



RECULL PREMSA CAP DE SETMANA

30/06/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

45



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/07/14	EL DIARIO DE LA REDACCIÓN. ¡El escritor, periodista y colaborador nuestro Sergi Pàmies recibe el Premio Vázquez Montalbán! / FOTOGRAMAS	6	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
28/06/14	MARIO TESTINO, ELEGIDO MEJOR FOTÓGRAFO DEL MUNDO, Y MARÍA KE FISHERMAN, SELECCIONADOS COMO £ DISEÑADORES REVELACIÓN, FUERON LOS TRIUNFADORES DE LA TERCERA EDICIÓN DE VOGUE WHO'S ON NEXT, QUE REUNIÓ A / EL PAIS (S MODA)	8	1
28/06/14	LA MIRADA DEL CRONISTA / ABC (CULTURAL)	9	1
28/06/14	TV3 ESTRENARÀ LA SÈRIE 'EL FAR' A L'ESTIU / ARA	10	1
28/06/14	LA SEPI SALVA DE LA QUIEBRA A RTVE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	11	1
28/06/14	MEDIASET ACTIVA EL «PLA A, B I C» DAVANT LA PATACADA DE LA ROJA' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	12	1
28/06/14	ERNEST RIVERAS Gerente de contenidos deportivos de Movistar TV: «TVE TIENE QUE LUCHAR POR CONTENIDOS O PEDIRÁN SU CIERRE POR SER RESIDUAL» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	13	1
28/06/14	PERIODISMES.CAT, PER JOSEP GIFREU / EL PUNT AVUI	14	1
28/06/14	EL MARQUÈS, L'ESVÀSTICA I LA DECÈNCIA / DIARI DE GIRONA	15	1
28/06/14	BUSUTIL, EL PERIODISMO COMO TRINCHERA / ABC (CULTURAL)	16	1
28/06/14	PETITS PERIODISTES ENTRE SOMRIURES / EL PUNT AVUI (GIRONA)	17	1
28/06/14	GLORIA LOMANA RECIBE EL PREMIO A LA CONVIVENCIA Y TOLERANCIA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	18	1
28/06/14	DOS INTERACTIUS DE L'ARA.CAT, GUANYADORS DE PREMIS LAUS / ARA	19	1
28/06/14	HISENDA 'OFEGA' AMB L'IVA TV-3 / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	20	1
28/06/14	BARBERÀ BATEJA' ELS NOUS ESTUDIS DE RÀDIO IGUALADA REIVINDICANT ELS PERIODISTES / REGIO 7	21	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
28/06/14	BARCELONA RECORDA EL PERIODISTA I CARICATURISTA MANUEL DEL ARCO / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	22	1
28/06/14	LA OPOSICIÓN LAMENTA LA FALTA DE PLURALIDAD EN TV-3 / EL PAIS (NACIONAL) EDIC. CATALUÑA	23	1
28/06/14	JOSEP CAPELLA, CRONISTA PARLAMENTARI DE L'ANY / ARA	24	1
29/06/14	LA EDAD DE ORO DE LAS TERTULIAS POLÍTICAS EN TELEVISIÓN / ABC (EDICION NACIONAL)	25	2
29/06/14	EL OJO QUE VIGILA LA TELE / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	27	1
29/06/14	LES dJES cARES dE KARIM. EI RENÉIXER D'UN PERIODISTA REBEL / EL PERIODICO DE CATALUNYA(MES PERIODICO)	28	3
29/06/14	EL MINISTRO DEL INTERIOR, MEJOR PERIODISTA DEL AÑO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	31	1
29/06/14	DEBATES SOBRE PALABRAS, POR TOMÀS DELCLÓS / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	32	2
29/06/14	LA SEPI SALVA RTVE DE LA FALLIDA AMB UNA INJECCIÓ DE 130 MILIONS / ARA	34	1
30/06/14	LA RAZÓN, EL ÚNICO DIARIO QUE CONTINÚA SU CRECIMIENTO EN 2014 / LA RAZON	35	1
30/06/14	IGNACIO CORRALES DEJA LA DIRECCIÓN DE TVE Y ABRE UNA NUEVA CRISIS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	36	1
30/06/14	EL PRESIDENTE DE GOOGLE VISITA LA HABANA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	37	1
30/06/14	JAQUE A LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN, POR ENRIQUE GIMBERNAT / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	38	2
30/06/14	EL CIBERACTMSME SOBIRANISTA / EL PUNT AVUI	40	1
30/06/14	JORNADAS DE PERIODISMO DE UNIDAD EDITORIAL / EXPANSION	41	1
30/06/14	'EL MUNDO' CARREGA CONTRA ELS CANDIDATS A LIDERAR EL PSOE / ARA	42	1
30/06/14	PERRIER IEL'BALCONING' No comet cap irregularitat / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	43	1
30/06/14	MADURO, 'PERIODISTA' DE PREMI A VENEÇUELA / SEGRE	44	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Acceso por A+ no prohibida su reproducción.
Cinefilia

¡NO TE PIERDAS EL BLOG DE LA REDACCIÓN EN FOTOGRAMAS.ES!

EL DIARIO DE LA REDACCIÓN

MAYO 20 Aplaudimos a **Angela Lansbury** quien, con 88 años cumplidos, se sale en una de las últimas funciones de *Un espíritu burlón*, de **Noël Coward**, pieza con la que regresa al West End de Londres.



MAYO 21 No nos perderemos la exposición que la fotógrafa **Angélica Heras** anuncia para el mes de julio en la galería Materna y Herencia, de Madrid. Bajo el título *Botánica*, agrupa fotos de plantas y flores fuera de su entorno, que ofrecen una mirada muy poco habitual de la realidad que nos rodea.



MAYO 22 Deseamos de ver a **Pepón Nieto**, **Anabel Alonso** y **Jorge Calvo**, entre otros, en la adaptación de *El eunuco*, de **Terencio**, dirigida por **Pep Anton Gómez**. Se estrena en agosto en el Festival de Mérida.

MAYO 23 Aplaudimos la cinefilia de **Letizia Ortiz** y **Felipe de Borbón**, que celebraron su aniversario de boda, entre otras actividades, yendo a ver *Too Much Johnson*, de **Orson Welles**, en la Cineteca Matadero.

MAYO 24 Nos emociona el amor por el cine del Festival de Fuengirola, en el que nuestro redactor **Alex Montoya** ejerció de jurado junto al cineasta **Alberto Rodríguez** y al director de casting **Luis San Narciso**, entre otros. La Mejor Película fue *10.000 noches en ninguna parte*.

MAYO 25 Damos la enhorabuena al director vasco **Victor Erice**, que recibirá el homenaje a toda su carrera en el 67º Festival de Locarno (del 6 al 16 de agosto).



MAYO 27 Nos entristecemos con la muerte, a los 52 años, de **Pilar Morillo**. Estrechamente ligada a las carreras de **Bigas Luna** y **Isabel Coixet**, también llevó la prensa de distribuidoras como UIP, productoras como Lola Films y de la Academia del Cine Europeo en España.



MAYO 28 Loamos el humor de nuestro colaborador **Gabri Calzado**, que suplanta a **Michael Fassbender** en su particular versión de la portada de junio de FOTOGRAMAS. ¿Alguien más se atreve a enviarnos la suya?

MAYO 29 Compartimos la alegría de nuestro colaborador **Miguel Ángel Oeste**, que publica su segunda novela *Far Leys* (Ed. Zut), que indaga en la vida del músico **Nick Drake**.



JUNIO 31 Descubrimos, en una foto publicada en *Babelia*, el lugar que en el salón de **Carmen Machi** ocupan sus tres Fotogramas de Plata de Televisión (uno por 7 vidas y dos por *Aida*).



JUNIO 1 Vemos a nuestro querido **Jaume Figueras** entre los críticos retratados por **Albert Montoya** en su divertida historieta *La crítica ha dicho*, incluida en su último cómic, 23 fotogramas por segundo (ed. Caramba Comics).

JUNIO 4 Aplaudimos a rabiar el traje de **Rihanna** en la ceremonia donde recoge el Icon Fashion Award 2014. Un diseño de **Adam Selman** a base de más de 200.000 cristales Swarovski.



Deseamos mucha suerte a **Concha Velasco**, que afronta un momento delicado en su vida, y a la vez recordamos su alegría y vitalidad en esta sesión de fotos para el FOTOGRAMAS de enero de 1997. Un recital de profesionalidad y entusiasmo contagiosos, inmortalizado por **Luis Iglesias**.



JUNIO 6 Rendimos homenaje a la añorada **Dunia Ayaso** en la fiesta íntima organizada en su honor por **Félix Sabroso** y su familia y a la que asistieron **Almodóvar**, **Alaska & Mario**, **Juan Gatti**, **Esther García**, **Enrique López Lavigne**, **Álex de la Iglesia** y **Carolina Bang**, **Pepón Nieto**... entre muchos otros allegados.



Una imagen no tan insólita de nuestro redactor jefe en Barcelona, **Pere Vall**, y nuestro colaborador **Fausto Fernández** en *Sólo química*, de **Alfonso Albacete**, donde hacen un cameo, como periodistas de FOTOGRAMAS, junto a **Rossy de Palma**.

JUNIO 8 Nos cuentan que **Quim Gutiérrez** ha sido fichado por el influyente representante francés **Laurent Grégoire** de la agencia Adequat, que lleva, entre otros, a **Marion Cotillard**, **Monica Bellucci**, **Léa Seydoux**, **Eva Green**... Una operación tramitada por su agente español, **Antonio Rubial**.

JUNIO 9 Nos unimos a la fiesta del 80 aniversario del **Pato Donald**. ¡Cuac!



JUNIO 14 Aplaudimos el despliegue de creatividad del **Sonar+D**, alucinamos con la magnífica instalación *unidisplay*, gracias a la colaboración con la Fundación Sorigúe y, sí, bailamos un rato... muy largo en esta nueva edición del Sónar de BCN. ¡Ya con ganas de la edición del 2015!



JUNIO 15 ¡Sorpresa! En *La Cueva* (estreno este mes), **Marcos Ortiz** nos lee en el vóter, antes de vivir una pesadilla.

JUNIO 16 ¡El escritor, periodista y colaborador nuestro **Sergi Pàmies** recibe el Premio Vázquez Montalbán!

JUNIO 19 Aplaudimos *Seré asesinado*, el documental de **Justin Webster** sobre el asesinato del abogado **Rodrigo Rosenberg** en 2009, en una de sus sesiones de debate-estreno en los Cinemes Girona barceloneses.



JUNIO 20 Nos encanta el cartel de **Eva Green** para *Sin City: Una dama por la que matar*, censurado en USA. Nosotros, ningún problema, ¡al contrario!



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





M^a Carmen Herrero, Isabel Preysler, Javier Pascual, presidente de Ediciones Conelpa; Tamara Falcó y Yolanda Sacristán, directora de Vogue.



Adrián Lastra y Martín Rivas.



Raquel Sánchez de Loewe, y Gema Jiménez Peral, de Vogue.

Mónica de Tomás.

Amaya Arzuaga y Juanjo Oliva.

Jabob A. Bendahan, de Concepto Comunicación; Nuria González y Miguel Gallastegui, de Elizabeth Arden.

Carmen March, de Pedro del Hierro.



Félix Elortegui, de Brugal, con Beatriz García, de Burson-Marsteller.



Teria Yabar (dcha.) junto a Loles León y su acompañante.

Experiencia y nuevos valores

REFERENTES DE LA MODA

Mario Testino, elegido mejor fotógrafo del mundo, y María ke Fisherman, seleccionados como diseñadores revelación, fueron los triunfadores de la tercera edición de Vogue Who's on Next, que reunió a los nombres más relevantes del sector.



Nieves Álvarez.



Juan Vidal.



Juan Tapia y Paco Caro, de Equipo Singular.



Maya Hansen y Marcela Mansargas.



Nicolás Crisón, de Giorgio Armani.



Cristina Piaget.



Ana Locking.

Isabel Preysler le entregó el premio a Mario Testino.



Los ganadores: María Lemus Fernández y Victor Alonso, de María ke Fisherman.



Aires de seducción

Numerosos rostros conocidos se reunieron para celebrar con Kenzo su tradicional fiesta de verano en la terraza del Club Financiero Génova. El dress code «seductor» lo marcaba la esencia Jeu D'amour de Kenzo.

Olivia de Borbón, Matias de Alzua, director de LVMH fragancias, y Vega Royo-Villanova.

Boris Izaguirre.

El chef Ramón Freixa.

La actriz María Castro.

Brianda Fitz James.

Marta Hazas.



Carlota Casiraghi.



Patrizio di Marco, presidente de Gucci, y la diseñadora Frida Giannini.

Belleza de pasarela

Carlota Casiraghi fue la estrella de la presentación de la línea de cosméticos Gucci Cosmetics, en Nueva York. «Para mí la belleza y la moda están conectadas», dijo Frida Giannini, creativa de la marca.



El grupo Say Lou Lou.



Rachel Zoe y Solange Knowles.



La modelo Crystal Renn.



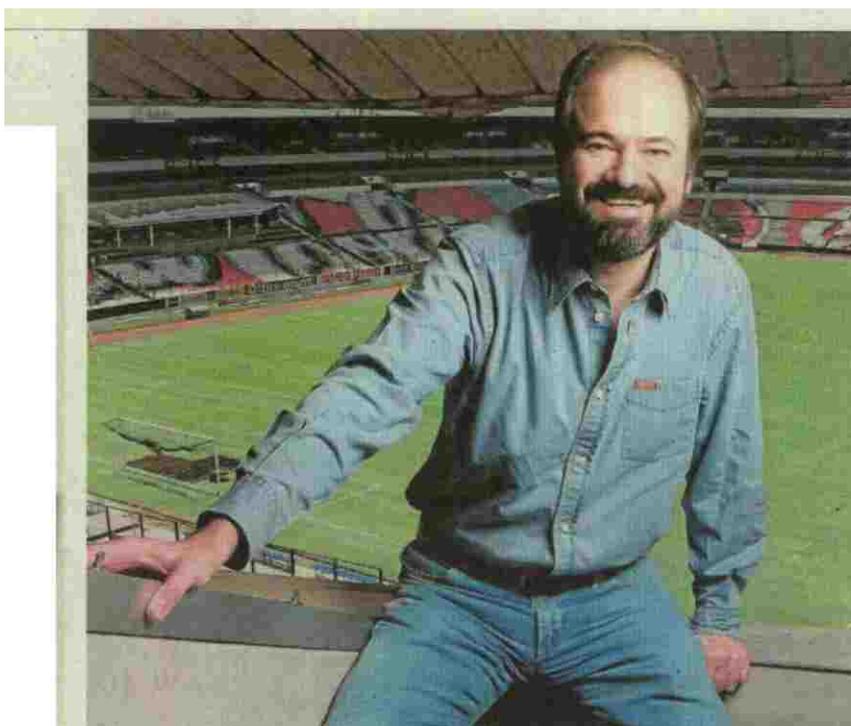
Poppy Delevingne.



Jessica Rae Springsteen.



Giovanna Battaglia.



Juan Villoro, cuyas crónicas forman parte de este ensayo

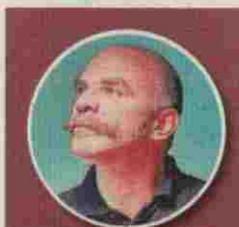
LA MIRADA DEL CRONISTA

Frente a la velocidad y lo noticioso, la información autor; es decir, la crónica, heredera del Nuevo Periodismo

Vuelan las noticias entre urgentes y reportes de agencias. Los periódicos digitales llegan siempre al minuto: el último auto del juez estrella de turno, el enésimo atentado en Siria, los movimientos de tropas en Ucrania... Vuelan los digitales detrás de Twitter -rápida, ligera... la red social inalcanzable-, mientras que las radios se mantienen firmes con sus boletines informativos y las televisiones resisten a base de tertulias.

¿Y los diarios? El periódico de ayer ya no es viejo, sino prehistórico. Hoy lo viejo es una noticia de hace dos horas. El papel se encoge en un nuevo panorama mediático que lo margina. Serán los cronistas quienes cuenten si los periódicos agonizaron hasta su desaparición. O, quizá, si fueron ellos quienes los salvaron.

Porque la actual «ansiedad social de realidad, o de apa-



UNA NUEVA GENERACIÓN
Martín Caparrós (arriba), Leila Guerrero (sobre estas líneas) y Juan Villoro son hoy el relevo de los grandes nombres del Nuevo Periodismo

riencia de realidad», mantiene María Angulo, «está beneficiando la no ficción». Esto es, el periodismo narrativo. «Y hay que aprovecharlo». Doctora en Filosofía y Letras y profesora de Periodismo de Investigación, Angulo es la coordinadora de *Crónica y mirada. Aproximaciones al periodismo narrativo*, un libro que se acerca desde un punto de vista teórico y práctico a este «macrogénero de autor» que privilegia la mirada y el estilo sobre la velocidad y lo noticioso.

Cambiar de foco

En la línea de publicaciones como *Antología de crónica latinoamericana actual*, *Mejor que ficción* o *Periodismo narrativo. Cómo contar la realidad con las armas de la literatura*, Libros del K.O. reivindica con esta obra la crónica, un género que la editorial se empeña en seguir publicando en formato libro. Porque «de cerca nadie es normal».

Eso es posible descubrirlo, señala Angulo, cuando el cronista «se toma su tiempo»; cuando «hurga en el pasado» y «cambia el foco y se ocupa de los márgenes, de las historias mínimas, para tratar de comprender, para dar cuenta de los porqués del presente y de los posibles futuros,

de los límites y de sus formas». «Eso parece significar "mirar" en periodismo narrativo.»

Miradas como las de los periodistas argentinos Leila Guerrero o Martín Caparrós. O la del escritor mexicano Juan Villoro. *Crónica y mirada* recoge textos de estos autores, herederos del mejor «Nuevo Periodismo» que acuñaron Tom Wolfe, Norman Mailer, Jimmy Breslin y compañía. Marc Weingarten narra en las páginas de *La banda que escribía torcido* cómo estos escritores se convirtieron en auténticas estrellas de rock gracias, en muchos casos, a una novelesca impostura de rebelde. Y gracias a que hubo revistas dispuestas a apostar por la «crónica de largo aliento».

Circulación visual

Hoy, estos textos buscan acomodo en publicaciones clásicas como *Etiqueta Negra* y *Letras Libres* o en nuevas apuestas digitales como *Anfibia*. No es fácil resistir. Las historias reposadas se enfrentan también a un escenario eclipsado por la «circulación visual de la información».

Jorge Carrión, en uno de los ensayos que acota este género en *Crónica y mirada*, señala que los periodistas audiovisuales han apartado a los reporteros de no ficción a un peldaño inferior del que ocuparon en la segunda mitad del siglo pasado. Las redacciones de los diarios son hoy un espacio anacrónico en las series de televisión, razona Carrión; la agonía del periodismo «está siendo televisada, con periódicas convulsiones y una marcada resignación».

Roberto Herrscher examina en otro texto a autores estadounidenses como Charles Bowden o Susan Orlean, que se valen de las herramientas del periodista narrativo para renovar la mirada del cronista y de los propios lectores. «Quiénes ahora se acercan con menos inocencia, pero con más necesidad de quedar atrapados por una gran historia».

