cerró el encuentro reiterando un mayor compromiso contra la lucha a la piratería, que puede realizarse solo “incluyendo la propiedad intelectual como valor estratégico en la agenda política”. ■



Jornada parlamentaria organizada por el Observatorio Internacional de Propiedad Intelectual sobre el valor estratégico de las industrias creativas. / ÁLVARO GARCÍA



EL BESO
(1930-1936)
Archivo
Arissa.
Fundación
Telefónica.



TRES EN
ESCALERA
(1930-1936)
Archivo
Arissa.
Fundación
Telefónica.

Del fotógrafo solo se conservaban algunos tirajes: “La muestra completa parte de su producción que no sobrevivió al paso del tiempo con 125 nuevas imágenes realizadas a partir de los negativos originales”, explican los curadores Rafael Levenfeld y Valentín Vallhonrat. “Recorremos la obra de Arissa desde sus inicios hasta el comienzo de la Guerra Civil y su recuperación resulta indispensable para completar la visión de uno de los períodos fotográficos más fructíferos del siglo XX”, señalan.

El título *Arissa. La sombra y el fotógrafo (1922-1936)* tiene su porqué: “El uso de este componente en la composición es central en Arissa. En muchas fotografías, las sombras son el propio tema. Metafóricamente lo empleamos para referirnos a la penumbra en la que permanecen importantes autores de su generación”.

Los años 20,

cuando el artista comienza a fotografiar, están marcados en nuestro país por un pictorialismo que solamente tenía como contrapunto la fotografía documental. Sin embargo, con la llegada de los años 30, “corrientes internacionales como la Nueva Visión son adoptadas por un círculo muy selecto de creadores, sobre todo en Cataluña. En muy poco tiempo, Arissa encabezará este movimiento renovador”.

El barcelonés se inició en la fotografía como afición mientras trabaja en la imprenta de su padre. De las primeras imágenes, evoluciona rápidamente hacia, como explica Vallhonrat, “una fotografía directa de marcados componentes costumbristas. A mediados de los años 20 incorpora temáticas que se acercan a lo literario, lo onírico y al propio documental; y los años 30 suponen un claro posicionamiento dentro de las vanguardias internacionales”.

En un momento determinado, el artista de la sombra deja de fotografiar. “No explicó su silencio artístico después de la Guerra Civil. Pero tenemos que imaginar la España de los años 40 y su vacío cultural. Es lógico pensar en que desistiera de intentar seguir trabajando donde no existían tribunas para la difusión de su obra. Muchas de sus fotografías de esos años cayeron en el olvido. El proceso de recuperación de su figura, que esta exposición afronta, es una forma de proyectar luz donde nunca debió haber sombra”, concluye Levenfeld. ◀

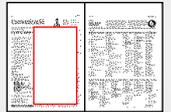
EXPOSICIÓN Antonio Arissa

EL MAESTRO DE LAS SOMBRAS

Una muestra recupera 161 imágenes de uno de los fotógrafos españoles más emblemáticos y olvidados de principios del siglo XX. El catalán Arissa destacó por el uso de la sombra en sus composiciones. Por RUBÉN FERNÁNDEZ-COSTA

No habrá sol de verano que la haga huir. La sombra perfecta se instala hasta el 14 de septiembre en el nº 3 de la calle Fuencarral de Madrid con las fotografías de Antonio Arissa (Barcelona, 1900). Entre las más de 100 exposiciones que se presentan en el marco de Photoespaña 2014, la tercera planta del edificio de la Fundación de Telefónica exhibe 161 imágenes recuperadas de un insigne pero semidesconocido fotógrafo que permaneció un largo tiempo en el olvido.

Del 4 de junio al 14 de septiembre. Más información en <http://espacio.fundaciontelefonica.com>



Un estudiant de la Universitat Pompeu Fabra fent una entrevista ■ ANDREU PUIG

‘L’internauta’ aborda l’experiència multimèdia de la UPF i la marca Ç

■ Els estudiants de periodisme es formen en un entorn polivalent que inclou premsa escrita, ràdio i televisió ■ Cristina Ribas parla del model de connexió d’Estònia

Redacció
SANT JUST DESVERN

La ce trencada és una lletra plenament identificable amb la llengua i la cultura del país. De fet, s'utilitza cada vegada que es vol defensar la nostra llengua amb alguna campanya visual.

També és el nom que, partint d'aquest referent, es va posar fa dos anys i mig al canal *Centrecada* de Vilaweb, elaborat pels estudiants de tercer curs del grau de periodisme de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) dins l'assignatura taller integrat de periodisme.

Aquest és el tema a què està dedicat el programa *L'internauta*, que es pot veure cada diumenge a El Punt Avui Televisió.

El canal ofereix al públic els diversos reportatges produïts pels estudiants d'aquesta institució universitària i que tracten de temàtiques

d'actualitat molt diverses, sempre treballats des de l'òptica dels joves.

La iniciativa, que té el propòsit de contribuir al "desenvolupament dels ensenyaments de periodisme en una línia innovadora i creativa i fomentar entre el jovent l'interès en el consum periodístic", no té únicament un vessant digital. A més dels continguts difosos per Vilaweb, els estudiants també els difonen per televisió, ràdio i en premsa en paper gràcies a la col·laboració del canal BTV (en forma de magazín a final de trimestre), del diari El Punt Avui (en forma d'un suplement periòdic) i de l'emissora UPF Ràdio.

En format multiplataforma, la capçalera busca formar els futurs periodistes en la polivalència en un entorn professional i des d'una redacció integrada real, perquè els estudiants treballen junts en un únic espai que in-

Cinema, excursions i entrevistes

Fanzivid és un dels programes elaborats per les televisions de la Xarxa Audiovisual Local i que també es pot veure a El Punt Avui Televisió. Aquest programa se centra en el món de les estrenes cinematogràfiques.

Un altre espai molt interessant és *Caminant per Catalunya*, que, en aquesta ocasió, emet un programa de la Televisió del Ripollès dedicada a la transhumància, una activitat ancestral que es va recuperant. En el programa d'aquest diumenge, es narra

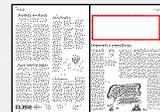
la transhumància d'un ramat de 300 ovelles que van a passar l'estiu al pla d'Anyella. Es fa el tram del camí ramader central entre Santa Eulàlia de Puig-oriol i el coll del Forn que travessa les comarques del Lluçanès i el Ripollès.

Set dies és un programa magazín molt seguit que tracta diversos temes d'actualitat, amb entrevistes a personatges rellevants. Aquest diumenge, oferirà una entrevista a Manel Moles, autor del llibre *No vull anar a l'escola*.

corpora plató de televisió, control de realització i estudis de ràdio.

Aquest escenari físic on es porta a terme l'activitat és l'anomenada redacció integrada que hi ha al campus de la comunicació de la UPF, al cor del districte 22@ del barri del Poblenou a Barcelona.

De totes aquestes qüestions parlem amb la professora i periodista Cristina Ribas, que també comentarà una visita recent a Estònia. A través dels seus comentaris i reflexions, podrem comprovar que, efectivament, és el país més connectat i digitalitzat del planeta. ■



No se trata de reescribir la historia

DEFENSOR DEL LECTOR. La nueva edición del 'Libro de Estilo' recoge el llamado "derecho al olvido" en Internet, una iniciativa desligada de la sentencia europea

**TOMÀS
DELCLÓS**



La misma semana que se conocía la sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea sobre el llamado "derecho al olvido" este diario publicaba una actualización del *Libro de Estilo* que, por primera vez, regula la administración del mismo. Se trata de una iniciativa pionera desligada de la sentencia europea que, precisamente, traslada la responsabilidad de gestionar este tipo de peticiones a los bus-

cadores. Y lo hace con un argumento contundente que distingue claramente el impacto de una noticia en un medio periodístico con su indexación en los buscadores, mucho mayor y distinto. Según la sentencia, el tratamiento de los datos que hacen los buscadores "permite a cualquier internauta obtener mediante la lista de resultados una visión estructurada de la información relativa a esta persona que puede hallarse en Internet, que afecta potencialmente a una multitud de aspectos de su vida privada, que, sin dicho motor, no se habrían interconectado o sólo podrían haberlo sido muy difícilmente y que le permite de este modo establecer un perfil

más o menos detallado de la persona de que se trate. Además, el efecto de la injerencia en dichos derechos del interesado se multiplica debido al importante papel que desempeñan Internet y los motores de búsqueda en la sociedad moderna, que confieren a la información contenida en tal lista de resultados carácter ubicuo".

La sentencia aclara que las personas tienen derecho a solicitar, atendiendo a circunstancias concretas, la ocultación de enlaces por parte del buscador aunque esta información no haya sido eliminada por su editor ni éste haya solicitado su desindexación ya que el tratamiento de los datos es distinto "y las consecuencias

sobre su vida privada no son necesariamente las mismas". Como han escrito Marc-François Bernier y Meghann Dionne de la Universidad de Ottawa (Canadá), "un gran número de artículos y reportajes que en su día tuvieron una visibilidad y longevidad efímeras pueden ahora ser reactivados a voluntad" gracias al poderío de los algoritmos, cuya fórmula se desconoce, de los motores de búsqueda.

La sentencia ha sido recibida de forma muy distinta en los medios continentales europeos, aunque hay más de una divergencia, y los anglosajones. *Der Spiegel* lo resumía de forma contundente. Mientras, de-

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



No se trata de reescribir la historia

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

cía, las actitudes ante la sentencia en Europa pueden rayar en el éxtasis, los comentarios provenientes de Estados Unidos rozan la histeria. *The New York Times* afirmaba que los legisladores no deben crear un derecho tan poderoso que podría limitar la libertad de prensa. Una sentencia que presenta aspectos complejos en su aplicación, pero que decide sobre un largo contencioso.

La sentencia se conocía el 13 de mayo. Tres días antes, este diario publicaba un artículo sobre la nueva edición, revisada, del *Libro de Estilo*, entre cuyas novedades destaca el reconocimiento, bajo determinadas condiciones, del citado derecho. No se trata de borrar una noticia. Se trata de añadirle un código que la haga invisible para los robots de los buscadores y evite su indexación. La noticia seguirá viva en el archivo del diario.

Bajo el epígrafe "Derecho al olvido" el *Libro de Estilo* contempla dos situaciones muy distintas, aunque la primera no en-

tra exactamente dentro de este concepto. Se trata de informaciones que dan cuenta de investigaciones, imputaciones, detenciones, encarcelamientos o condenas que hayan sido revocadas por una decisión policial o judicial posterior. Si esta última información no se hubiera publicado en su momento y, por tanto, no fuese igualmente localizable en los buscadores, "la persona perjudicada podrá reclamar que la noticia en cuestión incluya un texto aclaratorio y un enlace con la notificación o la sentencia de que se trate". En este caso, lo que se hace es corregir el abandono de un seguimiento informativo, una anomalía que se da con cierta frecuencia en las redacciones, explicando la conclusión del caso. El problema no está en la crónica de la imputación o de la sesión oral del juicio, una noticia totalmente veraz el día que se publica. El problema radica en no haber atendido al desenlace. Cuando el protagonista es declarado inocente tiene derecho a que el diario informe de ello, de la misma manera que lo hizo, por ejemplo, cuando fue imputado. No se trata, en este caso, de anular la indexación en los buscadores de la primera noticia. Hay que añadir a la misma la información que la completa y cambia de signo. Por otra parte, las noticias erróneas deben llevar la pertinente aclaración

correctora. De ahí la importancia de administrar con rigor las fe de errores.

Para considerar el llamado "derecho al olvido", el diario aplicará una serie de criterios cuando un particular pida la desindexación de una noticia veraz que afecte a su imagen: nunca se producirá el borrado de los archivos digitales del diario, la hemeroteca permanece inalterada, pero "se puede considerar la posibilidad de ocultar esa información a los buscadores de Internet"; la información debe ha-

El "derecho al olvido" no es absoluto, tiene un alcance limitado

ber sido publicada más de 15 años atrás respecto del momento en que se reclama su ocultación en los buscadores; la información ha de perjudicar a la persona reclamante en su vida familiar o profesional y no se considerarán las que afecten a hechos que figuren en sentencias firmes y se refieran a actos de violencia.

La Agencia Española de Protección de Datos, en los análisis que ha dedicado a la cuestión, siempre ha insistido en que el derecho al olvido "no es un derecho abso-

luto, como a veces se ha intentado presentar para descalificarlo, tiene alcance limitado" y es compatible con las libertades de expresión e información "y su carácter prevalente en las sociedades democráticas" e insiste en que no es aplicable en noticias que "versan sobre hechos de relevancia pública". No se trata de atender, como argumentan los críticos del citado derecho, a quienes buscan censurar o reescribir la historia. Ello sería una petición inaceptable. Otra cosa es contemplar la necesidad de mantener la visibilidad y acceso permanente desde los buscadores de noticias que con los años han perdido relevancia pública y, sin embargo, resultan altamente lesivas para la privacidad de las personas. Una definición muy popular, pero restrictiva, de periodismo dice que consiste en publicar las noticias que alguien no quiere que se sepan. El derecho al olvido no impone estos silencios, que tendrían un alto precio social. Únicamente se considera en noticias que el tiempo ha convertido en irrelevantes y, sin embargo, su difusión en los buscadores, a través de una búsqueda con el nombre de su protagonista, es dañina a nivel personal.

Los lectores pueden dirigirse al Defensor del Lector al correo electrónico defensor@elpais.es o telefonar al 913 378 200 o al 934 010 500.



Espaldarazo a la radio comercial

Competencia investiga un posible abuso de posición dominante de AGEDI-AIE

L. D. F.

Si la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) dio un duro golpe a la Asociación de Editores de Diarios Españoles con su informe —no vinculante— sobre la *tasa Google*, la Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC) puede celebrar una pequeña victoria. La CNMC ha incoado un expediente sancionador contra AGEDI (derechos de propiedad intelectual de los productores fonográficos) y AIE (artistas intérpretes o ejecutantes), asociaciones que gestionan conjuntamente los derechos de propiedad y establecen las tari-

fas que tienen que abonar las emisoras radiofónicas para la reproducción y comunicación pública de la música grabada.

Tras dos años de conversaciones frustradas para obtener una reducción en el importe de las tarifas de reproducción, la AERC presentó en 2012 una denuncia contra ambas asociaciones. La acusación incluía el "mantenimiento de una posición negociadora abusiva", el exigir "precios no equitativos por excesivos" y ofrecer "un trato discriminatorio" de las emisoras radiofónicas comerciales privadas respecto a las públicas.