JAIME G. MORA

CRÓNICA Y MIRADA
MARÍA ANGULO EGEA
(COORD.)

Ensayo
Libros del K.O., 2014
15,90 euros
E-book:
5,99 euros
★★★★





TV3 estrenarà la sèrie 'El far' a l'estiu

Una nova reposició de 'Plats bruts' i la ficció francesa 'Boulevard du Palais' completaran les tardes

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

TV3 incorporarà tres noves sèries a la seva graella d'aquest estiu, que es posarà en marxa a mitjans de juliol. L'estrena més destacada serà la d'*El far*, una coproducció entre la televisió pública catalana i els canals autonòmics de la resta de l'Estat, que ocuparà l'espai de *La Riera* a partir del dia 21. Aquesta ficció –la primera que els canals agrupats en la Forta produeixen conjuntament– és una telenovel·la protagonitzada per dues famílies enfrontades: els Peña intenten tirar endavant el restaurant de què són propietaris, mentre que els Muñoz tenen una constructora que vol comprar l'establiment per enderrocar-lo i substituir-lo per un centre comercial. L'amor entre la filla de la família Peña i el fill dels Muñoz és el motor que farà avançar la trama.

La sèrie, que consta de 120 capítols de 50 minuts, ja s'ha emès durant aquesta temporada en diversos canals autonòmics, amb resultats que, en la majoria dels casos, no han arribat al 5% de quota de pantalla. Les excepcions han sigut Galícia –on la sèrie va arribar al 10% de share– i l'Aragó –amb un 13,9%.

Apart d'aquesta ficció, TV3 estrenarà durant l'estiu una sèrie nord-americana de *prime time* –de moment, la cadena no n'ha revelat el títol– i la francesa *Boulevard du Palais*, una producció de caràcter policíac que acumula 16 temporades a France 2 i que es veurà cada tarda.

Tornen els clàssics

Segons han explicat a l'ARA fonts de TV3, l'arribada de dues noves ficcions a la tarda no impedirà que la cadena programi també en aquesta franja un dels seus grans clàssics, *Plats bruts*. La *sitcom* protagonitzada per Joel Joan i Jordi Sánchez ja s'ha reemès els dos últims estius, i no ha donat mostres de debilitat, sinó més aviat al contrari: l'any passat va tenir un 16,9% de quota de pantalla, amb gairebé 300.000 espectadors.

Però aquest no serà l'únic format que el canal públic recuperarà aquest estiu. Segons va explicar ahir el director de Televisió de Catalunya, Eugeni Sallent, durant la seva compareixença al Parlament, la graella d'estiu de la cadena es basarà fo-



NOVETATS I CLÀSSICS
La sèrie *El far* (01), coproduïda per TV3 i pels canals autonòmics d'altres zones d'Espanya, serà una de les incorporacions de la graella d'estiu de la televisió catalana. També en formaran part ficcions i programes que ja s'han emès anteriorment al canal públic, com ara *Plats bruts* (02), que s'ha convertit en un clàssic dels estius de TV3. FORTA / TVC

ramentalment en el cinema i les reposicions de programes "que han tingut èxit aquesta temporada o en la història de TV3", tot i que no va donar cap més detall.

"Creiem que serà una bona combinació", va exposar Sallent, que es va marcar l'objectiu de "repetir la fita de l'any passat" i mantenir el lideratge durant l'estiu. "És el període de menys consum de televisió, però no per això hem de deixar de ser competitius", va afegir, tot i que va admetre que aquesta és l'època de l'any en què la cadena inverteix "menys" en producció, "per poder treure el màxim rendiment de la temporada regular".

En canvi, el Super3 sí que es "reforçarà" durant l'estiu, ja que és en aquest període quan el canal infantil obté "les millors xifres". "Hem d'abocar-hi recursos per donar-hi resposta", va dir Sallent, i va avançar que s'han preparat edicions especials de *Tags* i pel·lícules d'animació per als caps de setmana.

Comissió de control a la CCMA

Hisenda amenaça l'estabilitat de la Corporació

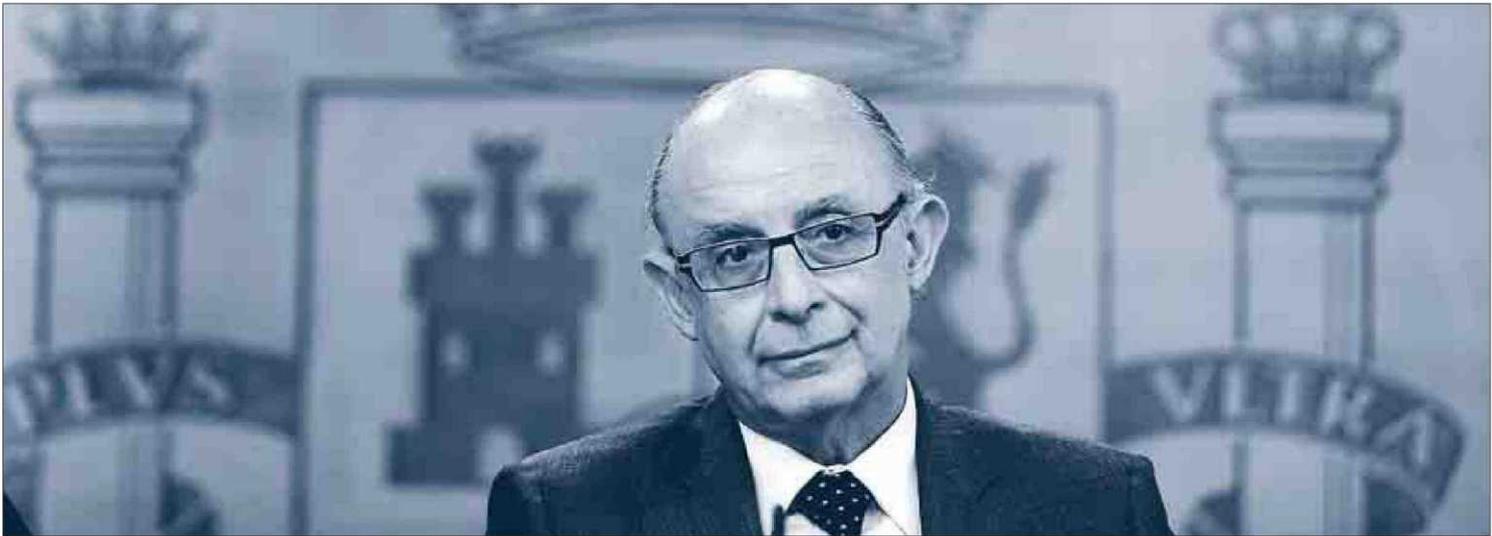
Alerta roja per l'IVA

Hisenda va notificar el 4 de juny a la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) que li obria un expedient derivat del canvi de criteri del ministeri en la deducció de l'IVA, que té efectes retroactius des del 2012 i que obligarà l'ens públic a abonar a l'Estat una quantitat encara no definida. La "hipòtesi" del president de la Corporació, Brauli Duart, és que a principis de juliol Hisenda farà saber a la CCMA la quantitat que li reclama –que ell pronostica que serà d'una "gran magnitud"–, i que la liquidació definitiva arribarà a la tardor. "El que ens caurà al damunt s'escapa de les nostres possibilitats de fer-hi front", va alertar Duart, que es va posar "a disposició" del Govern i del Parlament per buscar una solució "conjuntament". La CCMA no descarta recórrer a la via judicial.

La batalla dels audímetres

El director de TV3, Eugeni Sallent, considera que el canvi en la distribució dels audímetres que es va començar a aplicar al març –i que va suposar una reducció del percentatge de persones de la mostra que "parlen català"– ha tingut "influença negativa" en els resultats d'audiència de TV3, tot i que admet que altres factors, com "la competència o la conflictivitat laboral" també hi han incidit. Amb tot, Sallent creu que ja s'ha superat el "punt d'inflexió", com demostra el creixement d'audiència del maig i el juny, i fins i tot veu possible que el comitè encarregat de definir la distribució d'audímetres corregeixi la seva decisió i accepti la proposta de TV3, consistent a prendre com a referència l'enquesta d'usos lingüístics de l'Idescat en comptes del cens.





El ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, Cristóbal Montoro, en la rueda de prensa posterior al Consejo de Ministros de ayer. / JAVIER BARBANCHO

La Sepi salva de la quiebra a RTVE

- El grupo estatal aporta 130 millones de emergencia para evitar que entre en disolución
- El presidente del Ente presentará un «plan de eficiencia» para intentar contener el gasto

Viene de **primera página**
El Consejo de Administración de la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (Sepi) aprobó ayer la concesión de los 130 millones para compensar pérdidas y se lo comunicó al presidente de RTVE, Leopoldo González-Echenique, que venía reclamando con urgencia este apoyo financiero. Así lo confirmaron a EL MUNDO fuentes próximas al consejo de la Sepi, que es un organismo dependiente del Ministerio de Hacienda.

Esta medida se combinará con una reducción del capital social que puede ser superior a los 300 millones de euros para equilibrar contablemente su dramática situación patrimonial.

El Consejo de Ministros no alcanzó ayer aún ningún acuerdo sobre la reforma del modelo de financiación de RTVE que González-Echenique considera necesario para hacer sostenible el apoyo que ahora recibe

RTVE. De momento, en el consejo de la Sepi participan altos cargos de los Ministerios clave, incluido el de la Presidencia y se trata de una decisión de alta política en un momento en el que el ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro, anunció ayer el fin de las reducciones de gasto público en el año electoral de 2015.

La necesidad de rescate ya venía siendo urgida por RTVE desde hacía meses, tal y como publicó este diario el pasado 4 de mayo, pero el Gobierno no tomó ninguna decisión en aquel momento de campaña de elecciones europeas.

González-Echenique señaló el pasado martes ante la Comisión Mixta de Las Cortes que esperaba apoyo de forma «inmediata» tras unas pérdidas acumuladas que cifró en 716 millones, pero que este año cabalgan a superar los 800 millones. La urgencia responde a que el primer grupo audiovisual español roza la «causa de disolución» al contar

«Cada día que amanece perdemos dinero»

> **Las pérdidas acumuladas.** El presidente de RTVE, Leopoldo González-Echenique, cifró el pasado martes las pérdidas acumuladas a cierre de 2013 en 716 millones. «De esos 716 millones de pérdidas acumuladas, casi 400 millones son pérdidas patrimoniales. Más del 50% de las pérdidas es por la depreciación de inmuebles. Cada día que amanece perdemos dinero. En 2007 ese patrimonio estaba valorado en 800 millones y había que corregirlo».

> **Déficit crónico.** Además del drama inmobiliario, el déficit crónico de RTVE con el actual modelo supera los 100 millones al año.



El presidente de RTVE, Leopoldo González-Echenique. / BERNARDO DÍAZ

con un agujero que bordea más de la mitad del capital social. La situación era explosiva, porque, además de la quiebra, la causa de disolución obligaba a la destitución del presidente de RTVE y de todo el consejo de administración, que incluye representantes de varios partidos políticos elegidos por el Parlamento. En tal caso, la Sepi debía nombrar un administrador provisional para gestionar el gigante audiovisual, que cuenta con una plantilla de 6.500 personas.

El Gobierno ha espantado ese escenario y realiza la aportación a RTVE sin condicionalidad, según las fuentes consultadas. No obstante, González-Echenique, que goza de la confianza de la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, tiene previsto presentar pasado mañana al Consejo de Administración de RTVE un llamado «plan de eficiencia» para ajustar costes y contener partidas crecientes como la de los gastos de personal.



Mediaset activa el «pla a, b i c» davant la patacada de 'la Roja'

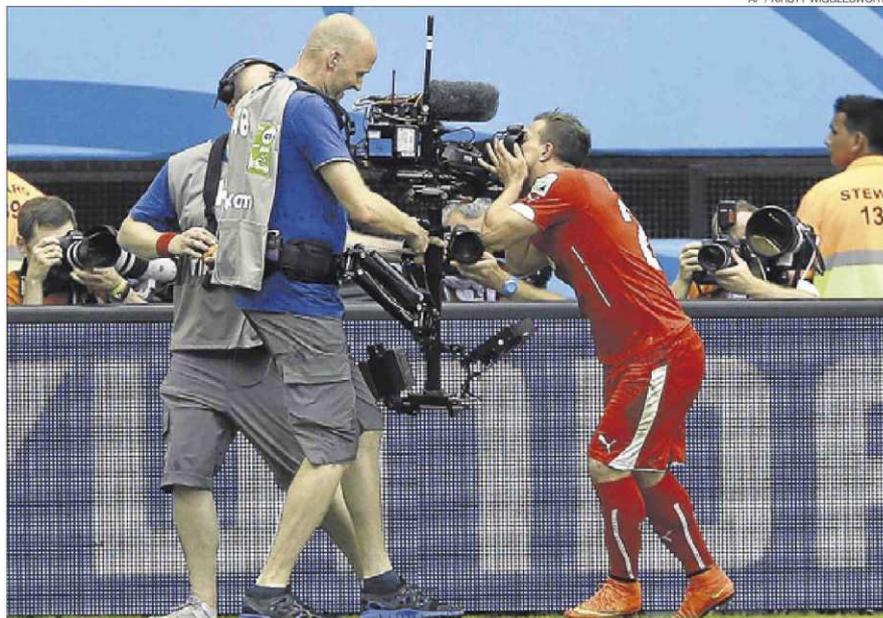
► Tele 5 reforça la seva graella amb èxits de cine per minimitzar la caiguda de l'audiència

► Paolo Vasile afirma que no hi perdran res, però el valor en borsa va baixar el 3,17%

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

Quan Espanya va caure davant Xile al Mundial del Brasil van saltar totes les alarmes a Mediaset Espanya, grup audiovisual que havia fet una importantíssima aposta per la vigent campiona i, en principi, una de les favorites del torneig. Però el futbol és així: un esport d'altíssim risc per a les arquitectures de les televisions, que s'ho juguen tot al fet que la pilota entri. I no ha entrat, de manera que l'empresa que dirigeix Paolo Vasile té ara uns drets en què va invertir uns 35 milions d'euros. I no més en dos decebedors partits (davant Holanda i Xile), el seu valor ha quedat per terra. I aquesta patacada es va veure en la borsa: el 19 de juny, l'endemà de la debacle davant Xile, Mediaset va encapçalar les pèrdues de l'Ibex al baixar el 3,17%.

Davant l'evidència del fracàs, Vasile va haver de sortir a la palestra per minimitzar els danys i tranquil·litzar els accionistes. El 24 de juny passat, el conseller delegat va negar públicament la major: Mediaset no ha perdut ni un duro amb el Mundial, i va assegurar que el balanç entre despeses i ingressos al final de la



►► El jugador suís Xherdan Shaqiri li fa un petó a una càmera després de marcar un gol a la selecci3n d'Hondures.

la inversi3n ELS NÚMEROS DE MEDIASET

30.000.000

d'euros és la xifra aproximada que va desemborsar Mediaset pels drets audiovisuals per a Espanya del Mundial del Brasil.

5.000.000

d'euros és el cost de producci3n que suposa cobrir el Mundial.

14.000.000

d'euros hauria guanyat Mediaset amb els partits de la selecci3n si la Roja hagués arribat fins a la final del Mundial (7 partits).

20.000.000

d'euros perdrà Mediaset, segons càlculs del sector publicitari.

competici3n serà «zero». El directiu va reconèixer que no està content amb la fulminant eliminaci3n de la selecci3n, però va insistir que tampoc era «una tragèdia», i que el matiner adéu no serà «un llast». La principal ra3n es troba en el fet que tenen un pla alternatiu. O com ell va dir, «pla a, b i c».

«Quan es compra una cosa, s'han de fer càlculs, així ho hem fet en totes les competicions que hem adquirit. No podem dir que hem pagat poc, però en les negociacions té sentit comptar amb aquestes previsions», va apuntar.

De moment, pel que s'ha pogut veure, els plans alternatius que Mediaset tenia en un calaix se centren en dos punts: desmantellar tota la infraestructura muntada a les diferents seues del Brasil i reforçar la graella amb estrenes que compensin la caiguda d'audiència que patiran sense la Roja en joc.

La retallada en la producci3n del Mundial ha estat immediata i del 50%: de les 60 persones entre tècnics i periodistes que havia desplaçat al Brasil, ara només n'hi ha 30. Una decisi3n lògica, i que també han seguit altres mitjans de comunicaci3n acreditats, com és el cas de la Cadena SER (de 10 enviats ja n'han tornat tres) o de la COPE (de 22 professionals ja n'han tornat 12).

'INTOCABLE' // Però a més de la caiguda dels ingressos publicitaris —que no els permetrà guanyar diners, segons Vasile—, hi ha el problema de l'audiència: sense els gols d'Espanya, aquesta se'n ressentirà d'una manera molt més difícil de maquillar. És a dir, si al maig Tele 5 va tancar amb el 15,4% de quota mitjana, aconseguir-ne un al juny del 16% no és suficient: són 35 milions d'euros per poc més de mig punt d'audiència.

Per aix3, Mediaset ha posat en marxa una altra de les potes del pla, que és la de reforçar la graella traient del calaix estrenes de categoria. Aquest és el cas de la pel·lícula *Intocable*, gran èxit de taquilla. Va començar a anunciar-ne l'emissió el 20 de juny (dos dies després de la debacle) i la va emetre dimarts passat. Mediaset va pagar més de dos milions d'euros per tres projeccions d'aquesta producci3n, desemborsament desmesurat per a un mes en què ja inverteix els 35 milions d'euros amb el Mundial. Però, és clar, si Espanya ja no hi és... També destaca en aquest pla l'emissió de tots els partits que queden del Mundial (en total, n'emet 25) per T-5, per potenciar al màxim el canal de referència, i sacrificant Cuatro. És el que tenen els plans a, b i c: són d'ajust davant situacions de crisi. ■



ERNEST RIVERAS Gerente de contenidos deportivos de Movistar TV. El periodista lidera la cobertura de la plataforma de pago que en tiempo récord ha adquirido los derechos de F-1, Motos y clasificación de Eurocopa y Mundial: «El fútbol es la joya de la corona»

«TVE tiene que luchar por contenidos o pedirán su cierre por ser residual»

EDUARDO FERNÁNDEZ / Madrid

Un competidor inesperado alteró la parrilla de salida de las carreras de motor. Los rivales no podían evitar su sorpresa ante la aparición de una nueva escudería, con un equipo de estreno que incluía el fichaje de Ernest Riveras como gerente de contenidos deportivos. Hoy, es el turno del circuito de motos de Assen, en Holanda. El acelerón de Movistar TV no ha defraudado: su programación está vertebrada por los mundiales de Fórmula 1 y Motociclismo (en el caso de las motos, este año disponen en exclusiva del directo de nueve premios) e incorporará los partidos clasificatorios para la Eurocopa 2016 y el Mundial 2018 en los que no participe la Roja. «El fútbol es la joya de la corona. Hay que pensar en todas las competiciones», advierte Riveras sobre la voracidad de la plataforma –el lunes finaliza el plazo para presentar ofertas por la Champions–.