La AERC decidió actuar al considerar que "el sector no po-

día abordar" la revisión al alza de las tarifas, impuesta en 2009, informa Alfonso Ruiz de Assin, secretario general de la asociación. "Pedimos una ligera rebaja y nos

En 2012, las emisoras privadas denunciaron el trato discriminatorio

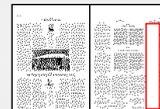
aplicaron un *tarifazo*. Los precios acabaron por subir [dependiendo de la categoría, que varía según el grado de difusión] entre un 70% y más del 100%", detalla.

La decisión "distorsionaba la competencia", añade Ruiz en referencia a las emisoras públicas, ya que, explica, "al final competimos por los mismos oyentes, y eso nos parece actuar en régimen de monopolio".

A mediados de mayo, Competencia informó haber detectado "indicios racionales" de abuso de posición dominante por parte de AGEDI y AIE, a raíz de la denuncia presentada por la Asociación Española de Radiodifusión Comercial. La nota remitida por la comisión dictamina que la actuación de las entidades gestoras podría suponer una infracción tanto de la Ley de Competencia nacional como de la normativa

comunitaria, "consistente en un abuso de posición de dominio por la fijación de tarifas inequitativas y excesivas, y por el trato discriminatorio de las emisoras de radio comerciales de propiedad privada respecto de las emisoras de radio de titularidad pública". A partir de la publicación de Competencia se abre un plazo de 12 meses para la instrucción del expediente.

"Lo único que podemos hacer ahora es esperar", aclara Ruiz. Lamenta la difícil situación en la que se halla el sector radiofónico privado por la caída de los ingresos publicitarios, motivo por el que se insistió en una reducción de tarifas, y remarca la función de las emisoras radiofónicas como parte de la estructura cultural del país. "Deberíamos de tener un tratamiento más acorde al papel que desempeñamos, ya que ponemos en conocimiento todo el repertorio y el trabajo de productores y artistas", concluye. ■



Periodisme de bufetada



QUIM MORALES

GUIONISTA

No cal tenir cap noció de periodisme per deduir la que és, sobre el paper, una de les seves màximes premisses. Tret de casos excepcionals, el periodista mai hauria de ser el protagonista de la notícia. Sembla, però, que aquest precepte no li acaba de quedar clar a algun presumpte professional del sector. L'últim a tornar-ho a demostrar és Vitalii Sediuk, un periodista ucraïnès especialista a fer bretolades a les estrelles internacionals. Aquesta setmana l'han detingut i vetat a Hollywood per haver bufetejat Brad Pitt durant l'estrena de *Malèfica*. Una proesa més que suma al seu currículum, en el qual pot presumir d'haver-se posat sota les faldilles de l'actriu America Ferrera, haver-se morrejat amb Will Smith i haver grapejat el paquet de Leonardo DiCaprio. Per entendre'ns, Sediuk és el Jimmy Jump de les *celebrities* nord-americanes, sense barretina i encara amb menys gràcia.

L'extrem al qual ha arribat aquest gamberro amb càmera no és res més

El futur de la professió podria esdevenir un festival de periodistes protagonistes exhibint-se obscenament per a deliri de la seva audiència

que l'evolució natural d'una anomalia comunicativa cada cop més habitual. La plaga dels periodistes protagonistes és un fet. N'hi ha de veterans que cultiven l'egocentrisme comunicatiu des de fa dècades. I se'n troben de novells, capaços de qualsevol indignitat a canvi d'una peça en *prime time*. Periodistes que imposen la seva opinió, magnifiquen les seves anècdotes i prioritzen les seves fixacions. Cronistes que s'agraden tant que la resta els sembla vulgar i intranscendent. Entrevistadors que fan monòlegs en lloc d'entrevistes i redueixen el paper del convidat al d'un mer contraplà. El futur de la professió podria esdevenir un festival de periodistes protagonistes exhibint-se obscenament per a deliri de la seva audiència. El que considera que és més important que la notícia i que en sap més de tot que el seu convidat no és pas gaire lluny del que li fot una plantofada a la cara de Brad Pitt. De fet, l'única pregunta a la qual probablement no sabria respondre és per què va triar ser periodista, quan en realitat volia ser una vedet.



Més que un múltiplex

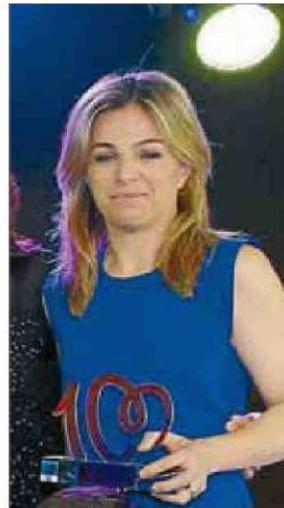
Televisió de Catalunya necessita una oferta de canals àmplia i completa perquè és la garantia que el català tingui una presència significativa a la pantalla, objectiu que al govern central li importa un rave perquè veu tota la Corpo com una gran maquinària de manipulació independentista. A més, l'espectre de la TDT estatal està ple de canals concedits per amiguisme i ocupats per tarots i sexe telefònic. Mantenir tota aquesta morralla mentre s'eliminen canals en català perfectament útils és inacceptable. Fins aquí, els contundents arguments pels quals és lògic posar el crit al cel davant la voluntat del ministeri de readjudicar un dels tres múltiplex (amb 4 canals cada un) que en aquest moment administra la Generalitat, un dels quals cedit al Grup Godó. Però diguem-ho tot: dels canals privats en mans de catalans, també n'hi ha que no van enlloc. Sent així... perquè aquest punt ni s'esmenta en l'agre debat sobre el múltiplex amenaçat?



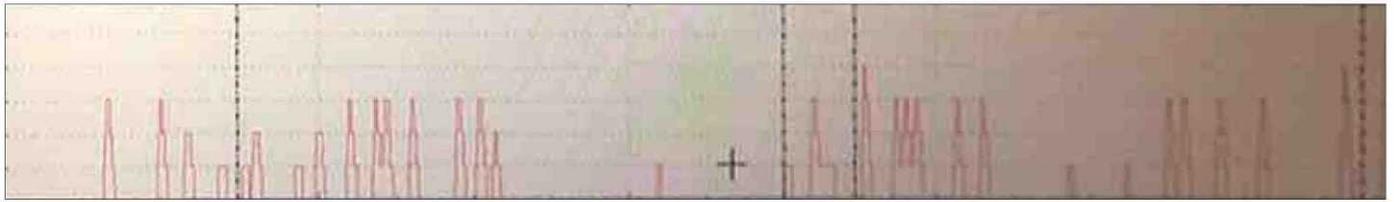
PREMIS

Cadena 100 premia 'La Marató de TV3'

Divendres es van lliurar els vuitens premis NOS 1 de Cadena 100. En l'apartat de TV/solidaritat, el premi va ser per a *La Marató de TV3* i el van recollir Núria Solé i Lluís Bernabé, director de la Fundació La Marató de TV3. Altres guardons van ser per a cantants com ara Laura Pausini, Dani Martín, Antonio Orozco, Rozalén i Pablo López. El de cinema se'l va endur *Ocho apellidos vascos*. ■ REDACCIÓ



Núria Solé amb el premi
■ JOSÉ IRÚN / CADENA 100



'NEUROMARKETING'

Una tecnología española permite descubrir qué sentimientos provoca un 'spot' o una serie de televisión