El periodista de 50 años ha puesto cara a una enorme operación. Movistar TV ha comprado los derechos de los coches hasta 2017 y de las motos hasta 2018. Desde 2016, los controlará en exclusividad –aunque los circuitos españoles deben verse también en abierto por ley–. «En menos de dos años, la televisión de pago va a tener una penetración del 80% en España. El panorama va a cambiar en meses por la compra de Canal+. No va a quedar más remedio que recurrir al pago», considera Riveras. «En cuatro meses logramos pasar de unos 700.000 abonados a más de 1.100.000», expone.



El periodista Ernest Riveras, en un control de realización. / MOVISTAR TV

La penetración en España era del 21% a finales de 2013, tal y como plasma el observatorio Ontsi. Los datos de la CNMC reflejan que 2013 se cerró con 3,7 millones de abonados, un 7% menos que el año previo. En Movistar TV se confía en llegar a 10

millones de abonados en cinco años. – ¿Encuentra lógico que el público prefiera ver el deporte en abierto?

– Se trata de algo histórico. La gente lo pasa mal al ver que un deporte no entra en su espectro. Nos hemos acostumbrado a que las cosas

lleguen gratis y en directo. En Italia y Gran Bretaña las motos sólo se ven en pago. En Alemania existe un modelo mixto como el que ahora tenemos aquí. La gente paga por algo a cambio; lo que pasa es que ahora hay más ruido que nunca en Twitter.

Nadie se queja de que el Madrid-Barça se emita en un canal de pago.

Es cierto que en otros mercados como el alemán, el británico o el francés el pago ronda el 60% de penetración. Ésta es la visión de Riveras: «Tengo derecho a ver lo que quiera. He seguido muchos años la NBA y el rugby en Canal+. Ahora le podemos ofrecer al heavy user todo el deporte en vena. Quiero ver el rugby, pero nadie lo da: la pública no puede y a las privadas no les interesa. Quien quería un tratamiento especializado del deporte no lo tenía en TV; ahora, con Movistar, sí».

Después de 25 años en TVE, Riveras pidió una excedencia. A principios de año cambió la cadena pública por la teleco. «Había llegado a un punto en TVE en el que creía que debía participar en la toma de decisiones. Después de los JJOO de 2012, pensaba que lo siguiente era estar en la edición, no en hacer un programa cada tarde. Si hubiera estado en Ma-

«Nadie se queja de que el Madrid-Barça se emita en un canal de pago»

drid en vez de en Sant Cugat, habría sido distinto. En Movistar TV hago lo que me habría gustado hacer en TVE», comenta Riveras, que ha atraído hasta Movistar TV algunos nombres de TVE como los de Albert Palau, Javier Grima e Izaskun Ruiz.

– ¿Cómo se ve TVE desde Movistar TV?

– Es una pescadilla que se muerde la cola: si queremos una cadena pública fuerte hay que dotarla de medios. O se mete publicidad o se mantiene la aportación del Estado. TVE tiene que luchar por contenidos porque si no lo hace pedirán su cierre por ser residual las cadenas privadas.



**S'ESTAN REDEFININT
ELS MODELS DE NEGOCI
DEL PERIODISME 2.0**

Josep Gifreu



**Periodista i professor de
comunicació a la UPF**

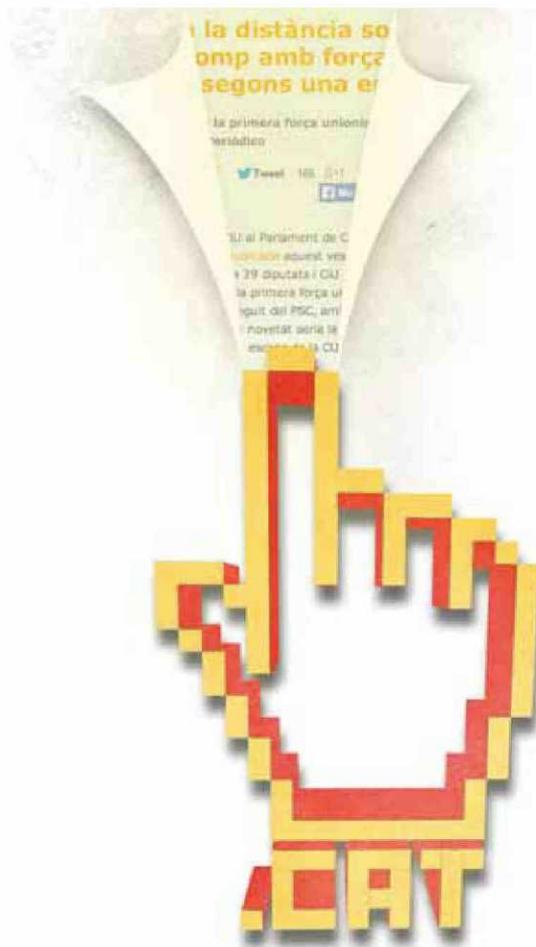
Periodismes.cat

Hi ha diversos periodismes a l'espai del català. I una bona part està compromesa amb la construcció d'una marca informativa pròpia en l'univers del ciberespai. A aquest conjunt, ric i variat, que tenen almenys el català com a eina d'expressió i d'informació, l'anomenaré "periodismes.cat". Es tracta d'una primera generació de mitjans, de professionals i de rutines del nou periodisme digital, que han hagut de fer front a una doble crisi: la tecnològica i l'econòmica.

LA CRISI econòmica ha afectat l'empresa periodística tradicional tant o més que a les empreses d'altres sectors perquè ja es trobava immersa en una crisi anterior, la que requeria una profunda transformació per adaptar-se al nou entorn digital i als mercats emergents de la informació. La llarga crisi ha enfonsat molts projectes periodístics i llocs de treball per la caiguda de la publicitat i la irrupció de nous competidors. Per això encara s'estan redefinint els models de negoci del nou periodisme 2.0.

ARA BÉ, L'ENTORN DIGITAL facilita també l'aparició de nous projectes i nous agents que busquen a la xarxa oportunitats d'expressió i de comunicació. Estem en plena transició. L'anàlisi crítica d'aquesta transició s'està fent a les empreses, a les universitats i a les revistes especialitzades. Aquí només voldria destacar tres punts amb relació al progrés del periodisme digital en català.

PRIMER, LA NOVETAT GLOBAL respecte al passat és que totes les realitzacions dels "periodismes.cat" estan tècnicament disponibles a internet i, per tant, a disposició de tota la catalanofonia. El



CATALINA ACELAS

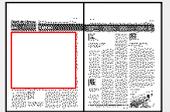
nus de la disponibilitat rau en quina és la clau d'accés a l'immens arsenal de producció informativa ja existent. D'aquí la importància de pensar models de negoci dels mitjans –privats i públic– que en facilitin l'accés i d'arbitrar polítiques públiques de foment i

Entre tots anem bastint un ric i extens teixit de cibermitjans en català a tot el territori, d'àmbit local i temàtic

suport a fi d'obrir al màxim l'accés als continguts dels "periodismes.cat". Per al futur "tot digital" en català, les facilitats d'accés al periodisme de qualitat haurien de ser garantides.

SEGON, UN TRET A DESTACAR en aquesta primera generació és la notable dependència de les millors ofertes de "periodismes.cat" respecte de les empreses periodístiques tradicionals, privades o públiques. Res d'estrany: això passa en totes les altres comunitats de llengua. A Catalunya, per exemple, en són clars exponents aquest diari, *El Punt Avui*, *El Periódico* o *La Vanguardia* (els dos últims, des de la seva versió en català el 1997 i el 2011, respectivament). Com ho són les experiències de periodisme audiovisual en xarxa de TVC, Catalunya Ràdio o RACC1. Aquesta dependència fa molt greu el tancament irresponsable de RTVV al País Valencià. I posa en relleu mancances actuals com la inexistència de versió en català de l'edició digital de *La Vanguardia* o dels dos diaris esportius més populars de Barcelona.

FINALMENT, S'ESTAN CONSOLIDANT diaris i mitjans digitals de tipologia molt variada. Segons control OJD de maig, les deu primeres capçaleres digitals en català aconseguïen uns vuit milions d'"usuaris únics" al mes (els quatre primers, entre dos i un milió, eren: Ara.cat, Nació Digital, Vilaweb i El Punt Avui). En suma, entre tots anem bastint un ric i extens teixit de cibermitjans en català a tot el territori, d'àmbit local i temàtic, de periodicitat diversa, de mil colors i textures, que permet identificar ja al ciberespai una regió informativa de marca catalana, alimentada per una pluralitat de "periodismes.cat".



Jordi Serrano Blanquer

RECTOR DE LA UNIVERSITAT PROGRESSISTA D'ESTIU DE CATALUNYA.

EL MARQUÈS, L'ESVÀSTICA I LA DECÈNCIA

«Que un dels millors premis i reconeixements del món periodístic porti el nom d'un feixista i que ningú se'n queixi al llarg dels anys és una cosa a estudiar»

Si un dels grans premis als dentistes espanyols portés el nom d'un feixista i ningú se n'hagués adonat, seria una cosa raonable. Per què un dentista s'ha de posar a investigar la ideologia del nom d'un guardó? Ara bé, que un dels millors premis i reconeixements del món periodístic porti el nom d'un feixista i que ningú se'n queixi al llarg dels anys és una cosa a estudiar. Va passar ni més ni menys entre 1975 i 2014, va durar ni més ni menys que 39 anys. Que li donin el premi a **Jaime Campmany** o **Emilio Romero**, **Federico Jiménez Losantos**, **Juan Manuel de Prada**, fins i tot sembla lògic, ara bé que **Antonio Gala**, **Francisco Umbral**, **Juan Cueto**, **Fernando Savater**, **Antonio Muñoz Molina**, **Arturo Pérez Reverte** o **Félix de Azúa** l'hagin rebut sense saber qui era el nom del guardó –si ho sabien, encara és pitjor– i que, encara ara, no hagin anunciat que el retornen, sembla una cosa increïble. Em sembla que la feina del periodista és explicar allò que passa, tenir una certa curiositat per l'entorn, no? Ningú va tenir la curiositat de saber de qui era aquell nom?

L'any 1975 el grup Mapfre, una companyia d'assegurances, vol instaurar un nou premi periodístic i suposo que després de moltes deliberacions proposen el nom de **César González-Ruano**, un periodista que va escriure a molts llocs però especialment a

l'ABC. Mireu que hi ha periodistes per triar!

Em proposo fer una investigació periodística, sé que és molt complicat i arriscat i que requeriré moltes hores però tot i això ho intento. El diari és mereix això i més. Entro a Internet, Google, busco «*ABC hemeroteca*», hi poso «*gonzález-ruano*», m'apareixen 6.511 referències; si hi poso que busqui on hi apareix, a més, la paraula «nazi», 32 cops. No costa massa afinar la recerca entre els anys de l'ascens del feixisme i la caiguda del Tercer Reich i poder llegir pàgines de lloances als nazis que tomben d'esquena. Tot i que sóc un totxo amb l'ordinador he trigat una eternitat, deu minuts sense aixecar-me de la cadira. Brillant!

En quin país més estrany vivim en què un dels grans premis al periodisme porta el nom d'una persona que ha defensat els nazis funciona durant 39 anys i no s'acaba fins que dues persones, **Rosa Sala Rose** i **Plàcid Garcia-Planas**, es plantegen investigar a fons González-Ruano. Després d'anys de seguir moltes pistes, per fi aquest any han publicat *El marqués y la esvástica*. **César González-Ruano y los judíos en el París ocupado** (Anagrama, Barcelona, 2014).

El llibre, tot i que està construït amb moltíssimes dades i notes, està escrit com una novel·la policíaca, cosa que és d'agrair. Quedes enganxat a la lectura. Això et permet anar entenent el personatge que poc a poc va configurant-se. Poques vegades haureu tingut la possibilitat de veure un personatge tan increïblement immoral com aquest. Fins i tot hi ha un moment en què els autors es pregunten: «*¿Qué es peor? ¿Escribir cosas nazis porque eres nazi o porque te pagan por hacerlo? Escribirlo por dinero*» diuen. Els autors han treballat molt, han resseguit arxius de mitja Europa al llarg dels anys i poc a poc van



descabdellant la vida i els articles del corresponsal de *l'ABC*. Durant la lectura del llibre em sento com si fos un adolescent que acaba de sortir de l'ou. Que bèstia és la vida del González-Ruano! Que bèstia el que escrivia! Si no us ho creieu, vegeu aquestes línies escrites l'any 1964: «*Dan ganas de tener una aventura violenta con alguna niña pálida, brutalizar su inocencia*». Si no us escandalitzeu, esteu morts.

Cal donar les gràcies als autors per aquesta feina tan higiènica, en un país normal no hauria fet falta escriure aquest llibre o potser sí, el podrien haver fet en uns mesos i tenir la meitat de pàgines. Però per fer una cosa així aquí van haver d'armar-se com uns Rambos carregats de tones d'arguments no fos que els fantasmes del país se'ls enduguessin per davant.

José Bono va instaurar una de les pitjors i immorals impostures d'aquest règim que està a les seves acaballes. En una desfilada militar hi va posar una persona de la *División Azul*, dels que van fer la guerra al costat de **Hitler**, amb un de la Divisió Leclerc, que va alliberar París. Si en una desfilada militar poses un de la *División Azul* al costat d'un republicà, el missatge que dones als joves és el següent: si hi ha un cop d'estat i lidones suport, no passa res, al cap d'uns anys desfilars al costat de qui ha lluitat contra el feixisme. O millor, alguna gran empresa donarà el teu nom a un guardó. O sigui, que és igual que siguis un heroi de la resistència que un aprofitat que s'enriqueix amb el saqueig feixista. Aquest, a més, no és el discurs de la transició com ens volen fer creure, sinó que va ser el darrer franquisme que se'l va inventar per aturar la necessària revisió dels seus crims.

No és, doncs, el mateix fer de periodista lloant les polítiques nazis com González-Ruano, que publicar articles a la revista clandestina *Combat* a la França ocupada pels nazis com **Albert Camus**. No fitem! «Mil fusells apuntats cap a ell no impediran que un home cregui, al seu fur intern, en la justícia d'una causa», ens deia Camus en aquells anys mentre González-Ruano ens omplia d'immoralitats.

En el llibre trobareu una gran varietat de situacions i reflexions, com l'emocionant descripció del grup *La Lain à Plume* i, molt especialment el número *Poésie et vérité*, 1942 amb el poema de **Paul Éluard** *Liberté*. És un bon exemple per entendre com al final les paraules esdevenen bombes tirades des d'avions, com els poetes són més eficaços que els exèrcits.

Un llibre d'inexcusable lectura per reflexionar sobre aquest tan estrany país on encara avui és possible que passin coses tan estranyes com les que us acabo d'explicar.

Moltes gràcies a Rosa Sala i Plàcid Garcia-Planas per un llibre tan magnífic i per la seva tenaç tasca de recerca. Un cop acabada la lectura del llibre potser entendreu molt millor la lectura diària dels diaris del país.

Potser cal que la propera etapa del país es fonamenti en valors ètics una mica més elevats que la que deixem enrere. La mirada sobre el passat no és un caprici d'historiadors o periodistes, és ni més ni menys que el llindeu ètic sobre el qual fonamentem la vida, necessari perquè no passi, com diuen els autors, que «*a veces los buenos caen en el olvido y los malos no reciben su merecido*».



BUSUTIL, EL PERIODISMO COMO TRINCHERA

El libro de Guillermo Busutil ha sido diseñado para transmitir la idea del periodismo como testigo de las guerras del siglo y remite a su función hoy, al modo como Ryszard Kapuscinski lo reclamaba. El periodismo es fondo y forma de este volumen, desde su cuidada cubierta, con una granada de mano cuya superficie es un teclado para escribir; hasta la estructura dada a las diferentes partes, que reproducen las secciones de un periódico (Sociedad, Política, Economía, Cultura, Deportes, Obituario, etc.). Sus historias están protagonizadas por gentes muchas veces desconocidas, en situaciones concretas, aunque también caben la memoria de los libros leídos, las despedidas o decepciones, los encuentros y reencuentros.

Transmiten emoción agradecida los homenajes a grandes lecturas, desde Borges o Cortázar a Steinbeck, Caballero Bonald y Faulkner. Pero el centro de gravedad de esta obra, profundamente literaria, son los paisajes de la batalla de este tiempo, que es tiempo de guerras perdidas, como tituló el maestro jerezano. El tema que sostiene la mayor parte de los artículos es la vida de los soldados (ciudadanos) caídos, víctimas de la larga crisis económica.

**SE NOTA QUE
BUSUTIL ES AUTOR
DE CUENTOS,
QUIZÁ POETA: HA
CUIDADO MUCHO
LA FORMA
DE DECIR**

¿Quién se acuerda?

No se trata de abstracciones o de personajes figurados. Una de las cosas que más me ha gustado de *Noticias del Frente* es que no oculta los nombres y apellidos de aquellos de quienes habla. El hombre que, entrando en la cincuentena, va sintiendo que es carne de ERE; aquellos que viven un desahucio; los viejos solos que no pueden pagarse una residencia, o quienes ya no necesitan de despertador alguno. ¿Quién se acuerda de ellos? ¿Pueden ser materia de la literatura?

Quizá el género por el cual la literatura se acerca con nombres y apellidos reales a los soldados de estas nuevas guerras sea hoy el periodismo. Seguramente sin habérselo propuesto. No hay historia posible entre las que dibujan este campo de batalla que Busutil no haya traído a su libro. Tan víctima es el empleado de una fábrica

como el librero que tiene que cerrar o el periodista a quien convierten en *freelance*, ese eufemismo que recuerda tanto la expresión «¡a la puta calle!»

Pero no todo el periodismo es igual. El que se reúne aquí es el periodismo de la escritura, y ciertamente se nota que Busutil es también escritor de cuentos, y quizá poeta. Lo digo porque ha cuidado mucho la forma de decir; ha escrito cada artículo sabiendo que cumple la misma responsabilidad que otros géneros literarios. Se ve en dos rasgos que seguramente se deben a la mirada literaria del escritor de cuentos.

Frases que disparan

El primer rasgo son los comienzos. La frase inicial de muchos de sus textos atrapa precisamente porque tiene la misma estirpe que la de un buen relato. Condensa todo en una frase que dispara hacia más allá de ella, como ese germen o embrión en busca de desarrollo del que dijo Cortázar que poseen las fotos y los cuentos cuando son arte. «El tiempo los ha vuel-

to azules y leves» (los viejos del asilo). «No son un laberinto en cuyo centro aguarda el Minotauro» (las bibliotecas); arranques así dan entrada a una zona

de reflexión, de denuncia, de protesta; también a ciertas maneras de la memoria.

El otro rasgo literario a destacar es que Busutil humaniza siempre las ideas; no las comunica en abstracto; las personifica. Porque las batallas que cuenta son reales; también porque sabe fijarse en ellas con mirada literaria, interesado en un mundo de personas vivas. No son personajes, pero cumplen la misma función de representarnos. El mundo del periódico quizá sea la última trinchera. Menos mal que todavía existe.

J. M. POZUELO YVANCOS

NOTICIAS DEL FRENTE



**GUILLERMO
BUSUTIL**
Narrativa
Tropo
Editores,
2014
18 euros
★★★★



Petits periodistes entre somriures

QÜESTIONS · Vint-i-cinc nens pregunten els secrets de l'ONG Somriures de Bombai al seu creador **TASCA** · Sanllorente detalla l'acció solidària a l'Índia

Dani Vilà
GIRONA

Era una roda de premsa, però no era una roda de premsa convencional. Va durar més de tres quarts d'hora i la peculiaritat era que els periodistes eren nens de vuit a dotze anys de les escoles Carme Auguet i Dominiques del Pont Major i de la Fundació d'Ajuda per a Nens i Joves amb Altes Capacitats (Fanjac).

L'experiència s'emmarcava en els actes de celebració del 75è aniversari de l'agència Efe en el context del Fòrum Impulsa, i va servir per conèixer les interioritats i la tasca que des de l'any 2003 està duent a terme l'ONG Somriures de Bombai. El fundador d'aquesta entitat solidària, que ja ha ajudat més de 8.000 persones, Jaume Sanllorente, va anar desgranant les informacions que sol·licitaven els petits periodistes. Així, la Marta, en Pol, en Pau, l'Elisabet, la Núria, l'Adrià, en Dado o l'Ivan van poder conèixer en profunditat la tasca solidària de Somriures de Bombai.

Arran de les preguntes, Sanllorente va explicar dues de les lliçons que ha après a l'Índia. "Hem de somriure més, allà ho fan i no perquè siguin feliços, però són més generosos amb el somriure, i amb un somriure es poden aprendre moltes coses. I la segona, que són molt hospitalaris i de seguida t'obren les portes", conclouia. En diverses preguntes, l'impulsor de l'ONG, que intervé en l'àmbit de la salut, l'educació i el



Jaume Sanllorente va respondre durant més de tres quarts d'hora a les preguntes de vint-i-cinc nens i nenes sobre l'ONG Somriures de Bombai ■ MANEL LLADÓ

desenvolupament socioeconòmic, va emfatitzar: "Sovint les ONG arribem i cobrim allò que no fan bé els governs." En aquest sentit, Sanllorente admet: "No acostumo a tenir dies normals", en la seva actuació, i va revelar que el treball solidari a Bombai va comportar que durant tres anys hagués de portar escortes policials, perquè perjudiquen les màfies amb la seva feina. En un moment, l'impulsor de Somriures de Bombai va reclamar als petits perio-

distes que "facin el bé i ajudin, perquè tots som companys de planeta" i va subratllar que "com a ésser humà tenim el deure de donar als altres, com un violí només té sentit quan es toca". Recordant com va escollir el nom de l'ONG va ser conclouent. Quedaven poques hores per donar el nom oficial al registre i quan va tancar els ulls en anar a dormir se li van fer presents els somriures dels nens i nenes d'aquell orfenat que li ha canviat el curs de la vida. ■



Televisión / Directora general de la división de informativos de Antena 3

Gloria Lomana recibe el premio a la Convivencia y Tolerancia

El galardón lo concede el Consejo General de Procuradores de España

E. M. / Madrid

El Consejo General de Procuradores de España ha otorgado su premio a la Convivencia y la Tolerancia a la directora general de Antena 3 Noticias, Gloria Lomana, unos valores con los que la periodista está «personal y profesionalmente» comprometida.

Lomana recogió este galardón de manos del presidente del Tribunal Supremo y del Consejo General del Poder Judicial, Carlos Lesmes, en un acto en el que el ministro de Justicia, Alberto Ruiz-Gallardón, recogió la Balanza de Oro, máxima distinción que concede la procura, en nombre del departamento que dirige, que este año ha sido distinguido con ella, informa Efe.

«Me siento enormemente agradecida porque es uno de los premios más bonitos que una periodista puede recibir», señaló Lomana, quien subrayó que, pese a tener que informar «de la mayor crisis económica, política e institucional» que atraviesa el país, lo han hecho «con veracidad y rigor, porque ese ha sido, es y será siempre nuestro deber».

Además, ha añadido, le conmueven las razones por la que han reconocido su trabajo los procuradores, que han destacado que hace llegar a los españoles «información, rigurosa, plural y veraz», tres conceptos que para Lomana deberían ser una «exigencia» para todos los periodistas.

«Para mi han sido mi guía a lo largo de mis muchos años de vida profesional, pero muy especialmente en los 11 años que llevo en la dirección de los informativos de Antena 3. Sinceramente, no tengo otra forma de concebir el periodismo», destacó Lomana, que añadió que este galardón le anima a seguir enfrentándose al reto de in-

formación política de Telediarios, teniendo a su cargo la coordinación de la información parlamentaria de TVE. Es en 1999 cuando se in-

corpora a Antena 3 para dirigir la sección de política de los Servicios Informativos de la cadena. En de julio de 2003 fue nombrada direc-

tora de los servicios informativos de Antena 3. En la actualidad es directora general de la división de informativos de Antena 3.



Gloria Lomana. / ANTENA 3

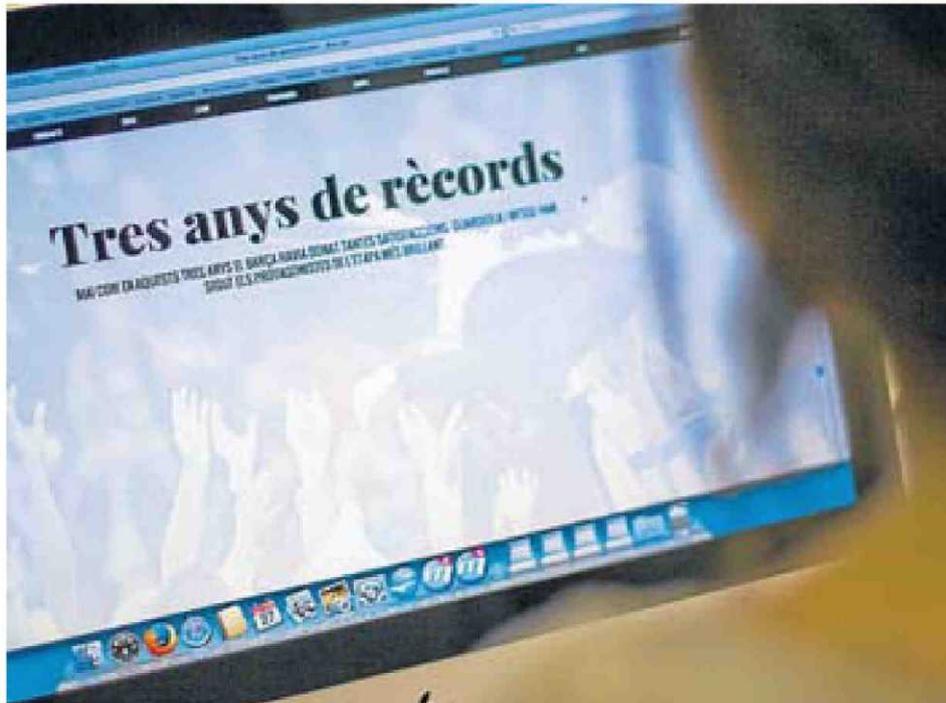
«No concibo otro tipo de periodismo que no sea riguroso, veraz y plural»

formar a millones de espectadores cada día.

Lomana inició su labor profesional en 1982 en TVE. En 1985 es redactora de las Noticias de la Segunda Cadena (TVE 2). En 1989 coordina la información política y presenta el informativo regional en el Centro Territorial de Castilla-La Mancha. En 1991 regresa a los Informativos de Madrid. En 1996 se incorpora a la informa-



elradar



Tres anys de periodisme repassava la història de l'ARA a través de notícies. ARA

Dos interactius de l'Ara.cat, guanyadors de premis Laus

ARA
BARCELONA

Dos reportatges interactius de l'Ara.cat van rebre la nit de dijous dos premis Laus de Bronze, els prestigiosos guardons de disseny gràfic i comunicació visual que concedeix cada any el FAD. Els treballs formaven part de la categoria web i mitjans digitals i els ha desenvolupat l'equip d'interactius del diari, amb disseny de Ricard Marfà, programació d'Idoia Longan i el treball periodístic d'Isaac Salvatierra i Francina Bosch.

El primer guardó va ser per a *Tres anys de periodisme*. Estrenat l'octubre del 2013, repassa els tres anys d'història de l'ARA a través de les notícies més rellevants que ha explicat el diari. És el primer treball multimèdia periodístic amb desplaçament de paral·laxi de l'Estat.

El segon premiat du per títol *Consulta, atur, espionatge* i va ser la proposta de l'ARA per repassar els fets i els personatges més rellevants del 2013 amb una presentació visual i innovadora.

Altres interactius destacats dels últims mesos de l'equip d'interactius de l'Ara.cat han estat *El joc dels Oscars*; *Melilla: la porta del darrere d'Europa*; *L'Europa de les tres crisis*, i *La galàxia Sant Jordi*. L'últim es va estrenar fa només uns dies: es diu *Història (i històries) dels Mundials de futbol* i es va publicar amb motiu del Mundial del Brasil.

Els premis Laus van lliurar 373 guardons en set categories diferents. Hi competien més de 1.300 projectes en total. A més, durant la nit es va lliurar el Laus Honorífic, que va recaure en el dissenyador Claret Serrahima. La cerimònia d'aquesta 44a edició dels premis es va celebrar a l'edifici del Disseny Hub de Barcelona.



POLÈMICA POLÍTICA

Hisenda 'ofega' amb l'IVA TV-3

► Duart diu que el nou criteri de deducció és un cost inassumible

EL PERIÓDICO
BARCELONA

El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, va afirmar ahir al Parlament que el Ministeri d'Hisenda ha decidit canviar els criteris tècnics de deducció de l'IVA de TV-3 i Catalunya Ràdio des del 2012 per «ofegar» els mitjans públics catalans. En aquest sentit, va assegurar

capa de les nostres humils possibilitats de fer front a la situació», va manifestar Duart, i per això ha demanat l'ajuda dels partits i del Parlament.

El directiu va recordar que Hisenda va comunicar el novembre passat aquest «canvi de criteri sense base normativa». La CCMA va rebre el 4 de juny una notificació de l'Agència Tributària que informava que TV-3 i Catalunya Ràdio hauran de

tornar l'IVA deduint des del 2012. «Hem presentat alegacions i preveiem que en les pròximes setmanes Hisenda ens concreti la xifra que ens reclama, quantitat que tornarem a recórrer», va explicar.

Duart va augurar que Hisenda farà saber entre octubre i novembre la liquidació definitiva que reclama a la Corporació, que «previsiblement mostrarà la seva disconformitat», de manera que el procés es traslladarà a la via judicial. A partir d'ara, l'Agència Tributària només permetrà a la CCMA deduir-se l'IVA relatiu als ingressos publicitaris i no el de la subvenció pública.

«Si ja no es pot fer, estarà en perill la viabilitat pressupostària», va concloure.

NEGOCIACIONS//Duart també va explicar que l'empresa i els treballadors «segueixen negociant» un nou conveni laboral, i que des que fa gairebé un any que es va plantejar l'expedient de regulació d'ocupació en els mitjans públics -afecta 273 persones-, els comptes de la CCMA «s'han pogut equilibrar una mica». ≡



► Brauli Duart, president de la CCMA.

que la CCMA farà front a aquesta situació per totes les vies possibles, administratives i judicials.

Duart va avançar que preveu saber «a principis de juliol» la quantitat que Hisenda reclama en concepte d'IVA, tenint en compte que l'Administració ha decidit que l'ens públic no es pot deduir l'impost relatiu a les subvencions de la Generalitat, una mesura amb caràcter retroactiu des del 2012. «El que ens ve al damunt té una magnitud que s'es-



Barberà 'bateja' els nous estudis de Ràdio Igualada reivindicant els periodistes

► L'emissora municipal estrena nova seu, després d'estar 20 anys en un local amb moltes mancances

ENRIC BADIA | IGUALADA

■ El periodista i tertulià Jaume Barberà considera que els periodistes no es poden quedar en un espai de mers testimonis davant dels fets noticiables: «els periodistes mirem, entenem el que veiem i ho expliquem, però ho hem de fer amb intenció, perquè sinó mirarem i no veurem el què». Barberà va ser ahir l'encarregat d'inaugurar, al costat de l'alcalde d'Igualada, Marc Castells (CiU), i del secretari general de Mitjans de la Generalitat, Josep Martí, les noves instal·lacions de l'emissora municipal de Ràdio Igualada.

Es tracta d'unes instal·lacions

que dignificaran la feina periodística, que farà que els professionals de la comunicació que hi treballin ho facin ara sense haver de paper pels degoters i les mil i un deficiències que patien. Ràdio Igualada s'ha traslladat ara a l'edifici del carrer Lleida d'Igualada que també és la seu d'Innova. Aquí disposarà d'un parell d'estudis, una redacció i un lloc de control des d'on poder fer la seva feina. I, a més a més, com destacava la seva directora, Montse Sannou, «tindrem llum natural». De fet, les emissions en aquests moments ja es duen a terme des d'aquestes noves instal·lacions.

Ahir, una de les persones satisfetes amb el trasllat era l'alcalde Marc Castells, que descrivia en la seva intervenció «les cares de felicitat que va veure en els treballadors de la ràdio el dia que els va poder garantir que es faria el trasllat». Castells va confessar



El periodista Jaume Barberà i l'alcalde Marc Castells, ahir a la ràdio

que tenir un nou espai per a la ràdio era un dels objectius de mandat, i va admetre que treballar en els locals anteriors era «una indecència, una indignitat».

L'alcalde d'Igualada va defensar la pluralitat dels mitjans de co-

municació, especialment dels que són públics com Ràdio Igualada. I Josep Martí, secretari general de Comunicació, va insistir en la idea de defensar «la honestedat» del periodista per vèncer les males praxis que hi pot haver.



Barcelona recorda el periodista i caricaturista Manuel del Arco

BARCELONA Redacció

Una placa commemorativa al número 21-23 del carrer Capità Arenas recorda des d'ahir la figura del caricaturista i periodista Manuel del Arco, a la casa on va viure durant 21 anys, entre el 1950 i el 1971.

De l'Arco, nascut a Saragossa el 1909, va destacar per les seves originals entrevistes, que acompanyava amb una caricatura de l'entrevistat. Va col·laborar a *El Heraldo de Aragón* i el 1939 es va traslladar a Barcelona. Depurat pel règim franquista per la seva condició de republicà, Manuel del Arco va col·laborar al *Diari de Barcelona* i va tenir una llarga trajectòria a *La Vanguardia*, on va



Autoentrevista

■ L'1 de gener del 1970, *La Vanguardia* va publicar una autoentrevista de Manuel del Arco. Va confessar que no mentia mai, excepte el dia dels Innocents: una vegada va anunciar el fitxatge de Di Stéfano com a director tècnic del Barça i una altra va entrevistar un "enginyer canadenc" que proposava d'eradicar la humitat de Barcelona perforant Montjuïc i el Tibidabo perquè hi corregués l'aire.



ALEX GARCIA

La filla de Manuel del Arco amb el regidor Jaume Ciurana

publicar la secció d'entrevistes *Mano a mano*. També va publicar llibres, com *El personaje de bolsillo* (1948) i *Dalí desnudo* (1952), i després de morir, el 1971, l'Editorial Destino va crear els premis Manuel del Arco per a reportatges periodístics.

L'homenatge d'ahir, al qual van assistir familiars de l'autor, va ser aprovat per la comissió de la Memòria Històrica de Barcelona el 21 de novembre a proposta del seu nét, Xavier Castellnou del Arco, i amb el suport de diverses personalitats.●



La oposición lamenta la falta de pluralidad en TV-3

M. ROGER, Barcelona

Los partidos catalanes señalan las tertulias de TV-3 y Catalunya Ràdio y llegan a una conclusión: falta pluralidad. Esta es la principal denuncia de las últimas dos sesiones de control a la gestión de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales. En la celebrada ayer, los partidos lamentaron, además de la poca variedad de matices en la opinión, la escasez de mujeres en las tertulias, y la poca variedad territorial de los opinadores, la mayoría de Barcelona y cercanías.

Partit dels Socialistes, PP y Ciutadans son los partidos que más insisten en denunciar que TV-3 es parcial al informar y buscar opinadores que hablen del proceso soberanista. Una queja que, de forma menos vehemente, también desliza Iniciativa en algunas sesiones. Ayer fue Nuria Parlon, del PSC, la encargada de poner en foco en la falta de pluralidad ideológica: "Si el criterio es el pluralismo, bajo nuestra opinión es mejorable. La mayoría de contertulios defienden las mismas opiniones en el ámbito ideológico", ha lamentado Parlon.

La opinión es compartida por PP y Ciutadans, que cargaron sus tintas en la penúltima sesión, a finales de mayo: "Siguen convirtiendo la televisión y la radio en cadenas más propias de una dictadura que de un Estado democrático, donde todas las opiniones tienen que estar presentas. Son responsables de un *plurasticidio*", disparó entonces Marisa Xandri, del PP.

Moción incumplida

También Iniciativa expone sus quejas, que señalan la cantidad de tiempo que se dedica al proceso soberanista, y amplían el reproche a la falta de crítica al Gobierno. La diputada Marta Ribas recordó ayer que el Parlament había aprobado una moción que reclamaba "garantizar la presencia de todo el abanico de opiniones de la sociedad civil", propuesta parlamentaria que consideró incumplida.

Tanto el presidente de la CCMA, Brauli Duart, como el director de TV-3, Eugeni Sallent, se defendieron de las acusaciones de falta de pluralismo. Duart defendió que los medios públicos no reparten directrices para escoger tertulianos, sino que los encargados de los programas se guían por "criterios de estricta independencia y profesionalidad".



Josep Capella, Cronista Parlamentari de l'Any

Al delegat de TV3 a Madrid, Josep Capella, se l'ha reconegut amb el premi Cronista Parlamentari de l'Any, un guardó que ha atorgat, per primer cop, l'Associació de Periodistes Parlamentaris després d'una votació entre els socis. Capella encapçala la delegació de TV3 a la capital espanyola des del 1998.





Los debates como género

La edad de oro de las tertulias

► Responsables y presentadores del género opinan sobre su influencia en la sociedad y valoran los diferentes estilos presentes en cada cadena

DANIEL NEBRED A
MADRID

Desde que en 1984 naciera «La trastienda» en la cadena SER, el género de la tertulia política ha proliferado en todas las emisoras de radio y en las cadenas de televisión. Con la llegada de la TDT en 2005, los canales minoritarios también apostaron desde el primer momento por este formato, un producto de bajo coste que no requiere una gran infraestructura. Pero fue a raíz del año 2008 cuando proliferaron las tertulias matutinas, de mediodía, de tarde, de madrugada, diarias y de fin de semana, en cadenas públicas y privadas y tanto de ámbito nacional como regional.