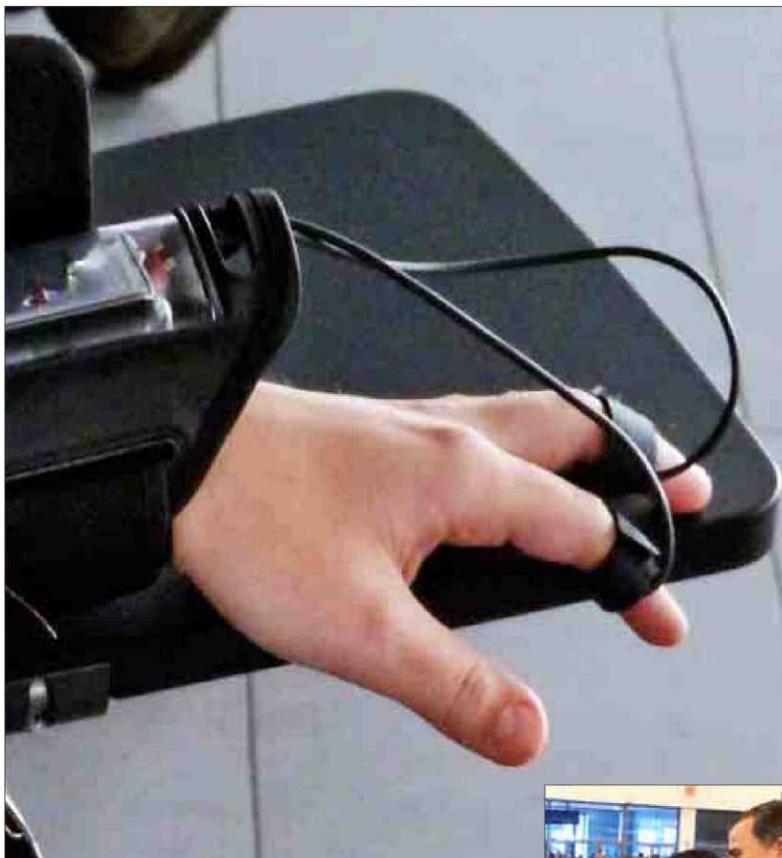
Las emociones ocultas de la publicidad

RAÚL PIÑA / Madrid

Imposible saber si este artículo le gustará o no. Si llegará hasta el final o lo dejará a medias. Qué habría eliminado o qué habría añadido. Un desasosiego periodístico también compartido por los creativos: ¿gustará el anuncio? ¿Los consumidores recordarán la marca? Las respuestas a estas inquietudes están en los dedos, los mismos con los que pasa las páginas y cliquee o cambia de canal en los anuncios. Ahí anidan las emociones ocultas. Y una empresa española bucea en ellas para sacarlas a la luz. Es el *neuromarketing*.

En la agencia de publicidad 101 estaban inmersos en una campaña global de una marca de ropa. Tenían la idea y la puesta en escena. Dudaban en la música: ellos apostaban por algo estilo mambo; el cliente prefería pop rock británico. Una decisión en apariencia nimia, pero en la que están en juego millones de euros. Recurrieron a esta técnica. Gustavo Entrala, CEO de 101, habló con Elena Martín, cofundadora y directora de Sociograph Neuromarketing. Dos grupos distintos, de 12-13 personas. El *spot* con una música. Con otra. «Registramos la actividad eléctrica de la piel y con ello medimos la reacción objetiva del grupo. Hay cosas que sientes y no eres consciente. Con esta técnica llegamos al nivel subconsciente, a descifrar lo que se siente y que no se verbalizaría», explica Elena Martín.

El grupo de personas, algunos conocidos de los trabajadores de la agencia pero ajenos al trabajo, llegan a la sala. Ocupan sus asientos. Se conectan el dispositivo en la muñeca y los dedos. «Es la parte del cuerpo donde hay menos ruido, donde el dato es más fiable», matiza Martín. Se proyectan los anuncios. Los datos se recogen en tiempo real en un ordenador. Conclusiones: aunque la curva de atención es similar en ambos casos, la música pop logra mantenerla de forma más sostenida y genera más movilización emocional y de más intensidad. Además, la atención y la emoción repuntan al final, cuando aparece el objeto que quiere publicitar la marca. Por contra, la música estilo mambo logra una emoción puntual y aunque repunta algo al final, no llega a igualar la otra opción. Es decir, el cliente tenía razón y no la agencia.



Detalle de esta tecnología. Arriba, los gráficos tras el 'test'. / E. M.

Una prueba muy Real

Una de las empresas que utiliza la tecnología de Sociograph es Turespaña. De hecho, en la última edición de Fitur, los Príncipes de Asturias se sometieron a una breve sesión de neuromarketing, como se aprecia en la imagen. Probaron una experiencia interactiva denominada *el destinómetro*: tras observar un reel de imágenes en una pantalla, los visitantes pueden conocer en tiempo real cuál de ellas les ha causado mayor impacto emocional. A Don Felipe le salió Asturias y a Doña Leticia, Mallorca. Su test congregó a numerosos curiosos. / R. P.

«En este caso, es el tipo de música el que genera más emoción», detalla Martín. «En una decisión como ésta de la música, una marca se juega mucho dinero. Es la clave para llegar más al potencial consumidor. Nunca le vamos a pedir al

cliente que nos genere una idea, pero en el proceso creativo hay muchas dudas y este sistema te aporta una seguridad y una red de cara al anunciante», reflexiona Gustavo Entrala. «Conocer cómo reacciona el público permite hacer recomen-



Los Príncipes de Asturias, durante su prueba.

daciones o modificaciones: situar la marca en el momento de mayor atención para lograr ser más eficaz, acortar segundos que se demuestran intrascendentes... Además, son correcciones que se pueden hacer antes de que la campaña vea la luz,

con el consiguiente ahorro de dinero y de disgustos», desgana la directiva de Sociograph.

Esta tecnología también ha sido empleada por Mediaset España para algunas de sus series, como *B&B* o *El príncipe*. «Se puede testar qué tramas funcionan mejor, personajes, dónde realizar los cortes de publicidad, qué usar para una promo, dónde introducir el *product placement*...», detalla Martín.

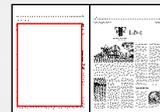
«Se trata de una metodología que nos atrajo y estamos en fase de ver qué aplicación le podemos dar», completa Javier López Cuenllas, director de *marketing* de Mediaset España. «Con *El príncipe* se veía claramente una curva ascendente en la atención, con niveles muy altos en los momentos finales de los capítulos. Además, los picos de emoción eran importantes y asiduos», detalla el directivo de Mediaset.

Con *B&B*, la curva de atención presentaba más altibajos. «Aunque son dos series de *prime time*, son géneros distintos», matiza López Cuenllas. «Si vimos que cuando salían Dani Rovira y Fran Perea había picos importantes». De hecho, ellos han protagonizado promos y avances de capítulos. «La idea es acaparar experiencias y tener una relación entre la tensión y la emoción que se traslade a la audiencia. Saber las sensaciones directas que provoca un producto, para saber debilidades y fortalezas».

Para Entrala, esta tecnología «permite ofrecer un nuevo servicio al cliente. Hay muchas decisiones en que lo importante no es la idea en sí sino las sensaciones que provoca. No va a ser la base del trabajo publicitario, pero ayuda a corregir y mejorar».

«¿Estos test no se puede manipular? - Es imposible. No podemos anteponernos al cerebro de una persona, responde Martín. «Es la única tecnología grupal en todo el mundo. Tenemos la paten-

te», sostiene Martín. Su germen está en la Universidad de Salamanca, con el profesor José Luis Martínez Herrador. «De una apuesta sobre si los jurados populares de EEUU podían ser manipulables. Se apostaron unas cañas».



LAS 'TELECOS' SE VUELCAN PARA QUE LA TV REINE EN EL BOLSILLO

El consumo audiovisual viaja de la 'caja tonta' a la pantalla inteligente. Abandona el salón para llevar los contenidos 'online' a los 'smartphones', 'tabletas', ordenadores, relojes y nuevos dispositivos móviles

Antonio Lorenzo MADRID.

Los operadores de telecomunicaciones han tardado en darse cuenta pero por fin se han percatado del negocio de la televisión de bolsillo. De hecho, las compañías más despiertas del sector han comenzado a tomarse en serio los *smartphones* y las tabletas como dispositivos idóneos para disfrutar en movilidad de los contenidos audiovisuales. Por todo lo anterior, las compañías que aspiran a tener la *sartén por el mango* no sólo invierten en el desarrollo de plataformas de consumo audiovisual, sino también en los contenidos de las mismas. Continente y contenidos irán de la mano y brindarán unas oportunidades comerciales muy suculentas.

No es casualidad que las pantallas de los móviles sean cada vez más grandes y con mejores resoluciones. Todo tiene su sentido. Basta con observar los nuevos hábitos de consumo televisivo en el hogar para comprobar que la televisión del salón ha dejado de ser la reina de la casa. Ahora, es frecuente ver manejando las redes sociales a cada miembro adulto de cualquier familia media mientras tiene la televisión encendida.

Algunos usuarios comparten el mismo sofá, pero eligen sus propios vídeos y los consumen con la ayuda de unos auriculares, ausentes de lo que acontece con el resto de las personas que tienen al lado. Se está acabando el tradicional *café para todos*. Mientras unos siguen un concurso en la pantalla de televisión, otros reciben su serie favorita o el último partido de la NBA en una tableta o *phablet* (móvil con gran pantalla). El concepto *prime time* perderá brío cuando cada cual reciba a su conveniencia los contenidos de su agrado. Gracias a las redes de alta capacidad que comienzan a habitar en los hogares españoles, los analistas apuntan que los consumidores accederán bajo demanda a cerca de la mitad de contenidos de televisión.

Llega la televisión personal

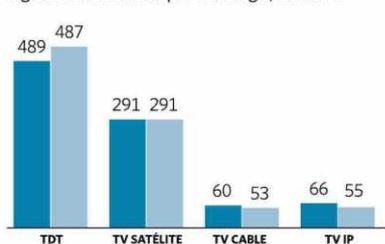
"En seis años habrá 15.000 millones de pantallas y la televisión estará asociada a las personas y a los dispositivos, y no a los hogares. En 2020 estará conectado todo con todo y todos con todo", explicó Chema Casaos, nuevo director de Soluciones y Servicios de TV de Ericsson, con motivo de la participación de Ericsson en Bit Broadcast la fe-



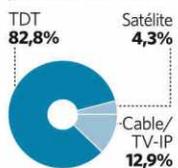
Dispositivos móviles conectados, todos ellos preparados para recibir la nueva televisión personal. EE

Las audiencias no pasan por caja

Ingresos de televisión por tecnología, en mill. €



Consumo y penetración de los servicios de televisión (% de cuota por plataforma, dic. 2013)



Cinco mayores operadores de televisión de pago europeos por número de suscriptores en 2012

Liberty Global	Alemania (Unity KBW), Bélgica (Telenet), Holanda, Austria, Suiza, Polonia, Rumania, Irlanda, Eslovaquia, República Checa, Hungría, Reino Unido (Virgin)	20.968
BSkyB	Reino Unido e Irlanda	10.333
Tricolor	Rusia	9.200
Kabel Deutschland	Alemania	8.141
Rostelecom	Rusia	6.600

Fuente: CNMC y elaboración propia.

elEconomista

ría para los profesionales del sector de la tecnología audiovisual. La tendencia es imparable. La banda ancha fija y móvil (fibra óptica y 4G) permitirán a los usuarios disfrutar de las imágenes en alta definición, sin retardos ni interrupcio-

nes. Los contenidos están siempre disponibles en Internet y la denominada *nube* tendrá espacio para almacenar sus programas favoritos. "La industria de los medios está perdiendo su exclusividad y estos cambios se están trasladando a los

fabricantes de dispositivos, las redes sociales y los ecosistemas de aplicaciones". De hecho, según Casaos "el 50 por ciento de los ingresos del sector será para nuevos jugadores. Y el sector que hoy está valorado en 530.000 millones de dólares, en el año 2020 se estima que ascenderá a unos 750.000 millones de dólares".

Los mismos expertos de Ericsson apuntan que los usuarios de TV "querrán tener una experiencia con la TV, las películas y los juegos integradas, accesibles y a medida de sus intereses, dispositivos y situaciones personales". Por lo tanto, "una mayor definición, entornos multipantalla e interactividad lo envolverá todo sin interrupciones de contenidos *premium* en un mundo donde el vídeo se va a fusionar con las redes sociales.

Mención aparte merece la industria publicitaria, que adaptará sus mensajes a públicos cada vez más segmentados, vinculado a contenidos del verdadero interés de sus multimillonarias micro audiencias.

El próximo Mundial de Fútbol pondrá de relieve la importancia de los móviles y tabletas para seguir los partidos en directo. Las aplicaciones móviles para este tipo de actividades se cuentan por decenas.

El siguiente paso será llevar estas imágenes a otros *gadgets*, de todo tipo de tamaños. Los *smartwatch* permitirán ver la tele en sus exiguas pantallas. Cada cual tendrá sus razones, pero los motivos técnicos no serán impedimento para ofrecerlo. Los automóviles también harán sitio a pantallas en el respaldo de los asientos delanteros, para hacer más ameno los desplazamientos de los pasajeros. Al mismo tiempo, el ho-

El vídeo bajo demanda a través de multidispositivos promete eclipsar a la TV en directo

gar se llenará de pantallas y retroproyectors para consumir los contenidos al gusto de cada cual.

Según explican los expertos de Ericsson, "la distribución de contenidos *over the top* va a ser aplicable a todos los proveedores de servicios de televisión y de contenidos como una manera de llegar a los consumidores, así como de mejorar las plataformas ya existentes de difusión de contenidos".



De la última hora a la historia

La Agencia Efe celebra sus 75 años con una exposición sobre los hitos informativos desde la Guerra Civil

CLARA MORALES
Madrid

Del final de la Guerra Civil a las últimas elecciones europeas media la misma distancia que del morse a los destellos de información de Twitter. Setenta y cinco años de periodistas hablando ante micrófonos de muertes y, de cuando en cuando, de pequeñas alegrías. En la exposición en la Casa del Lector en Madrid que conmemora la existencia de la Agencia Efe —creada por consejo del ministro franquista Serrano Suñer con el objetivo de controlar y manipular la información— se entremezclan los hechos y las personas que estuvieron allí para narrarlos.

Fernando Moreno, periodista, comisario y coordinador de todos los festejos del aniversario [que ha coincidido con la 31ª edición de los premios de Periodismo Rey de España que han galardonado, entre otros, al periodista de EL PAÍS José María Irujo], lo resume en dos frases: "Nuestra vocación era contar lo que pasaba. Y lo que pasaba era la historia de España".