TVE fue pionera en emitir un debate político. «59 segundos» comenzó en 2004 con el objetivo de devolver el género al medio. Aunque la cadena pública había tenido precedentes como «La clave», hacía tiempo que estos programas no ocupaban espacio en su parrilla. Producido por Globomedia, «59 segundos» dejó de emitirse en 2012 para dejar paso a «El Debate de La 1». Oriol Nolis se encarga de conducir este espacio de análisis político, social y económico, en el que distintos tertulianos analizan de forma tranquila, respetando el turno de palabra del resto de invitados. «El programa ofrece la posibilidad de escuchar las explicaciones de un político de manera sosegada», explica Nolis. Sobre la influencia que ejercen las tertulias políticas televisivas, no cree «que el formato marque y cambie las ideas políticas de los espectadores, sino que ayuda a matizar las opiniones».

La línea de «El Debate de La 1» está en consonancia con los otros dos espacios similares del ente público, «Los desayunos de TVE», presentado por María Casado en La 1, y «La Noche en 24H», conducido por Sergio Martín. Al igual que Nolis, que cuenta que hay tertulias que fueron herederas de los «show del corazón», Martín opina que existen dos formatos de debate político, «el que se acerca a la gente por su lenguaje y el que pontifica desde el púlpito». «En «La Noche» hacemos todos los días una mesa plural y diversa donde los tertulianos son libres en sus opiniones, pero respetándose entre ellos», explica, aun-



Protagonistas

Los tertulianos son el alma del género

Periodistas, analistas políticos y expertos son los protagonistas de los debates de televisión. Sergio Martín, presentador de «La Noche en 24H», afirma que los tertulianos representan a un medio de comunicación donde se identifica la gente. Mayte Alcaraz, Manuel Erice y Jaime González de ABC, junto con

Anabel Díez («El País»), Lucía Méndez («El Mundo»), Carmen Morodo («La Razón»), Jose María Brunet («La Vanguardia») son algunos de los asiduos a estos espacios. «Aunque en todas las tertulias te sientes bienvenido, destacaría «Los Desayunos de TVE», donde se habla y se escucha, algo insólito en otros formatos», destaca Alcaraz. Sobre los debates más acalorados, Erice asegura que «una cosa es polemizar y otra llevarlo al plano personal».

que admite que de cara a la segunda temporada deben mejorar la paridad entre hombres y mujeres en sus tertulianos, algo que «reclama la audiencia».

Tertulias en las privadas

«A raíz de la crisis económica, la gente comenzó a demandar una explicación de lo que estaba ocurriendo», comenta Belén García, directora del magacín de Antena 3 «Espejo público». «La tertulia política es la sección que más caché da a un programa». La ca-

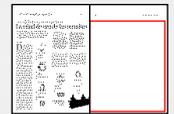
dena de Atresmedia ha apostado por introducir este género en su parrilla matutina. El espacio presentado por Susanna Griso compite cada mañana con «El programa de Ana Rosa», de Telecinco. Ana Rosa Quintana, su presentadora, presume de tener la sección de análisis político líder en su franja, que «se ha convertido en referente informativo porque en la tertulia tiene ca-



Los programas de debate por cadenas



FUENTE: Elaboración propia a partir de datos de GECA y Kantar Media



políticas en televisión

bida todo el mundo, con libertad para decir lo que quieran».

No falta quien alerta del peligro de que los debates copien algunas características del periodismo deportivo, donde es habitual ver a los invitados gritar y no respetar el turno de palabra, como apuntan desde el Laboratorio de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). «Si este género se avería, todos los demás van a tener problemas parecidos», asegura Fernando González Urbaneja, expresidente de la APM. En relación a estas críticas, Ana Rosa Quintana comenta que en los magazines se «distingue muy bien lo que es política y lo que es entretenimiento». «A mí el espectáculo me divierte; en la vida tú puedes escuchar a Mozart y leer el "Hola"», añade.

César González Antón, director de informativos y deportes de La Sexta, opina en la misma línea: «Las tertulias no son un género de entretenimiento, sino programas periodísticos donde la gente se forma una opinión y genera argumentos». La cadena de Atresmedia es la que más ha apostado por el género al introducir en su parrilla dos debates diarios: «Al rojo vivo», con Anto-



Sergio Martín, Canal 24H
«Cuando apareces sistemáticamente en televisión, se multiplica tu popularidad»



nio García Ferreras, y «Más vale tarde», conducido por Mamen Mendizábal, además del semanal «La Sexta Noche», de Iñaki López. «La gente quiere entender qué es lo que está pasando y quiénes son los culpables», comenta González Antón. «En 2007, cada vez que introducías en la parrilla o en los informativos algún espacio dedicado al análisis político, bajaba la audiencia. Desde el inicio de la crisis, hay más interés por el mundo de la política».

Una de las muestras de la influencia ejercida por la aparición de las tertulias políticas en televisión es el fenómeno Podemos, partido que en las elecciones europeas consiguió más de un millón de votos. «Cualquier experto que afirme que su éxito se limita a la aparición en los debates y no a la situación política es un poco ridículo», comenta González Antón. En el mismo sentido, Belén García, directora de «Espejo público», dice que «otros políticos también han asistido a las tertulias y no han sacado ese resultado, por lo que ha habido igualdad para todos».

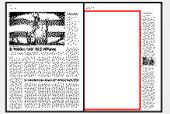
La televisión como altavoz

Por el contrario, el presentador de «La Noche en 24H», Sergio Martín, está convencido de que «cuando apareces sistemáticamente en televisión, se multiplica de manera exponencial tu popularidad». Por eso hay partidos, explica, que han hecho «un trabajo de comunicación muy bueno, con poco dinero, y han entendido algo que dicen los sociólogos y que los partidos tradicionales no han manejado nunca».

Jesús Cintora, presentador de «Las mañanas de Cuatro», comenta que «probablemente este resultado electoral haya hecho reflexionar a distintos dirigentes políticos, que ahora piensan que quizás tienen que tener mayor presencia en televisión». En la cadena de Mediaset, en todo caso, intentan no aproximarse demasiado ideológicamente a La Sexta. Sus responsables han explicado que prefieren mantener cierta neutralidad aunque eso les pueda costar algo de audiencia. El director de Informativos de La Sexta sí define su cadena como «progresista», aunque asegura que invitan a tertulianos de todas las tendencias.

Antonio Jiménez, presentador de «El Cascabel» de 13tv, también admite que sus espectadores «se sienten muy identificados con su línea editorial de centro-derecha». Junto con el programa diario «Más claro agua» de Isabel Durán y el dominical de Carlos Cuesta «La marimorena», son los tres espacios con más audiencia del canal. «La tertulia es una forma de reafirmar las opiniones del público. Los televidentes escogen la tertulia en función de su ideología», asegura Jiménez.





El ojo que vigila la tele

La Comisión de la Competencia obliga a las cadenas a alterar las parrillas para proteger a los menores ● Alerta de los abruptos cortes publicitarios

ROSARIO G. GÓMEZ
Madrid

Es omnipresente y su capacidad para vigilar la televisión no tiene límite. Desde su creación, hace nueve meses, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha mirado con lupa y sin descanso las cadenas españolas. El organismo regulador inspecciona la parrilla para que no se emitan espacios de adultos en el horario infantil, controla que no inunden la pantalla con más publicidad de la permitida y vela para que los cortes de las películas se realicen correctamente.

Estos exámenes obligaron a Mediaset a dejar de emitir en la franja de tarde de FDF la serie *Terapia con Charlie* y a reubicar en Energy el concurso *Crónicas carnívoras*. En el primer caso, la comisión consideraba que los diálogos, las escenas y el lenguaje podían ser perjudiciales para los menores; en el segundo, entendía que el objeto del formato —competir para ingerir enormes cantidades de comida— podía crear “conductas imitativas” o “incitar a pautas de comportamiento no adecuadas para los adolescentes”.

Ambos programas saltaron de la franja de especial protección infantil (de 17.00 a 20.00), so pena de una cuantiosa sanción. Lo mismo le ocurrió a *Dos hombres y medio*, que se emitía en Neox. Antena 3 calificó la serie como “apta para todos los públicos”, pero la comisión elevó el techo a mayores de 13 años. A la hora de calificar las series y películas compradas en el exterior, las televisiones siguen los criterios del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), que a veces no coinciden con los de la comisión.

Tampoco *Mujeres y hombres y viceversa*, un formato de búsqueda de pareja de Telecinco, es idóneo para los niños. “Presenta contenidos en los que se muestran situaciones de violencia injustificada y gratuita” y “aparecen relaciones con insinuaciones procaeces”, sentencia la comisión, que instó a La Siete a levantarlo de la parrilla de tarde. Un dictamen que no vino solo. La resolución llevaba aparejada varias sanciones que rozaban los 500.000 euros. Mediaset invocaba en su defensa que el programa no era perjudicial para menores de 13 años y apelaba a la libertad de expresión y comunicación.

Los mismos argumentos empleó para defender la telecomedia *La que se avecina*, uno de los formatos que han sido escrutados más a fondo. No tanto por su emisión en Telecinco como por su redifusión en FDF. En este canal, la serie se ofrecía en horario de especial protección infantil. Algunos de los capítulos analizados (con títulos tan expresivos como *Una cabra, cinco leones y un presidente con un pavo en la cabeza*, o *Un viaje, un payaso, un geriátrico en el ático*) son “inadecuados” para los menores de 13 años. Ade-



La que se avecina (Telecinco) es una de las series más controladas.



La telecomedia *Dos hombres y medio*, emitida en Neox.

más de albergar comportamientos incívicos y actitudes sexistas, carecen de “contenido informativo o educativo” para el público infantil. Mediaset alegó que la serie utiliza un lenguaje coloquial y expresiones de uso común. Pero la CNMC zanjó el asunto con tres sanciones en diciembre de 2013, que en conjunto superaban los 800.000 euros. Parte de la cuantía de las multas varía en función del número de espectadores. Uno de los capítulos cuestionados fue seguido nada menos que por 59.000 menores.

Atresmedia no se ha librado de las sanciones (400.000 euros en total). La cadena consideraba que el programa *Mil maneras de morir* (a su paso por Xplora) no era apto para menores de 13 años, pero la CNMC observó que tam-

po debían verlo los menores de 18 porque presenta “violencia física” de forma explícita con “resultados manifiestos de lesiones y muerte de personas” y hace “una descripción minuciosa de torturas”. Así pues, acordó una multa de 338.000 euros. *Empeños a lo bestia*, que difundía la extinta Xplora, tuvo asimismo que mudar de horario de emisión por similares motivos.

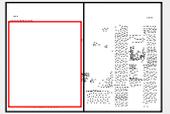
La comisión examina los programas cuando recibe quejas de las asociaciones de telespectadores y en otras ocasiones actúa de oficio. Aunque también son frecuentes las denuncias de las propias televisiones. El 20 de junio de 2013, Atresmedia presentó un escrito en la Subdirección General de Contenidos de la Sociedad de la Información contra *El progra-*

ma de *Ana Rosa* (de su competidora Telecinco) por haber emitido un reportaje sobre mafias de la prostitución en la Colonia Marconi de Madrid. Siete días después, Mediaset denunció a *Espejo público* (Antena 3) por imágenes que ilustraban la prostitución de jóvenes universitarias. La CNMC abrió sendos expedientes sancionadores. Además, Mediaset actuó contra varios capítulos de la serie de Antena 3 *Física o química* —por su redifusión en Neox en horario infantil— porque los personajes consumían drogas. Otro expediente.

Al margen de los programas, la CNMC vigila al segundo la publicidad. Ha advertido a las grandes cadenas por rebasar el tiempo máximo de anuncios que con-

Atresmedia y Mediaset se han denunciando mutuamente

templa la ley (12 minutos por hora) y ha llamado la atención a Atresmedia y a Mediaset por cortar abruptamente las series y las películas para dar paso a la publicidad. Estas interrupciones salvajes se producen generalmente en los segundos canales (Energy, Divinity, Neox, Nova) y afectan a series como *Castle*, *CSI Nueva York*, *Anatomía de Grey*, *El mentalista* o *Los Simpsons* y es consecuencia de la llamada pauta única: emitir los mismos bloques publicitarios simultáneamente en varios canales para captar un amplio abanico de público. En el caso de Paramount Channel (canal cinematográfico que emite en Net TV), la comisión ha detectado que no se respeta el número máximo de cortes en las películas (una vez por cada periodo de 30 minutos).

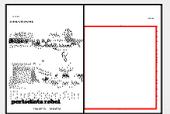


LES DUES CARES DE KARIM



El renéixer d'un **periodista rebel**

PER GEMMA TRAMULLAS FOTOS ALBERT BERTRAN



La platja de Calella és el testimoni mut dels somnis i els malsons de Karim.

En la història de Karim convergeixen dos conflictes geopolítics i una tragèdia personal. 15 anys després de ser expulsat d'Ucraïna i de Síria i de viure com un pària, avui deixa de banda els clínexs i la màscara de pallaso per reprendre el seu ofici de periodista.

Quan era petit i algú li plantejava la típica pregunta «**¿i tu, què vols ser de gran?**», Karim solia donar tres respostes: la primera, professor d'acordió en una escola de primària; la segona, pilot d'avió, i la tercera, periodista. «**Les tres coses tenen un contingut de llibertat, creativitat i amplitud de mires**», explica als seus 57 anys. El seu somni de ser periodista es va complir, però després de viure en pròpia pell els conflictes de Síria i Ucraïna, avui sobreviu als carrers de Calella (Maresme) rere una màscara de pallaso. ¿Calamitat? No. Ell ho atribueix al disseny diví i al seu horòscop (és gèminis, el de les dues cares). A més, ¿quin altre ésser sobre la Terra és tan lliure com aquell que es riu de si mateix i fa riure els altres?

Al llarg de l'atrilada vida de Karim, riure ha estat la seva millor arma de defensa; riure i viure al dia. Així és com, tenint-ho tot en contra, ha acabat per tirar endavant. «**Si mires al passat no pots tenir pau**», sentència aquest home de caràcter inquiet, tarannà educat i mirada bondadosa. Però per entendre el present s'ha de mirar al passat.

La seva història va aparèixer per primer cop a la contraportada d'EL PERIÓDICO el març del 2013, quan feia diversos mesos que venia mocadors de paper a la cruïlla de l'avinguda Meridiana amb el carrer d'Aragó, on hi ha un dels semàfors més cobejats per venedors i artistes ambulants. Un minut i mig de llum vermella per al trànsit dona per estovar diversos conductors, sobretot si un sap mirar, com ell, directe al cor.

Com va arribar Karim a aquest semàfor de Barcelona és, com es diu, una llarga història. Per trobar el quilòmetre zero d'aquest relat ens hem de remuntar a l'any 1957 i traslladar-nos a l'avui castigada capital de Síria, Damasc, una ciutat mediterrània poblada d'oliveres i figueres situada a poc més de 3.000 quilòmetres de Barcelona mirant a l'est. L'1 de juny d'aquell any naixia el primogènit d'una parella formada per una mestressa de casa i un paleta.

El generós servidor de Déu

Al gran dels seus vuit fills li van dir Abdel Karim, que significa «**el generós**» (Karim) «**servidor de Déu**» (Abdel), cosa que unida a un cognom que es tradueix com a «**generositat**» (Karam) és el súmmum de l'altruisme. El noi va créixer impregnant-se del socialisme panarabista del partit Baas i als 16 anys es va enrolar voluntari a l'Exèrcit del seu país: «**Volia defensar el territori i ajudar a recuperar els Alts del Golan ocupats per Israel, sentia que havia de lluitar pel socialisme perquè així ajudava el meu país a ser més lliure i pròsper**», recorda.

Però el seu esperit lliure no va trigar a sublevar-se sota l'emmidonat uniforme militar. La primera vegada que va trepitjar la presó va ser per entestar-se a casar-se amb la dona que estimava. La seva primera dona,

Després de treballar en seguretat i restauració, acaba d'estrenar la faceta d'estàtua humana.



«Volia ser periodista per ajudar a fer que el Govern escoltés la veu del poble»

Damasc li va retirar el passaport per criticar Assad i l'any 2000 va arribar a Espanya com a apàtrida

Irina, era russa i els militars sirians tenien prohibit contraure nupcies amb estrangeres per evitar la fuga de secrets d'Estat entre els aradors del llit conjugal. «**Vaig ser castigat per traïdor** -puntualitza Karim- **quan en aquella mateixa època el primer ministre sirí estava casat amb una suïssa**».

Durant aquesta etapa a l'Exèrcit va fer els primers passos com a periodista a l'emissora La Veu del Militar Sirí i va escriure articles sobre les virtuts del soldat àrab. Però les seves desavinences amb els alts comandaments van anar augmentant i va acabar penjant l'uniforme per estudiar Periodisme a la universitat de Damasc.

El verb com a arma

«**Volia ser periodista per ajudar a fer que el Govern escoltés la veu del poble i per explicar el que volia la gent**», afirma. El 1983 es va traslladar a Moscou i més tard a Ucraïna, on es va especialitzar en periodisme polític. «**Estudiava a l'oest d'Ucraïna, a la part més nacionalista del país, però recordo aquella època com la millor de la meua vida. Ucraïnesos, russos, polonesos, tots viuem en pau. És clar que hi**

havia radicals entre els meus veïns, però de portes enfora ningú s'atrevia a mostrar obertament el seu odi als estrangers».

Després d'un període com a redactor d'informatius per a la ràdio-televisió siriana a Damasc, es va traslladar definitivament a Ucraïna, on va exercir com a corresponsal entre el 1990 i el 1999. Va ser la seva etapa personal i professional més intensa: es va casar amb Irina, va néixer el seu fill Andrey i va cobrir la independència del país el 1991. Estava bolcat en la feina; tant que no va advertir la negra nuvolada que planava sobre ell i la seva família.

Les amenaces dels radicals ucraïnesos contra ell, la seva dona i el seu fill se succeïen i de les amenaces van passar a les agressions. Un grup de neonazis li van obrir el cap amb una ampolla pel mer fet d'estar parlant en rus en un cafè de la ciutat de Lviv -encara conserva l'informe hospitalari- i Karim va decidir marxar del país. Era l'any 1999 i el pitjor encara no havia arribat.

Poc abans de la seva precipitada sortida, Karim va concedir una entrevista a un mitjà ucraïnès en què opinava sobre el traspàs de poder de Háfiz al-Assad al seu fill Baixar i criticava la falta de llibertat d'expressió a Síria. Damasc el va començar a retractar-se, però ell s'hi va negar i l'ambaixada li va retirar el passaport. L'any 2000 va arribar a Espanya en condició d'apàtrida. S'havia convertit en un pària.

Passa a la pàgina 7



Ve de la pàgina 5

Als cap de pocs mesos venia mocadors en un semàfor del barri de Gràcia per alimentar la seva família. El 2002 es va beneficiar d'una amnistia i va obtenir el permís de treball i de residència. Aquell dia es va dirigir cap a la finestreta d'un cotxe amb el logo d'una empresa de seguretat i, en lloc d'oferir-li clínex al conductor, li va demanar feina. Va resultar ser un cap de recursos humans i al cap de poc entrava a treballar com a guàrdia de seguretat. Aquell conductor és avui un dels seus millors amics.