Lo que pasaba era la entrevista de Hendaya entre Hitler y Franco, por ejemplo. Y la agencia del régimen lo contaba con una premonición del Photoshop. Al Generalísimo la instantánea de rigor le cogió con los ojos cerrados, y hubo que pegar junto al *Führer* otra imagen del dictador para disimular la mala pata del fotógrafo. Pero lo que pasaba era también que una veintena de pastores vascos emigraba a Estados Unidos en 1951, y allí estaba Efe para retratar al sonriente grupo. O pasaba que por primera vez una mujer

se ponía al volante de un taxi en 1960, y la señora en cuestión posaba con cara de circunstancias. O lo que pasa ahora: más de 1.200.000 piezas que producen los 3.000 trabajadores de Efe al año, las más de 1.500 instantáneas tomadas cada día.

La compilación de decenas de imágenes, elegidas de un archivo con más 17 millones de documentos gráficos, es uno de los pilares de un aniversario que se lleva fraguando más de un año. A la exposición, abierta hasta el 11 de enero, le han crecido hermanas menores en Valencia, Oviedo o Bilbao. Pero es en Madrid donde Efe ha lanzado la artillería pesada. Las fotografías se complementan

Junto a las fotos se muestran objetos como las botas del gol de Zarra de 1950

con una aplicación de realidad aumentada que permite, enfocando los paneles informativos con una de las cien tabletas disponibles, acceder a vídeos, audios y reproducciones de manuscritos que no han podido ser expuestos.

En la nave del Matadero, además, se amontonan *olivettis*, una furgoneta Citroën desde la que se enviaban fotografías... y las botas con las que Zarra marcó el gol de 1950, o la bicicleta de 14 kilos con la que Bahamontes conquistó el Tour de Francia en 1959.

"A las personas que han vivido aquello les va a dar nostalgia. Y queremos que la gente joven des-



Arriba, el famoso baño de Fraga en Palomares en 1966. Abajo, un periodista en una unidad móvil de Efe en 1969.



cubra qué pasó, contado con cariño y por gente que vivió cada hecho", explica Moreno. Para atestiguarlo, las docenas de acreditaciones que el fotógrafo Jacinto Maillo conservaba de su labor en los primeros años de la Transición. O una cabina de teléfono, cómplice de tantas crónicas. "En el accidente del monte Oiz [148 personas murieron al estrellarse un avión de Iberia contra una antena de Euskal Telebista en 1985] tenías que subir y bajar de la montaña cada vez que encontrabas algo para llamar por teléfono y contarlo", recuerda el comisario. Por eso, de tecnófobos nada.

La muestra es una oda también a transmitir por Internet, y no tener, como se invita a hacerlo al visitante, que anotar las frases dictadas por teléfono. Amor a la tecnología, pero con una advertencia: "El periodismo no lo hace solo la máquina, como se cree con esto del periodismo ciudadano. Se necesita una fuente creíble, y las agencias lo son".



La solidaridad invade los anuncios

El componente social domina en el festival publicitario El Sol

PAZ ÁLVAREZ Bilbao

Los temas sociales calan en la publicidad. En tiempo de incertidumbre y de vaivenes económicos, cuando la sociedad está pasando apuros, las marcas apuestan por los valores y por el bien social. Fue una de los temas de los que se habló en la 29 edición de El Sol. El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria, celebrado este fin de semana en Bilbao. El resultado de esta apuesta por involucrar a las marcas con los clientes y sobre todo por hacer algo por ellos, ha sido lo que ha distinguido a unas firmas de otras. Y ha sido ese componente social el que más han valorado los miembros del jurado de este certamen que toma el pulso a las tendencias de consumo.

Uno de los anuncios más premiados, y que sirve de muestra a la sensibilidad que tiene en estos momentos la sociedad por el despilfarro, fue el del *Entierro del Bentley*, de la agencia Leo Burnett Brasil, donde se cuenta la iniciativa de un millonario que desea enterrar en el jardín de su casa a su coche máspreciado. Tras la consabida indignación de las redes

sociales, el día convenido el hombre invita a los medios de comunicación a entrar en su mansión y les revela que el objetivo de la campaña es promover la donación de órganos... Y que quienes se escandalizan por enterrar un coche, también deberían hacerlo por enterrar órganos que pueden servir a otros.

"Hoy las marcas tienen muchas posibilidades de establecer un diálogo y de llegar mejor a la gente, con la ayuda de las redes sociales", afirmó Jaime Rosado, presidente del jurado de la categoría de relaciones públicas en este certamen y vicepresidente creativo de JWT San Juan (Puerto Rico).

Cada vez las marcas ponen más empeño en trabajar la solidaridad, en conectar por esta vía con la gente de la calle. En definitiva, con los consumidores. "Pero esto ha de ser sincero. Este sentimiento ha de estar en el centro de la agenda de la empresa, no en la agenda solo del marketing", señaló Carlos Bayala, responsable del jurado de marcas integradas e innovación y director creativo mundial de la agencia de origen argentino Madre.

Otra de las campañas más reconocidas fue la de *Scabble Saving Words*, de la



El director gerente de Coca-Cola en Latinoamérica, Rodolfo Echeverría (cuarto por la derecha), acompañado por miembros de las compañías publicitarias que trabajan para su empresa, tras recoger el premio al anunciante del año. EFE

"Para eso ya está el festival de Cannes"

Esta última edición del festival de publicidad El Sol ha levantado sentimientos encontrados entre las agencias. Con la llegada del nuevo director, Jordi Palomar, el certamen pretende dejar de ser un festival con marcado carácter nacional para mirar más hacia Iberoamérica. "El Sol tiene que ser un festival internacional", opina Palomar. De hecho, este año el certamen ha contado con un mayor

número de miembros del jurado del otro lado del charco.

Miguel García Vizcaíno, fundador y director creativo de Sra Rushmore, cree que esta decisión es coherente con la línea internacional que se quiere implantar, pero considera que para eso ya existe el festival de Cannes. "Y no podemos perder la esencia de lo que empezó siendo un referente publicitario español".

agencia Lola, que pertenece al grupo internacional Lowe & Partners. "Se trata de una campaña que coloca letras a letreos de los locales a los que les falta alguna de ellas, y que debido a la crisis sus propietarios no han podido hacerlo, explicó el presidente del jurado de esta categoría, José Mollá, cofundador de la agencia La Comunidad (Estados Unidos).

Miguel Simões, consejero delegado de Lola, señaló que el fin de las marcas debe ser conectar con todo el mundo, "con el corazón de las personas, ya que el vínculo emocional con la marca es lo que resiste al precio y a la distribución". No duda Simões en que si un cliente es afín sentimentalmente a un determinado producto o servicio, este no tendrá inconveniente en pagar un euro más o en recorrer un kilómetro.



El mejor mayo de Antena 3 desde 2009

Obtuvo una audiencia del 13,7% con una subida de 0,7 puntos respecto a abril

C. García- Madrid

En el primer mes después del apagón –con dos canales menos que Mediaset–, Atresmedia Televisión lidera el target comercial en «prime time», el más valorado por los anunciantes, con un 31,2 por ciento siendo también el grupo más seguido en la franja de tarde, con un 29,9. En términos de audiencia, cerró el mes con un 27,3 por ciento de cuota de pantalla. Su cadena principal, Antena 3, ha tenido su mejor mayo desde 2009, con un 13,7 por ciento de «share» y sube un 0,7 con respecto al mes de abril. De nuevo vuelve a ser la cadena más seguida de la mañana (14,8), la sobremesa (13,7), así como en la jornada del domingo (16,1 por ciento). Antena 3 se ha hecho muy fuerte en la ficción. «Velvet» puso punto y final a su primera temporada siendo líder en todas sus emisiones, con una media del 21,8 por ciento y 4.677.000 espectadores, a 5,5 puntos de la segunda opción, Telecinco, que

aunque intentó contrarrestar el impacto de la ficción con «Supervivientes», en la misma franja horaria obtuvo un 16,3. El último capítulo, emitido el 26 de mayo, se convirtió en su segundo mejor registro de la temporada, con un 24 por ciento y 4.677.000 espectadores. El capítulo de estreno de «Sin identidad» arrancó con un 25,7 por ciento y 4.931.000 seguidores, siendo el estreno más

visto del año para una cadena, al superar al de «Velvet», «La Voz Kids» y «El Príncipe».

En su franja de emisión, «El Hormiguero 3.0», a pesar de coincidir con numerosas retransmisiones futbolísticas, marcó un 13,5 por ciento y más de 2.500.000 espectadores. Así, superó en 2,2 puntos a Telecinco y en 1,9 a La 1. El liderazgo matinal se ha logrado gracias a una programación equilibrada y complementaria con el programa de actualidad e información «Espejo público», con un 17 por ciento en mayo, «Carlos Arguiñano en tu cocina» (que promedia un 15,9 y supera los 600.000 seguidores) y «La ruleta de la suerte», que se mantie-

AUMENTAN LAS TEMÁTICAS

2,6%
de «share»

de media logró Nova, lo que es su máximo histórico

2,9%
de cuota

de media consiguió Neox, la más alta de la temporada

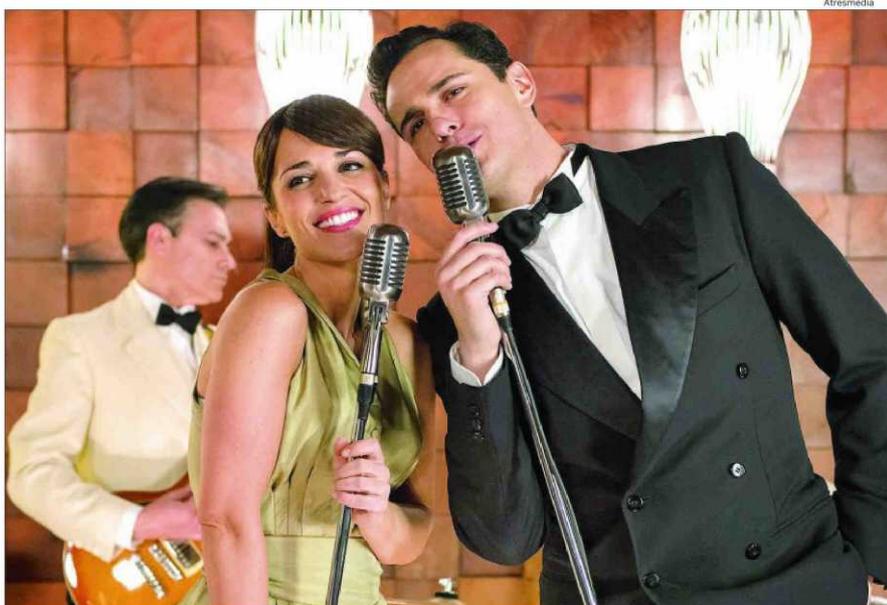


Imagen de Paula Echevarría y Asier Etxeandia en uno de los últimos capítulos de «Velvet»

Máximo histórico de la Sexta

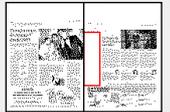
Con un 7,3 por ciento de cuota de pantalla en mayo, 7 décimas más que en abril, logra su máximo histórico sin grandes eventos deportivos frente a Cuatro, que se queda en un 6,7 por ciento de cuota de pantalla pese que ha emitido eventos deportivos como los partidos de la Europa League y de la Selección española. La Sexta suma 8 meses de liderazgo frente a su más directa competidora. La cadena mantiene una sobresaliente evolución desde su integración en Atresmedia Televisión, ya que ha logrado sumar 20 meses consecutivos de crecimiento. Entre los liderazgos de la cadena hay que destacar «Salvados», con una media del 13,1 por ciento, «Al rojo vivo» (en la imagen, Antonio García Ferreras), con un 10, y la Sexta Noche, que en su edición del pasado sábado logró un 15,2 por ciento.



ne 43 meses como líder, con un 19,1 en mayo. La franja de sobremesa está más que asentada con las tiras diarias de «Amar es para siempre» (14,1 por ciento) y «El secreto de Puente Viejo» (18,2 por ciento de media). La oferta de multicine del fin de semana es la opción preferida por los espectadores. En la sobremesa y la tarde del fin de semana la oferta de «Multicine» fue líder en todas sus emisiones con una media del 16,6 y más de 1,9 millones de seguidores.

Crecen los informativos

Al crecimiento de Antena 3 en mayo también contribuyen sus informativos, que incrementan sus datos con respecto a abril. La edición de sobremesa de lunes a domingo mantiene su hegemonía con una



media del 14,3 por ciento y 1.890.000 espectadores, frente al 13,9 de cuota de «Informativos Telecinco» y el 13,6 de «Telediario 1». En el fin de semana, «Antena 3 Noticias 1», con Álvaro Zancajo y Sandra Golpe, es superior a la competencia al lograr un 15,5 por ciento de «share». Así, se convierte en el informativo más visto del fin de semana.

Las temáticas de Atresmedia Televisión han aprobado con nota su primer mes tras el apagón, ya que han alcanzado su mejor registro en años. Nova ha marcado su máximo histórico con un 2,6 por ciento de cuota de pantalla –es la temática femenina preferida por la audiencia– y Neox ha logrado su «share» más alto de la temporada, con un

NOVA Y NEOX Las temáticas de Atresmedia TV crecen y se refuerzan en la era «post-apagón»

2,9. En el caso de esta última cadena, logra un 4,2 en el target comercial y vuelve a ser una de las temáticas preferidas por los jóvenes (9,3 por ciento) por encima de Cuatro (8.1).

En mayo, Telecinco fue la cadena con más cuota de pantalla, un 15,4 por ciento. Por grupos, Mediaset también mejora su «share». El propio consejero delegado de Publiespaña, Giuseppe Tringali, reconoció que el apagón ha beneficiado a Mediaset, que cuenta con dos canales más que Atresmedia, que vio cómo se quedaba sin Xplore, la Sexta 3 y Nitro. Sorprenden los datos de La 1, que se queda con un 10,3 por ciento a pesar de contar en su parrilla de programación con acontecimientos deportivos tan importantes como la final de la «Champions».



A PROPÓSITO

Sergi Saborit Vilà
@ssaborit

Sr. directivo, ¿sabe cómo funcionan los medios?

Aunque son muchos quienes todavía no se han dado cuenta, saber comunicar es básico para el éxito empresarial. En tiempos de crisis este factor cobra aún más importancia, ya que, a veces, tan importante es adoptar decisiones drásticas como saberlas explicar.

El cierre simultáneo de cuatro plantas de Coca-Cola en España es un buen ejemplo de medida empresarial valiente, pero, a la vez, es un caso de libro sobre una mala estrategia de comunicación. Los líderes de la compañía no se convirtieron en portavoces de la crisis, se escondieron detrás de comunicados y la información siempre fue insuficiente, por lo que permitieron que fueran los sindicatos quienes lideraran la opinión pública desde el primer momento.