Les coses li anaven raonablement bé i va contractar una hipoteca per comprar-se un pis a Calella. En mala hora. Malgrat les seves excel·lents referències laborals, els contractes es van esgotar i el banc va amenaçar de desnonar-los. La seva dona va caure en una depressió i el 8 d'abril del 2009 es va treure la vida. **«Irina és la pèrdua més gran de tota la meva vida -xiuxieuja Karim, emocionat-. Durant tres anys tot es va acabar per a mi, però gràcies als amics vaig poder tornar a la vida normal. A partir d'aquell dia mai he tornat a tenir por de res».**

És així com va tornar a vendre mocadors al semàfor on EL PERIÓDICO el va trobar el març del 2013. Al publicar-se la seva història, els fets van començar a ser-li favorables. L'ajun-

«Vaig demanar que s'accelerés el tràmit de la nacionalitat per poder anar a veure la meva mare, ja molt gran, a Damasc»

tament de Calella li va oferir una feina com a guia d'un refugi de la guerra civil museïtzat, poc després es casava en segones núpcies amb Svetlana Xevtxenko i des del maig passat és ciutadà espanyol de ple dret.

«Vaig escriure al jutjat d'Arenys suplicant que s'accelerés el tràmit de la meva nacionalitat per poder anar a veure la meva mare, que està atrapada per la guerra a Damasc i ja és molt gran. Com a prova vaig adjuntar l'entrevista on deia que no he tornat a veure-la des de fa 15 anys». I va tornar a tocar el cor, aquest vegada d'algun funcionari: **«Vaig rebre una resposta positiva i en dos mesos tenia el DNI. Estic molt agraït».**

Mentre aplega els diners per al bitllet d'anada i tornada que li permetrà reunir-se per fi amb la seva mare, Karim intenta refer la seva carrera periodística i observa el procés català amb interès i admiració pel seu esperit no violent. Tot plegat sense deixar de somriure. **«El dia més estimat més maco per a mi és el dia d'avui. Plogui o faci sol, quan obro els ulls al matí el primer que dic és: Felicitat nou dia».** ≡



LA VENEZUELA CHAVISTA EL CERCO A LOS MEDIOS

El ministro del Interior, mejor periodista del año

Maduro también obtiene el premio al mejor comunicador alternativo por Twitter

DANIEL LOZANO / Caracas
Especial para EL MUNDO

El chavismo celebró el día del periodista, en el peor año para su labor social, como mejor sabe: regalándose los premios nacionales. En un ejercicio de malabarismo a prueba de vértigo, el Movimiento Periodismo Necesario otorgó el galardón de comunicador del año al general Miguel Rodríguez Torres, ministro del Interior encargado de reprimir las protestas que durante tres meses convulsionaron al país. ¿El motivo? «Por informar de forma oportuna y veraz sobre los hechos violentos».

El militar, agradecido por tan sorprendente premio, desveló que en su vida siempre ha actuado bajo tres reglamentos para decir siempre la verdad: «Los 10 mandamientos, las palabras de mi mamá y el código de honor del cadete».

Una vez abierta la ventana de las sorpresas, hasta el presidente Nicolás Maduro se ganó una mención especial como «comunicador alternativo» en el Premio

Municipal Fabricio Ojeda «por su destacada labor en Twitter». El año pasado le precedió su padrino político, el comandante supremo Hugo Chávez, quien recibió un galardón extraordinario por su tarea comunicadora.

Fue el propio Maduro el encargado de entregar el viernes el Premio Nacional Simón Bolívar a Eleazar Díaz Rangel, director de Últimas Noticias, medio comprado hace nueve meses por un testaferro del chavismo. El diario, líder en ventas, ha convertido su portada en una vitrina al servicio del Gobierno y en su contraportada ha dulcificado sus populares notas de sucesos. Su equipo de investigación, el más prestigioso del país, ha abandonado la redacción después de diversas censuras a sus trabajos.

«Si queremos tener una sociedad profundamente democrática y de paz, que no responda a grupos ni intereses transnacionales, los invito y convoco a un modelo en el que el protagonista sea la verdad», afirmó Maduro en su discurso.



El presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, conversa con el ministro del Interior, el general Miguel Rodríguez. / EFE

Nada que ver con la realidad. El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) denunció que lo único que se puede celebrar en el periodismo venezolano es «haber soportado de pie la censura y los chantajes del poder político o económico» en el peor año para la profesión en las últimas décadas. Las cifras que resumen los tres meses de protestas así lo confirman: 231 agresiones contra 165 trabajadores de la prensa, el 65% realizadas por

militares o policías, 22% por manifestantes y 13% por paramilitares.

«Frente a estas agresiones, prevalece la impunidad. Ni uno sólo de los casos denunciados ante la Fiscalía ha sido investigado», detalló Marcos Ruiz, secretario general del SNTP.

Desde su llegada al poder el año pasado, Maduro ha perfeccionado el modelo de hegemonía comunicacional heredado de Chávez a través de dos políticas maquiavélicas: la compra de medios de comunicación

usando empresarios *boliburgueses* y las restricciones para importar papel, que han forzado el cierre de varios medios y han llevado a los otros diarios independientes a sufrir una anorexia demoledora.

«Los únicos medios que no tienen problemas de papel son los que ha comprado el Gobierno. Basta que compre un medio, que se arrodille, para que empiecen a fluir las divisas», denunció Miguel Henríquez Otero, presidente editor de *El Nacional*.



Debates sobre palabras

DEFENSOR DEL LECTOR. Varios mensajes discuten el empleo de distintos términos. El argumento es que, a pesar de no albergar un error gramatical, condicionan la lectura de la información

**TOMÀS
DELCLÓS**



No es extraño recibir mensajes de lectores que discuten el empleo de un determinado término. No se trata de errores gramaticales, de una penosa frecuencia. Lo que plantean son reflexiones sobre el uso pertinente de la palabra, aunque su significado esté reconocido por la Real Academia. En este texto mostro algunas de las reflexiones recibidas en este sentido.

Sergio Santillán felicita al diario por la información que suministra sobre escán-

dalos en organismos de todo tipo y que, frecuentemente, "incluyen la percepción de retribuciones exageradas (en algunos casos, obscenas) y, en no pocas ocasiones, con cargo al contribuyente". Pero hace una observación sobre el uso en alguna ocasión del verbo "ganar", cuando cree que es más adecuado utilizar "cobrar". "El primero de los verbos citados parece incluir una consideración positiva (percepción de una suma de dinero por un trabajo realizado) cuando, justamente, en el artículo se deduce (o se dice claramente) que la suma recibida no se justifica o no guarda proporción con tal trabajo (en algún caso, supuesto traba-

jo)". Para el lector, de un funcionario o de un conductor de autobús se puede decir que "gana" su salario. En estos casos fraudulentos, no.

Juan del Pinal Mallart cuestiona que se llame "manifestantes" a personas que tienen una actitud violenta y que hacen de todo menos manifestarse. "Me gustaría llamar la atención sobre este abuso del lenguaje, que acabará por equiparar 'manifestante' con 'terrorista' o 'asesino extremista'. Los manifestantes son los que ejercen el derecho de manifestación; los que cometen actos violentos, amenazan con armas, etcétera., son otra cosa bien diferente".

Luis de Luxán Meléndez discute el empleo del concepto "recuperación" aplicado a la economía española. El lector considera que titulares como "Los salarios vuelven a bajar en el primer trimestre pese a la recuperación" no se ajustan a la verdad, "pues da por sentado que ya se ha producido, sea lo que sea tal cosa. Sin embargo, no hay nada más lejos de la realidad que sufrimos tantos españoles. Así lo argumentaban algunos editoriales de Economía de fechas no tan lejanas, de entre los que me permito entresacar el siguiente párrafo tan ilustrador de lo que le digo: 'Para que pueda hablarse con pro-

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



Debates sobre palabras

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

riedad de recuperación es necesario consolidar crecimientos interanuales superiores al 1,5% y una creación sostenida de empleo que permita una reducción continuada y sustancial del paro. La EPA apunta, por el contrario, a un proceso lento y discontinuo de estabilización y reactivación del empleo. Y no es extraño, porque la clave del empleo es el aumento de la demanda y de la inversión, condicionadas a su vez por un flujo firme de crédito. Ninguna de estas condiciones se cumple hoy; de ahí que el insistente mensaje sobre la recuperación sea prematuro” El lector considera que aceptar que la recuperación existe supone un alineamiento con los mensajes gubernamentales. No obstante, el propio texto de la noticia contraponía lo que técnicamente se considera el inicio de la recuperación con la obviedad de que no llega a los hogares ni a un empleo precarizado. Ya en el primer párrafo se afirmaba que “la devaluación interna de España continúa pese al inicio de la recuperación económica. En este sentido, entre enero y marzo, el PIB creció un 0,4%, aunque se siguió destruyendo empleo, lo que también constata que la recuperación de la actividad no se traduce de momento en mejores condicio-

nes de vida para los hogares”, una reflexión alejada de las lecturas eufóricas que quieren dibujar otra España.

David Gutiérrez Sánchez se centra en el término “cazado” y su empleo en el titular digital sobre el juez Enrique López, quien conducía ebrio una moto por las calles de Madrid. En su opinión, “si analizamos en esencia el hecho informativo que se pretende transmitir, veremos que se trata de la comisión de un delito, con implicaciones jurídico-políticas por el hecho de que se trate del miembro de un alto tribunal, vinculado a un determinado partido político. Sin embargo la forma de transmitir el hecho, como ustedes mejor que nadie saben, añade o resta gravedad al delito, le aporta o le quita determinadas connotaciones y dirige la atención a unas características, apartando de la vista otras”. Para el lector, es “curioso observar, no solo en EL PAÍS sino en general en todos los medios, que cuando una persona comete un ilícito (estafa, robo, violación, cohecho...) los titulares son básicamente enunciativos, sin el uso de expresiones coloquiales similares a las que se usan cuando una persona comete un delito contra la seguridad vial”. El lector cita la Real Academia que admite un uso coloquial de la expresión (“sorprender a alguien en un descuido, error o acción que desearía ocultar”). Sin embargo, de ninguna manera conducir sin casco y ebrio una motocicleta “se podría catalogar de *descuido* aunque quizá sí como un

error o una acción que desearía ocultar. Pero fíjense cómo pasa a segundo plano el delito en sí, planteándose el hecho como un simple fallo personal, como si de algo accidental se tratara”. El lector considera que se acostumbra a restar importancia a un hecho que provoca muchas tragedias en las carreteras españolas. “¿Complicidad subconsciente quizá? En fin, se trata del reflejo de una doble vara de medir social de la delincuencia (el delincuente delinque, pero al conductor borracho *le cazan*)”.

Al margen del debate terminológico sobre el término, y si, a pesar de su carácter coloquial, da más fuerza o debilita la

La “recuperación” no se traduce en mejores condiciones de vida

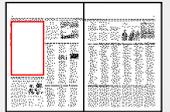
explicación de lo sucedido, la información no rebajó la gravedad de los hechos que van, como se decía, “más allá de una mera infracción administrativa” y citaba las penas que contempla el Código Penal para estas conductas.

Un caso distinto es el que plantea Alejandro Ortea Rivera, quien comenta que en informaciones sobre condenas penales que recaen sobre diversos acusados es habitual sumar las mismas en los titulares. Y cita un subtítulo en la portada del

digital que explica que “El juez condena los exdirectivos de Caixa Penedés a un total de cinco años de prisión por administración desleal. Sin embargo, eluden la prisión al devolver 28,6 millones de euros”. El lector subraya que la información aclara que la máxima condena a uno de los directivos fue de dos años. Y de un año para cada uno de los restantes. Una distribución de penas que explica que eludan la prisión al no superar ninguna condena los dos años. Sin embargo, sumar los años de cárcel impuestos a todos, prosigue, induce a confusión, “porque ¿cómo sería posible eludir la prisión con una condena de cinco años? La suma de penas, en los titulares y en los primeros párrafos de las informaciones, es un mal vicio periodístico, seguro que para acortar titulares y lograr un impacto rápido, pero que, por falso, induce a confusión”.

En otro orden de cosas, recojo la advertencia de Gonzalo Sánchez, quien critica que el diario se sirva del término “enervar” cuando quiere subrayar que algo o alguien ha puesto nerviosa a una persona. Se da la paradoja que este verbo significa tanto irritar o crispar como todo lo contrario: debilitar, relajar. Por ello, el Libro de Estilo recomienda no utilizar esta palabra tan poco precisa “y acudir a esas alternativas”.

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.



Leopoldo González-Echenique, president de RTVE. EFE

La SEPI salva RTVE de la fallida amb una injecció de 130 milions

ARA
BARCELONA

RTVE respira més tranquil·la, des del punt de vista financer, després que aquest divendres el consell d'administració de la Societat Estatal de Participacions Industrials (SEPI) aprovés una injecció de 130 milions d'euros, segons explicava ahir el diari *El Mundo*. La decisió ha estat comunicada ja al president de l'ens, Leopoldo González-Echenique, que complia precisament ahir dos anys de mandat i que havia sol·licitat en repetides ocasions ajut financer per reequilibrar els comptes de l'ens públic. RTVE fa dos anys que encadena pèrdues superiors als 110 milions d'euros. En total, arrossega 716 milions de pèrdues sobre un capital social de 1.510 milions. L'operació de la SEPI comportarà, de fet, una reducció de prop de

300 euros en el capital social de la radiotelevisió pública espanyola, per equilibrar comptablement la situació patrimonial.

Un dels avals de la SEPI ha estat aprovar l'entrada extraordinària de diners sense cap condició a canvi (en un primer moment s'havia dit que requeriria un pla d'ajustament de despeses). Segons el diari, la direcció de l'ens presentarà al seu consell d'administració aquest dilluns un pla d'eficiència que inclou algunes retallades al pressupost.

Però RTVE no pot cantar encara victòria, perquè està a l'espera d'un altre ajut tan fonamental o més que el de la SEPI: la reforma del seu model de finançament. En concret, es vol examinar l'anomenada taxa de les *teletcos*, que en els últims anys ha anat minvant. I continua pendent la venda de 29 immobles que, en el seu moment, es van valorar en 196,54 milions d'euros i que tramita la consultora KPMG.



Evolución del mercado

Venta quiosco

*Difusión prensa enero-mayo



Venta canal de lunes a sábado

Diferencia 2014 vs. 2013



Fuente: OJD

Infografía LA RAZÓN

LA RAZÓN, el único diario que continúa su crecimiento en 2014

Aumenta un 2 por ciento en venta quiosco frente a una desviación negativa del mercado del 13 por ciento

C. García-Madrid

En los primeros cinco meses de 2014, que han sido singularmente cruentos con la prensa escrita de información general de ámbito nacional, LA RAZÓN es el único periódico que experimenta un crecimiento del 2 por ciento en venta canal –el verdadero termómetro para calibrar la salud de un periódico–, según los datos de la OJD pendientes de certificación que se hicieron públicos ayer. Esto sucede en un escenario en el que la venta quiosco en el mercado nacional ha sufrido un descenso del 13 por ciento, y un 11 en total difusión, y en el que el resto de periódicos experimentan unas caídas generalizadas que en la mayoría de los casos superan los dos dígitos. Así, los lectores no sólo mantienen e incrementan su confianza y respaldan a este diario en su



apuesta informativa, en la que se prioriza la información de calidad y rigor que se complementa con los análisis exhaustivos de las noticias al tiempo que se potencia con la oferta editorial más completa del mercado.

Los buenos datos de LA RAZÓN en el acumulado del año contrastan con la tendencia a la baja del resto de diarios, que sufren unas pérdidas significativas en venta canal. El «Abc» confirma su

saldo negativo con un descenso del 9 por ciento, «El Mundo» baja un 24 por ciento y «El País» cae hasta un 12 por ciento.

De lunes a sábado, LA RAZÓN también arroja datos favorables en venta quiosco en el acumulado de los primeros cinco meses del año con una subida del 3 por ciento en un contexto en el que el mercado nacional decrece un 13 por ciento. En ese mismo periodo, el resto de cabeceras de información general de ámbito

nacional obtienen cifras negativas. En el caso del «Abc», la caída es del 9 por ciento, «El Mundo» experimenta un descenso del 25 por ciento y en el caso de «El País» el dato negativo es del 11 por ciento.

Se recortan distancias con «Abc»

La distancia entre LA RAZÓN y el diario centenario se acorta progresivamente a lo largo de 2014. Con respecto al mismo periodo de 2013, la venta canal del diario centenario en provincias cae en 45 de ellas perdiendo posiciones en lugares tan preciados como Sevilla, donde arroja un saldo negativo del 12 por ciento, Barcelona, un 6,5 por ciento, y Valencia, un 8,2 por ciento. Mientras, LA RAZÓN continúa con su crecimiento al subir en 34 provincias, en lugares tan significativos como Barcelona, un 10,5 por ciento, Sevilla, un 17,9 por ciento y Valencia, un 5,8 por ciento.



Una oferta consolidada

» OCHO SUPLEMENTOS DE REFERENCIA

Desde el pasado mes de marzo, LA RAZÓN decidió reforzar su oferta informativa diaria con la publicación de seis suplementos, que se

añadían a «Diez Minutos», «¡Qué me dices!» y «A tu salud». En apenas tres meses, «LD», «LS», «RJ», «RF», «RH», «Gente del sábado» y «Tu economía» se han consolidado como publicaciones de referencia al

ofrecer más reportajes, análisis y firmas de prestigio en áreas del máximo interés para los lectores como el deporte, la seguridad nacional, justicia, religión, historia, la crónica social, economía y salud.



Julio Somoano, Leopoldo González Echenique, Mariano Rajoy e Ignacio Corrales, antes de la entrevista al presidente del Gobierno. / REUTERS

MOVIMIENTOS EN LA TELEVISIÓN PÚBLICA

Tras dos años, abandona el cargo por las malas audiencias, el poco margen de maniobra y las tensiones con el área de Informativos que comanda Julio Somoano

Ignacio Corrales deja la dirección de TVE y abre una nueva crisis

RAÚL PIÑA / Madrid
Malos tiempos para RTVE. A su mala situación económica, que ha provocado que este viernes tenga que ser rescatada por la Sepi con 130 millones, se suma ahora la marcha del actual director de TVE Ignacio Corrales. Su salida se hará oficial este lunes, según ha podido saber este diario, tras permanecer dos años en el cargo. Los malos datos de audiencia, el poco margen de maniobra y las tensiones internas han sido factores determinantes en este decisión.

Corrales fue el hombre elegido por Leopoldo González Echenique para reflotar La 1 y el resto de canales de TVE. Su nombramiento provocó ciertas reticencias en el interior de la pública al ser un hombre que provenía de productoras externas -entre 2007 y 2011 asumió diferentes responsabilidades en Vértice 360- y que eso podría provocar una apuesta por la externalización. Fue elegido con el objetivo de comandar una gestión adaptada a las actuales circunstancias financieras.

En junio de 2012, momento en que se produjo la llegada de Corrales, La 1 tenía una audiencia del 11,5% de cuota de pantalla. En la actualidad, tiene un 9,5%. En sus dos años de mandato ha caído dos puntos.

Aunque en un primer momento contó con un margen por parte de los trabajadores y los sindicatos de la corporación, programas fallidos como *Generación rock*, *Letris*, *Uno de los nuestros* o las expectativas fallidas de las repescas de *España directo* y *Mira quién baila* han provocado las quejas de los empleados.