Existe todavía demasiado miedo a la prensa y hay mucho desconocimiento sobre la forma de relacionarse con los medios. Hace unos días Sheena Campbell-Royle, consejera delegada de la agencia SCR, me mandó el resultado de una encuesta realizada entre casi 200 periodistas económicos europeos. Es un estudio encargado por la Public Relations Global Network, una red mundial de relaciones públicas, que trabaja para empresas de los cinco continentes y que pretendía obtener información sobre los métodos de trabajo de los periodistas para poder hacer pedagogía entre sus clientes.

La encuesta señala que los informes anuales son la fuente de información (64%) más utilizada por los periodistas europeos, seguido de las notas de prensa (59%). También bucea en curiosidades como que el 67% prefieren entrevistar a los directivos en su oficina o en uno de sus centros de producción; aunque tampoco salen mal posicionadas las opciones de efectuar el encuentro en un restaurante (55%) o por teléfono (53%).

La encuesta constata que lo que más valora el periodista es que el directivo tenga un conocimiento muy profundo de su empresa y del mercado (92%), seguido de otras opciones como su personalidad (86%) y su trayectoria profesional (72%). Asimismo, se concluye que el alto ejecutivo será penalizado en la entrevista si se niega a contestar preguntas críticas (73%), si habla con tópicos o clichés (62%) o si muestra un comportamiento arrogante (47%). La encuesta revela también que el 41% de los periodistas permiten la revisión de las citas, pero sólo un 21% se avienen a que se revise todo el artículo.

Con estos y otros muchos datos, la red de relaciones públicas ha efectuado una serie de recomendaciones a los altos ejecutivos europeos: deben mostrarse "humildes, abiertos y hablar sólo de hechos"; abrir sus despachos e informarse antes sobre lo que el periodista y el diario ha escrito anteriormente sobre él y su empresa; tener un "conocimiento extensivo de la compañía"; respetar las reglas de juego en cuanto a la independencia de los medios; y tener en cuenta que su propia personalidad puede afectar al juicio del periodista.

Bienvenidos sean este tipo de ejercicios prácticos y todo lo que ayude a avanzar en el conocimiento mutuo de dos bandos que en realidad se necesitan, aunque uno de ellos a veces no lo admita.

Jefe de sección EXPANSIÓN



La memòria de Tiananmen

La nit del 4 de juny de l'any 1989, la imatge d'un home amb camisa blanca enfrontant-se sol a una columna de tancs a la plaça de Tiananmen va commoure el món.

Quan es commemora el 25è aniversari de l'esclafament de la primavera xinesa que va costar la vida a uns quants centenars de persones, aquella imatge amb prou feines significa res per a la gran majoria dels joves de vint anys d'avui. Mitjançant una censura fèrria, el règim comunista ha aconseguit esborrar de la memòria col·lectiva aquells dramàtics successos que van posar contra les cordes les autoritats d'un país regit per un partit que controlava tots els ressorts de la vida dels ciutadans. La protesta juvenil i l'ocupació durant set setmanes de la plaça de Tiananmen, al cor més simbòlic de Pequín, no van ser els únics actes de desafiament al règim de partit únic. N'hi va haver altres en diverses ciutats.

Aquells que tenen memòria del que va passar interpreten la demostració de força militar com el pas necessari per generar estabilitat. Segons aquesta justificació, s'allunyava la temptació de qualsevol protesta i el país s'encarrilava cap al creixement econòmic i la prosperitat. En aquest quart de segle la Xina ha passat de ser un país gairebé sense pes econòmic a convertir-se en la segona potència econòmica mundial mitjançant la seva peculiar fórmula de llibertat de mercat en un règim comunista.

Amb una fèrria censura,
la Xina ha esborrat el record
d'uns successos dramàtics
que van desafiar el règim

Ara, amb l'existència d'una àmplia classe mitjana i la difusió de les xarxes socials capaces d'esquivar la censura, la necessitat que senten les autoritats de suprimir tota referència al que va passar l'any 1989 és encara més gran. Un dels objectius assumits pel president Xi Jinping a l'iniciar el seu mandat fa poc més d'un any era acabar amb la dissidència. Malgrat el que hi ha escrit a la Constitució de la República Popular que assegura la llibertat d'expressió, de premsa, d'associació i de manifestació, el país ocupa el lloc 175 d'un total de 180 a la classificació mundial de la llibertat de premsa que elabora Reporters sense Fronteres. El Govern ha aixecat una gran muralla informàtica per poder exercir millor el control de tot el que circula per la xarxa. La proximitat del 4 de juny no ha fet més que augmentar la repressió contra destacats dissidents. Aquells morts i aquell desig de llibertat esclafat no han d'acabar en l'oblit.



Inicio de movilizaciones en Radio Euskadi por un ERE encubierto

Amortizará 30 plazas a través de una oferta de empleo de 49

C. L. BILBAO.

La plantilla de Radio Euskadi, emisora de radio en castellano perteneciente al grupo público EITB, inicia esta semana una serie de movilizaciones para denunciar la intención de la dirección de echar a 30 trabajadores, a través de lo que califican como Expediente de Regulación de Empleo (ERE) encubierto.

El consejo de administración de EITB aprobó el pasado 29 de mayo la convocatoria de una oferta de empleo 49 plazas, para regularizar la situación de estos puestos de trabajo. Pero esta OPE de facto implica el despido de 30 trabajadores, aquellos que sus plazas no se sacan a concurso y que pasan a amortizarse directamente.

Pero además la Oferta de Empleo Público establece como requisito para poder presentarse a las pruebas el nivel académico más alto de euskera que existe, requisito que no cumplen los actuales trabajadores de la emisora de radio en castellano y que vienen ocupando las plazas desde hace más de diez años con carácter temporal.

7,47

MILLONES DE PÉRDIDAS

El grupo público EITB perdió 7,47 millones de euros en el ejercicio 2013.

Se da la circunstancia de que EITB fue sancionada por la Inspección Laboral por tener a 79 trabajadores como falsos autónomos y le obligó a regularizar su situación de las cotizaciones y a admitirlos en la plantilla como *indefinidos fijos* hasta que se sacasen las plazas a concurso público y se regularizase totalmente la situación.

El grupo público EITB está sobredimensionado como lo muestra el hecho de que más de cinco años arrastrando pérdidas de más de siete millones anuales (7,47 millones en 2013), mientras sus ingresos publicitarios y subvenciones no dejan de descender. Además de estrategias de contención de gastos, EITB está adelgazando su plantilla sin presentar ningún ERE oficial, mediante amortizaciones de plazas por jubilación y ahora con la próxima oferta de empleo.



El PP valencià diu ara que li agradaria tenir una televisió pública

► La consellera d'Educació i Cultura i portaveu de la Generalitat Valenciana, María José Català, reconeix ara que al seu Govern "li agradaria en aquest moment tenir una televisió pública" per "traslladar l'acció de govern als ciutadans". Tot i això, ha afirmat que l'executiu d'Alberto Fabra va decidir tancar l'ens públic "per responsabilitat, perquè era insostenible mantenir-la amb 1.600 treballadors". La desfeta electoral del PP valencià en les eleccions europees ha generat moltes crítiques de membres d'aquest partit contra el president per haver apagat un mitjà de comunicació fonamental per a València. / Redacció