«En una empresa sin rumbo, sin proyecto, donde todo se centra en llegar al 10% de share en La 1, programas como Informe Semanal sobran. Es el momento de *Uno de los nuestros*, de *Mira quién baila*, *Letris*, *El pueblo más divertido*, *Generación rock*... Es el momento del fracaso frente a la apuesta de futuro, es el momento de los me-

diocres, de los inútiles, de los incapaces. Es el momento de una Dirección que está hundiendo poco a poco RTVE. Los responsables de tantos errores deberían dimitir o marcharse», fue la dura crítica que realizó hace unos meses el Sindicato SI.

A los datos de audiencia, se suman las tensiones internas entre la división de contenidos, pilotada por Corrales, y la de Informativos, dirigida por Julio Somoano. Desde un lado se explicaba la caída de audiencia por la pérdida de credibilidad y desde el otro por una parrilla poco competitiva que no tenía arrastre suficiente para los Telediarios. Un ejemplo de esa ríffirrafe fue la cancelación del programa vespertino *Corazón*, que precedía al Telediario 2, una maniobra que se interpretó como una victoria de Somoano sobre Corrales.

Sobre su sustituto, todo apunta a que podría ser un hombre de la casa. Pedro Pérez, que adelantó ayer en Twitter que hoy habría cambios en la dirección de TVE, apostó por alguien de la casa. La salida de Corrales supone una muestra más de los problemas y la debilidad que atraviesa la corporación, además de un duro revés para Echenique, cuyo futuro también está en entredicho.

Renovación en Deportes



María Escario. / TVE

Los cambios se multiplican en TVE. La cadena pretende hacer un gran relevo generacional en el equipo de deportes de sus informativos. Rostros tan conocidos como los de María Escario, Sergio Sauca e incluso Jesús Álvarez, que compagina su trabajo delante de la cámara con la dirección de deportes de la cadena, podrían ser sustituidos en septiembre. Distintos cargos de la corporación ya dan por seguro el reemplazo de Escario en el fin de semana, para donde ya prueban al tándem formado por Marc Martín y Arseni Cañada. Escario, que sólo fue enviada a la final de la Champions a Lisboa tras las quejas de sus compañeros, podría ser apartada o, en un nuevo giro, ocupar el lugar de Sauca o Álvarez. Otros dos nombres jóvenes de la pública como los de Francisco José Caro y Lalo Alzueta también podrían ganar presencia en esta reforma que pretende dar más tiempo a los bloque deportivos para ganar audiencia. / EDUARDO FERNÁNDEZ



El presidente de Google visita La Habana

Cuatro ejecutivos de la compañía se reúnen con el Gobierno y la disidencia

MAYE PRIMERA
Miami

Internet aún no llega plenamente a Cuba y Google se le ha adelantado. El pasado viernes, cuatro altos ejecutivos de la empresa iniciaron un viaje de dos días a La Habana, donde se han reunido con representantes del Gobierno, con estudiantes de informática y con ciberactivistas de la disidencia. Los medios cubanos, sin embargo, no han informado oficialmente de la visita que tuvo por objetivo "promover las virtudes de una Internet libre y abierta".

La bloguera cubana Yoani Sánchez fue quien dio la noticia de la llegada a la isla del presidente de Google, Eric Schmidt, junto con los directivos de Google Ideas, Jared Cohen, Brett Perlmutter y Dan Keyserling. "La visita llevó meses de preparación y fue la primera vez que una representación de Google acudía a La Habana para hablar de tecnología y acceso a Internet", afirmó Sánchez, a través de su diario 14ymedio.com.

De acuerdo con esta información, los empresarios sostuvieron encuentros "con el sector oficial", recorrieron la Universidad de Ciencias Informáticas, y el viernes por la noche visitaron la sede de 14ymedio.com. "Anoche, Google tocó a nuestra puerta. No es una metáfora, el buscador vino a buscarnos. Ahí estaban varios representantes del más popular de los buscadores, asomándose a nuestras vidas y a nuestro trabajo", escribió Sánchez.

"Jared Cohen, Brett Perlmutter y Dan Keyserling se animaron a subir hasta el piso 14 del edificio y compartir con nosotros una redacción periodística carente de Internet, pero con un fuerte compromiso con la realidad cubana

de hoy", continuaba la nota. Eric Schmidt y Jared Cohen han estado especialmente interesados en explorar las posibilidades de Internet en sociedades donde la conectividad está aún prohibida por la censura. En un artículo firmado por ambos en *The New York Times* el pasado 11 de marzo, los ejecutivos calculan que en una década habrá en el mundo unos 5.000 millones de personas conectadas a la Red y estiman que el mayor incremento de internautas se dará en sociedades que ahora mismo están severamente censuradas, "lugares en los que hacer clic en un artículo desagradable puede llevar a toda una familia a la cárcel, o algo peor".

Es el caso de Cuba, donde no está permitido el acceso libre a Internet. La tasa de conectividad de la isla, del 3%, es la más baja de

El viaje tuvo por objetivo "promover un Internet libre y abierto" en la isla

América Latina. De una población de 11,2 millones, solo 2,6 millones tiene la posibilidad real de navegar y la mayoría, a través de los centros de comunicaciones gestionados por la estatal Empresa de Telecomunicaciones de Cuba (Etecsa), que ofrecen un servicio limitado a precios exorbitantes. Una hora de navegación internacional por Internet cuesta 4,5 pesos cubanos convertibles, que equivalen a 4,5 dólares estadounidenses (3,2 euros) y a más de una semana de salario de un ciudadano medio. Las compañías extranjeras y los hoteles también brin-



Ciudadanos cubanos se conectan en un cibercafé de La Habana. / ADALBERTO ROQUE (AFP)

dan el servicio, pero es "lento, muy lento", tal y como lo describieron los ejecutivos de Google durante su conversación con Yoani Sánchez La Habana.

En su artículo de *The New York Times*, Schmidt y Cohen hacen referencia a sus viajes por otros países que se sufren a la represión, entre ellos Corea del Norte y Arabia Saudí, donde también dicen haberse reunido con disidentes que hacen esfuerzos por expresarse a través de la Red. "Gran parte de la lucha contra la censura ha sido dirigida por los activistas del movimiento por la

libertad de Internet. Podemos unirnos a esta comunidad de códigos abiertos, sin importar si somos responsables de políticas públicas, corporaciones o individuos. El dinero, las habilidades de programación o las subvenciones del Gobierno pueden marcar las diferencias", argumentaban Schmidt y Cohen.

La nota acaba con este mensaje: "Dadas las energías y las oportunidades que existen, es posible poner fin a la censura en Internet represiva dentro de una década. Si queremos que la próxima generación de usuarios sea libre,

no vemos ninguna otra opción". En busca de la conectividad global, Google ha puesto en marcha el Proyecto Loon, que consiste en el lanzamiento de dos centenares de globos estratosféricos que harán posible la conexión desde zonas remotas. Hace un par de semanas, el cantautor cubano Silvio Rodríguez ya se preguntaba en una entrevista qué pasara en Cuba cuando estos globos estén en órbita: "Vamos a ver las nuevas generaciones a quienes les agradecen el [acceso a] Internet. (...) ¿A nosotros? ¿A nuestro país? ¿A su gobierno? ¿O a Google?"



TRIBUNA JUSTICIA ENRIQUE GIMBERNAT

El autor critica dos sentencias del Tribunal Constitucional que desdeñan el derecho del público a ser informado
Sostiene que la composición conservadora del TC causará más disgustos en materia de libertad de expresión

Jaque a la libertad de información

LA SENTENCIA del Tribunal Constitucional (STC) 176/2013, de 21 de octubre, estima que la publicación de varias fotografías, en el programa de televisión *Crónicas Marcianas*, de Francisco Álvarez-Cascos cuando era ministro de Fomento, en 2004, en compañía de su entonces pareja sentimental y posterior esposa, María Porto, tomadas durante sus vacaciones y en lugares públicos, como lo eran la terraza y la playa de un hotel de Lanzarote, habían vulnerado el derecho a la intimidad y a la propia imagen de ambas personas.

Lo primero que hay que decir contra esta sentencia es que, si, como reiteradamente ha definido el TC, el derecho a la intimidad «tiene por objeto garantizar al individuo un ámbito reservado de vida frente a la acción y el conocimiento de los demás», entonces ¿cómo se puede decir en serio que se está reservando ese ámbito íntimo al conocimiento de los demás, siendo así que Álvarez-Cascos se hacía acompañar de María Porto en espacios públicos, a la vista de cientos de clientes del hotel –huéspedes y visitantes–, es decir: cuando, por definición, no estaba reservando al conocimiento de los demás su presencia en ese espacio público junto a su pareja sentimental? La intimidad –o sea: la sustracción de un comportamiento al conocimiento de los demás– requiere que esa voluntad de privacidad se haya manifestado en el mundo exterior poniendo obstáculos a la percepción de otras personas, tal como sucede cuando la actividad en cuestión se desarrolla dentro de un domicilio o en la habitación de un hotel o en el interior de un automóvil o en cualquier otro lugar reservado o apartado, pero, por tautológico, esa voluntad carece de objetividad alguna cuando el supuesto agraviado ha sido el primero en permitir que su actividad se desarrollara a ojos vista.

La sentencia estima que se ha vulnerado también el derecho de ambas personas a la propia imagen. La Ley Orgánica de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen (LOPC) considera intrusión ilegítima la captación y publicación de imágenes de personas privadas, en contra de su voluntad, aunque se hayan tomado en lugares públicos (art. 7º.5). Pero, por lo que se refiere a personalidades notorias, el legislador español, después de ponderar ese derecho a la propia imagen con el de la liber-

tad de expresión, ha establecido en el art. 8º.2.a), inequívocamente y sin restricción alguna –y sin que desempeñe ya papel alguno la voluntad de aquel cuya imagen se reproduce–, que: «En particular, el derecho a la propia imagen no impedirá: a) Su captación, reproducción o publicación por cualquier medio, cuando se trate de personas que ejerzan un cargo público o una profesión de notoriedad o proyección pública y la imagen se capte durante un acto público o en lugares abiertos al públi-

co». Como, al tiempo de la publicación de las fotografías tomadas en «un lugar abierto al público», Álvarez-Cascos «ejercía un cargo público», esta sentencia del TC, al considerar ilícita la captación de las imágenes tomadas en Lanzarote, entra en irremediable contradicción con el art. 8º.2.a) LOPC, por lo que, antes de dictar sentencia, y conforme al art. 52.2 de la Ley Orgánica del TC, la Sala del TC debería haber planteado al Pleno una autocuestión de inconstitucionalidad, para examinar la eventual inconstitucionalidad del art. 8º.2.a) LOPC –por que vulneraría el derecho a la propia imagen–, puesto que, dado su sentido literal, la única interpretación posible que admite ese art. 8º.2.a) es que esas fotografías constituirían un ejercicio legítimo del derecho a la libertad de información. El que, además de Álvarez-Cascos, apareciera en las imágenes otra persona, no modifica en nada lo que acabo de afirmar: porque, independientemente de que, a lo sumo, sólo debería haberse otorgado el amparo a ésta, pero no a aquél, en cualquier caso, y como acertadamente establece la STS (Sala 1ª) 719/2009, de 16 de diciembre, bajo ponencia de Xiol, que había estimado que la publicación de esas fotografías estaba amparada por la libertad de información, sentencia del TS que ha sido anulada por esta STC 176/2013, «la presencia de una persona que aparecía con el personaje público afectado tenía carácter accesorio y resultaba necesaria para transmitir la información».

Finalmente, incluso para la lamentable y restrictiva sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos de Estrasburgo (STEDH) de 24 de junio de 2004 (Ernst von Hannover contra Alemania), a la que nos referiremos más tarde, en la captación de las imágenes de Álvarez-Cascos habría prevalecido el derecho de información, porque el motivo por el cual se consideró ilegítima la publicación en Alemania de fotografías de Carolina de Mónaco –sola y acompañada–, en lugares públicos haciendo deportes, paseando o de vacaciones, fue el de que Estrasburgo estimó que Carolina y sus acompañantes eran solamente «personas notorias», que no desempeñaban funciones políticas, afirmando el TEDH, sin embargo, que a otra conclusión habría llegado si las fotografías hubieran reproducido imágenes de personas que ejercen funciones públicas, ya que «existe un derecho del público a ser informa-

do, derecho esencial en una sociedad democrática que puede incluso referirse a aspectos de la vida privada de personas públicas, concretamente cuando se trata de personalidades de la política». Es decir: que, incluso para esta –hasta decir basta– restrictiva STEDH, en la captación de las imágenes de Álvarez-Cascos habría prevalecido el derecho a la información, ya que en aquel momento era ministro de Fomento y, consiguientemente, «una personalidad de la política».

LA TODAVÍA MÁS reciente STC 19/2014, de 10 de febrero –que ha pasado tan desapercibida a la opinión pública como la anterior–, anulando también otra sentencia de la Sala 1ª del TS (la 125/2011, también con ponencia de Xiol), que no había apreciado vulneración de derecho fundamental alguno, otorga el amparo a la actriz Melani Olivares, conocida especialmente por su intervención en la serie televisiva *Aída*, de quien la revista *Interviú* había publicado varias fotografías en *topless* mientras se encontraba en una concurrida playa de Ibiza. El TC estima que la difusión de esas fotografías –en contradicción nuevamente con la ponderación efectuada por el art. 8º.2.a) LOPC, que permite expresamente la publicación de imágenes captadas «en lugares públicos» (aun sin su consentimiento) de «personas que ejerzan... una profesión de notoriedad»– ha lesionado el derecho a la propia imagen de la actriz. En este caso, aunque estamos ante el ejercicio de la libertad de expresión desarrollada por profesionales de la información, el TC considera que esa libertad no puede prevalecer sobre el derecho de la afectada a la propia imagen, ya que, con la publicación de las fotografías, no se «contribuye a la formación de la opinión pública», porque se trata de una información que «no es estrictamente de carácter político, económico, cultural o científico, sino meramente de entretenimiento», y «porque no cabe identificar indiscriminadamente interés público con interés del público, o de sectores del mismo ávido de curiosidad».

Para fundamentar su fallo, esta sentencia del TC acude nuevamente a la STEDH (Sección 3ª) von Hannover contra Alemania, de 2004, a la que cita nada menos que en cuatro ocasiones, y no quiere ver ni en pintura la posterior STEDH (Pleno) de 7 de febrero de 2012 (Carolina de Mónaco contra Alemania) que, en gran medida, rectifica los principios establecidos en su sentencia de 2004 (si el TC no conoce esta sentencia del TEDH de 2012, malo, y si, conociéndola, no la menciona porque no le vienen bien ni sus Fundamentos Jurídicos ni su Fallo, mucho peor). Y es que, en efecto, la posterior STEDH de 7 de febrero de 2012 estima que no han vulnerado ningún derecho de Carolina de Mónaco ni de su entonces marido von Hannover –tampoco el de la propia imagen– las revistas alemanas que publicaron tres fotografías de ambos conyugues durante sus vacaciones de esquí en las estaciones invernales de St. Moritz (en 2002 y en 2003) y de Zürs am Arlberg (en 2004), distinguiendo ahora la sentencia entre personas privadas, por una parte, y públicas, por otra, en las que incluye, no sólo a los políticos, sino también a aquéllas que tienen una

Sigue en página 20



LPO
LPO

«La prensa –la sesuda y la no sesuda– está amparada en su ejercicio por el artículo 20 de la Constitución»

Humanos de Estrasburgo (STEDH) de 24 de junio de 2004 (Ernst von Hannover contra Alemania), a la que nos referiremos más tarde, en la captación de las imágenes de Álvarez-Cascos habría prevalecido el derecho de información, porque el motivo por el cual se consideró ilegítima la publicación en Alemania de fotografías de Carolina de Mónaco –sola y acompañada–, en lugares públicos haciendo deportes, paseando o de vacaciones, fue el de que Estrasburgo estimó que Carolina y sus acompañantes eran solamente «personas notorias», que no desempeñaban funciones políticas, afirmando el TEDH, sin embargo, que a otra conclusión habría llegado si las fotografías hubieran reproducido imágenes de personas que ejercen funciones públicas, ya que «existe un derecho del público a ser informa-



Viene de **página 19**

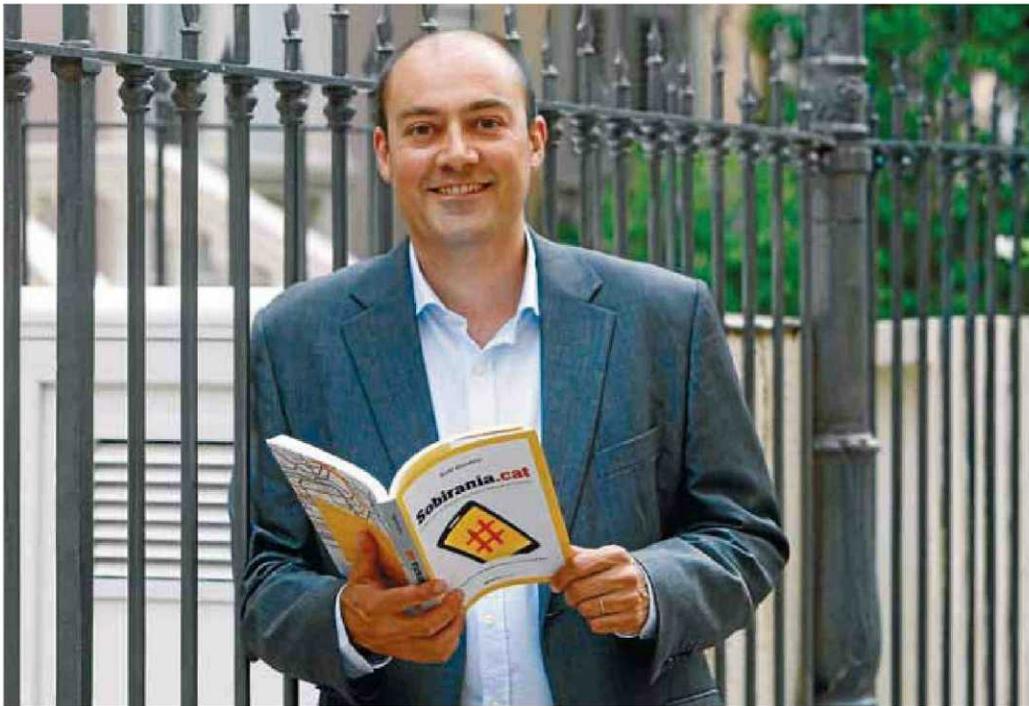
proyección notoria, afirmando la existencia de un «interés general», en lo que se refiere a fotografías o artículos de prensa «no solamente cuando la publicación se refiere a cuestiones políticas o crímenes cometidos, sino también cuando se refiere a cuestiones relativas al deporte o a actores», por lo que, tanto Carolina de Mónaco como su marido, «habida cuenta de su grado de notoriedad irrefutable... deben ser considerados personajes públicos», equiparando esta STEDH de 2012 «a las personas que actúan en un ámbito público, como personalidades de la política o personajes públicos», y asumiendo el criterio del TS alemán de que «la libertad de expresión también comprende los reportajes de entretenimiento».

EN EL DERECHO la seguridad jurídica se alcanza estableciendo, primero, principios abstractos y subsumiendo en ellos, después, los casos de la vida real, de tal manera que la solución que hay que dar a un supuesto de hecho concreto viene determinada en función de si tal supuesto es abarcado o no por el principio previamente establecido. Dada la composición predominantemente conservadora de nuestro actual TC, me inclino a pensar que lo determinante para otorgar el amparo a Álvarez-Cascos y a Melani Olivares ha sido la circunstancia de que quien se encontraba con el ex ministro de Fomento –en aquel momento todavía casado– era su entonces amante y la de que la actriz Olivares aparecía en las fotografías con el torso desnudo –una manera de tomar el sol en playas y en piscinas ampliamente aceptada en España, aunque no por todos los sectores de la sociedad–. Pero para justificar por qué en ambos casos ha existido vulneración de los derechos fundamentales de esos dos concretos recurrentes, el TC ha establecido el principio general de que la captación de imágenes de personalidades notorias –tanto de la política como de otras profesiones– en lugares abiertos al público sólo es constitucionalmente legítima si con ello «se contribuye a la formación de la opinión pública» y se transmite así información «de carácter político, económico, cultural o científico», de tal manera que, a partir de ahora –y si no se cuenta con su consentimiento previo– no se podrán publicar, por ejemplo, imágenes de Rafael Nadal yendo a comprar churros en Mahón para desayunar, ni de Imanol Arias facturando su equipaje en el mostrador de Iberia del Aeropuerto Adolfo Suárez, ni de Rajoy paseando en verano por las calles de Sangenjo. La idea del español que transmiten esas dos sentencias del TC es la de una persona sesuda que sólo lee periódicos económicos o, cuando son generalistas, únicamente las secciones de Nacional y de Cultura, por lo que, en consecuencia, deben ser anatémizados los periodistas de la prensa de entretenimiento –y, de rechazo, sus lectores– porque lo que en ella se publica sólo puede interesar a quien está «ávido de curiosidad» (al TC sólo se le ha olvidado añadir el adjetivo «malsana»).

Frente a esto hay que decir que la prensa en general –la sesuda y la no sesuda– está amparada en su ejercicio por las libertades de expresión y de información que les otorga el art. 20 de la Constitución española, siempre y cuando no ataquen el honor y la intimidad de las personas.

Me temo, por lo que se refiere a la libertad de expresión, que, dada su composición, este Tribunal Constitucional todavía nos va a dar unos cuantos disgustos.

Enrique Gimbernat es catedrático de Derecho Penal y miembro del Consejo Editorial de EL MUNDO.



Saül Gordillo, que va treballar a El Punt, presentarà el seu llibre demà a Girona i dijous a Barcelona ■ ORIOL DURAN

El ciberactivisme sobiranista

TEXT • El periodista Saül Gordillo analitza en el llibre 'Sobirania.cat' l'impacte que ha tingut internet en el procés català **DECISIU** • L'autor manté que el fenomen 2.0 ha estat determinant en el moviment que es viu al país

Marc Bataller
BARCELONA

“**E**l procés sobiranista, la seva agilitat, el seu abast, la seva capacitat de resposta i de convocatòria, seria inexplicable sense el paper organitzador i mobilitzador del ciberindependentisme.” Les paraules dels professors de periodisme i comunicació de la UAB Joan Manuel Tresserras i Enric Marín en el pròleg de *Sobirania.cat* resumeixen a la perfecció la filosofia que impregna aquest nou llibre del periodista Saül Gordillo (Calella, 1972).

Sobirania.cat. 10 anys de la revolució política catalana a internet (Creat Edicions) és una crònica de l'impacte que han tingut els mitjans digitals i les xarxes socials en el procés sobiranista i com s'interrelacionen. “Internet ha estat determinant en el moviment que s'està vivint a Catalunya”, indica Gordillo, que comença el seu relat

l'any 2004, amb els atemptats de l'11-M i la posterior victòria de José Luis Rodríguez Zapatero, fonamentada en una sèrie de mobilitzacions ciutadanes contra les “mentides” de José María Aznar i Ángel Acebes. Aquelles protestes es van articular a través de missatges SMS dels mòbils i també dels

El 2011 es va viure una ‘primavera catalana’ amb els “indignats” i l'embrió de l'Assemblea Nacional

blogs, que començaven a treure el cap, com recorda Gordillo.

Cronològicament, però, un dels punts d'inflexió va ser l'any 2006, quan la Plataforma pel Dret a Decidir va convocar milers de persones a través de la xarxa per manifestar-se contra la retallada de l'Estatut que havien acordat Artur Mas i Zapatero: “Els mitjans tradicionals es van haver de posar les piles”, relata Gordillo. L'èxit 2.0 va

“condicionar” els partits, alguns dels quals “van anar a les mobilitzacions visiblement a remolc”.

Un altre dels moments a tenir en compte és la “primavera catalana” del 2011, en què conflueixen diversos moviments com ara els “indignats” del 15-M, l'embrió de l'Assemblea Nacional i la consulta independentista a Barcelona. El paper de les xarxes també va ser determinant. “Aquests processos anaven lligats, perquè internet, en general, demana més qualitat democràtica, com el procés sobiranista i el 15-M”, matisa Gordillo.

Des d'aleshores, alguns *hashtags* (etiquetes) de Twitter han agafat molta volada com ara #novullpagar; #twitterencatalà i #11S2012; i les visites al web de l'ANC també s'han disparat.

Finalment, l'autor destaca que l'espanyolisme ha reaccionat tard a aquesta onada 2.0 a Catalunya, encara que últimament el CNI s'ha “activat” a Twitter amb alguns perfils amb pocs seguidors que es dediquen a rebentar els debats. ■



FORMACIÓN

Jornadas de Periodismo de Unidad Editorial

Expansión. Madrid

La economía ha adquirido mayor relevancia por la crisis. Esta situación ha generado mayores exigencias de información por parte de los ciudadanos y un mayor nivel de profesionalización de quienes deben difundirla. "En estos momentos se mezclan dos cuestiones: la situación económica, que ha cambiado por la crisis, y los primeros síntomas de que la salida está a la vista", afirma Salvador Arancibia, director de las jornadas, y adjunto a la dirección de EXPANSIÓN.

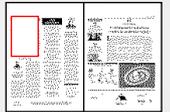
Con el objetivo de aportar a los profesionales del periodismo económico, así como a otros actores, enfoques diversos sobre su trabajo diario, nacen las *I Jornadas sobre Periodismo*



La crisis económica y su efecto en los medios, protagonistas de las 'I Jornadas sobre Periodismo Económico'

Económico: Próximos retos ante el nuevo escenario de la Economía, organizadas por la Escuela de Periodismo y Comunicación de Unidad Editorial, EXPANSIÓN y Philip Morris International. Las jornadas se desarrollarán los días 3 y 4 de julio en la sede de Unidad Editorial en Madrid y reunirán a algunos de los periodistas del ámbito económico más reconocidos, españoles e internacionales. Participarán periodistas económicos de *Financial Times*, *The Wall Street Journal*, *Expansión*, *Cadena SER*, *El Mundo*, *El País* y *La Vanguardia*, entre otros medios.

"Se trata de que los responsables de difundir información económica aporten su visión sobre la situación de los medios, el futuro y el papel que los informadores deben seguir jugando", dice Arancibia.



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

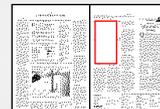
‘El Mundo’ carrega contra els candidats a liderar el PSOE



De la mateixa manera que nou de cada deu dentistes recomanen xiclets sense sucre (però ningú coneix el que els recomana amb sucre), nou de cada deu llibres d'estil de periodisme diuen que, en un diari, la informació i l'opinió s'han de servir en plats diferents, clarament identificats. Victoria Prego s'erigia ahir en l'excèntric desè dentista a qui no importa desafiar el manual. “PSOE: ni líder ni programa” deia la portada d'*El Mundo* per titular un article seu que incloïa el passatge se-

güent: “Del poc que sabem dels pretendent a encapçalar el PSOE és que [...] Pedro Sánchez pretén un tracte fiscal especial per a Catalunya, que es reformi urgentment la Constitució per delimitar clarament i blindar les competències exclusives de Catalunya en matèria cultural o lingüística i que, per descomptat, sigui considerada una nació. ¿I això d'on ho treu? Això no és a les resolucions aprovades en l'últim congrés, ni és al programa del PSOE, ni a la seva declaració política. Aleshores, què és? Doncs una ocurrencia del candidat”.

Ella mateixa fa les preguntes, ella mateixa les respon. Se n'arropa el dret perquè és Victoria Prego, esclar, puntal de la cultura de la Transició. Però no era una columna, sinó una (aparent) crònica política. La periodista també dinamitava qualsevol guia de redacció amb un ús continuat de la primera persona del plural al llarg de tot l'article: la distància respecte a la cosa informada és un requeriment bàsic per a la credibilitat. Però poca distància hi havia en un article que, després de pentinar l'altre candidat, es deixava anar amb un “*Ahí queda eso*”. En tot cas, el que queda és la sensació d'una extrema preocupació, un cop més, per la cosa catalana.



EL LECTOR EXPOSA

Perrier i el 'balconing'

La marca francesa de la bebida de agua con gas Perrier hace apología del *balconing* en su nuevo anuncio que se puede ver en TV3. Pido que se retire el anuncio, ya que el *balconing* ha provocado heridos y muertos entre los turistas que vienen a Catalunya y se tiran desde el balcón del hotel hasta la piscina del mismo (ha habido muchos accidentes en Lloret de Mar, Salou y en muchos otros lugares) imitando el anuncio de Perrier que se puede ver en la televisión pública catalana.

ANTONI BALLESTER CLARAMUNT

Sitges

LA RESPOSTA

No comet cap irregularitat

L'espot a què es fa referència, com passa amb tota publicitat que es pot veure a Televisió de Catalunya, ha estat supervisat i aprovat per Autocontrol (Associació per a l'Autoregulació de la Comunicació Comercial), l'associació que elabora i aplica els codis de conducta publicitaris atenent a qüestions ètiques i legals. A més, el llibre d'estil de la CCMA delimita de forma clara les situacions en què, com a mitjà de comunicació, hauríem de refusar un contingut publicitari: en cas que fomenti actituds discriminatòries o antisocials, o ofengui els sentiments o les conviccions morals de les persones.

No obstant això, sàpiga que s'ha transmès la seva reflexió als responsables de la marca que ens ocupa, per tal que en pròximes campanyes que hagin de ser emeses a Televisió de Catalunya se suprimeixin les imatges que poden ferir la sensibilitat de l'audiència.

ADELINA CASTILLEJO

Defensora de l'Audiència de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals



Maduro, 'periodista' de premi a Veneçuela

[CARACAS] El *chavisme* va distingir com a comunicador de l'any el ministre d'Interior de Veneçuela, encarregat de reprimir les protestes, i el president Maduro com a comunicador alternatiu per la seua tasca a Twitter.



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
28/06/14	Comunicación en el sector Moda (2): El papel de las blogueras en las estrategias de las marcas / Top Comunicación	48	3
30/06/14	Biblioteca del Congreso: la Ciudad de los libros en Washington / Periodistas en Español	51	2



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Comunicación en el sector Moda (2): El papel de las blogueras en las estrategias de las marcas

Sábado, 28 de junio de 2014

ESPECIAL 'COMUNICACIÓN EN EL SECTOR DE LA MODA' POR REDACCIÓN. viernes 20 de junio de 2014

La próxima semana publicaremos un último artículo dedicado a dos importantes canales para lograr los objetivos de comunicación en este sector: las redes sociales (un canal actual) y el uso de celebrities (un canal clásico) . Para realizar este especial hemos entrevistado a los siguientes 10 expertos : Pedro Lamelas (Socio-Director de A Toile Comunicación), Mar de Ojeda (Directora de Emred/ModaenlaRed.com), Clotilde Betermier (directora de Intro Ibérica), Irene Martínez Pujadó (Directora de Cuentas de Moda de Piazza Comunicación Actual), Mario Camacho (CEO de Queens Comunicación), Sofía Gutierrez de Escofet (CEO de Sogues Comunicación), Miryam Pintado, directora de The Gallery Room, Angeles Moya (Directora de TheWhiteOffice Comunicación), Mercedes Fadrique (Ceo y codirectora de La Trastienda) y Ana Sierra (Directora del departamento digital de Nota Bene). En el artículo de esta semana, analizamos tres importantes aspectos relacionados con el mundo de las blogueras de este sector. En primer lugar, recogemos la valoración general que hacen las agencias de este fenómeno. El segundo gran tema se refiere a los posibles problemas de relación que pueden surgir entre marcas/agencias y blogueras. Y, por último, hemos preguntado a nuestros expertos si el fenómeno bloguero está disminuyendo el papel de la prensa en la comunicación de moda.

IMPACTO DE LAS BLOGUERAS EN EL SECTOR En sus inicios, el fenómeno de las blogueras aportó mucha frescura al mundo de la moda , pues abordaban las tendencias y las marcas desde una perspectiva diferente, más personal e independiente que los medios de comunicación, siendo capaces de entablar un diálogo de tú a tú con las potenciales compradoras. Según explica Pedro Lamelas (A Toile) , esta capacidad pronto atrajo a las firmas que empezaron a interesarse por ellas, produciéndose un gran cambio: las blogueras comenzaron a ganar notoriedad. La fama de muchas de ellas produjo la escisión entre dos grandes grupos: las blogueras, cuyo principal activo era el contenido, y las egoblogueras, cuyo principal activo era la imagen de su autora, que pasaba a convertirse en una pseudo-celebrity. Hoy día, todavía nos encontramos con algunos blogs de gran calidad, que siguen aportando ese toque diferente y, sobre todo, de moda real, pero cada vez son menos. Lamentablemente, estas propuestas conviven con otras que han sucumbido a los intereses comerciales y al afán de protagonismo , en el que sus autoras han dejado de interpretar la moda de forma personal para convertirse en meros maniqués al servicio de las marcas y que han perdido toda su frescura, opina Lamelas. Mario Camacho (Queens Comunicación) se refiere a las blogueras como un colectivo absolutamente sobredimensionado: Ha tenido un crecimiento exponencial y sigue en aumento. Desde nuestro punto de vista, tanta oferta de bloggeras no supone un problema en sí, pero tampoco beneficia a nadie, ni al sector, ni a los comunicadores. Creemos que con el tiempo habrá una selección natural.

Mar de Ojeda (Emred/ModaenlaRed.com) destaca la importancia que tienen para la comunicación de las marcas: Tienen un papel y es necesario tenerlo en cuenta siempre y cuando su perfil se ajuste a las necesidades del cliente. Ni todas valen, ni todas convierten pero son un nuevo emisor a tener en cuenta a la hora de establecer los planes de comunicación. Es cierto que ha supuesto un fenómeno a nivel de comunicación y por lo tanto merece la pena reparar en él y tenerlo en cuenta a nivel de Marketing y Comunicación. Por su parte, Mercedes Fadrique (La Trastienda) considera que es un fenómeno real y una gran influencia en el público general, pero también creo que como todo fenómeno de rápida expansión y crecimiento necesita un poco de tiempo para asentarse. **CÓMO GESTIONAR LOS BLOGS DE MODA** Además de la valoración que los expertos hacen de este fenómeno, también les hemos preguntado por las principales características a tener en cuenta para poder gestionar mejor este canal de comunicación: Un medio complementario, directo y rápido. Los blogs son un canal de comunicación, a nuestro parecer complementario, para llegar a nuestra audiencia de manera directa y rápida. Las blogueras se han convertido en un gran fenómeno, y es interesante contar con esta vía de comunicación con el target. Por ejemplo, para dar a conocer un evento o una marca, sobre todo en provincias, la asociación con éstas es esencial (Clotilde Betermier, de Intro Ibérica) . Un estilo fresco que mejora la visibilidad. Las blogueras son frescas y dan una visibilidad de los productos muy natural. Los seguidores, a través de ellas, toman consciencia de una moda más cercana y asimilan ideas asequibles de estilismo renovadas a diario (Irene Martínez Pujadó, de Piazza Comunicación Actual). Menos audiencia que la prensa, pero más engagement . Al tratarse de una novedad evoluciona de tal forma que no sabemos en qué deparará pero de momento es una estrategia de comunicación tan válida como cualquier otra. De hecho es muchas actividades que hemos realizado con ellas vemos como su audiencia es menor que muchos medios Tops online, pero el engagement que generan es increíble a nivel de resultados (Ana Sierra, de Nota Bene) . **Cambiar los hábitos de trabajo: comunicación en tres tiempos.** La llegada del fenómeno bloguero ha hecho que marcas y agencias hayan tenido que cambiar sus hábitos de trabajo. Ha provocado una comunicación a tres tiempos, información para medios mensuales, información para revistas semanales y diarios y por último información inmediata para webs y bloggers. También ha hecho que la comunicación sea tester, que los bloggers (prescriptores) quieran vivir en directo, probar o testar todo lo que se comunica (Sofía Gutierrez de Escofet, de Sogues Comunicación). **CONFUSIÓN ENTRE CONTENIDO Y PUBLICIDAD** En muchos casos las relaciones entre marcas/agencias y blogueras no son todo lo cordiales que sería deseable. El principal foco de conflicto surge a la hora de delimitar la frontera entre contenido editorial y publicidad. Según Miryam Pintado (The Gallery Room) , en muchos casos se confunde publicidad y comunicación. En los medios esta división está perfectamente definida, y las acciones publicitarias claramente expuestas. En los blogs todo es más confuso. En muchos casos piden dinero o regalos solo por publicar contenidos. Las tarifas no son homogéneas y no son solo por anunciarte. Supongo que poco a poco se irá profesionalizando. A este respecto, Angeles Moya Carraffa (TheWhiteOffice Comunicación) añade: El bosque no está limpio por el momento de revolución y caos que existe. Las marcas no tienen unos baremos de remuneración, y los bloggers piden en función de lo que creen que tiene la marca con la que negocian,

Audiencia: 18.855

Ranking: 5

VPE: 119

Página: 3

Tipología: online

con lo que nos encontramos cifras que varían hasta en 10 veces. Un ejemplo es el pago por post que algunos proponen; considero que no se debería pagar por post publicado puesto que es información para sus seguidores pero sí tener tarifas de publicidad, publrreportajes, sponsoring, etc., como los demás medios de comunicación. Otros problemas que se producen a la hora de gestionar la relación con las blogueras son: - Una mala elección de bloggers. A veces se eligen blogueras Top o con un alto grado de influencia, pero que no se identifiquen o impliquen con la marca. - Avalancha de blogueras. Han nacido una gran cantidad de blogueras que han desarrollado blogs independientes. Es muy difícil tener un conocimiento actualizado de cada uno de estos blogs. - Falta de control de la línea editorial. El tratamiento que dan los medios de comunicación a los contenidos son conocidos. Las blogueras, en ciertos casos, suelen dar tratamientos que no son los esperados y que no se ajustan a la línea de comunicación que persigue la marca. **PERIODISTAS VERSUS BLOGUERAS** ¿Está disminuyendo el papel de los periodistas y medios de comunicación respecto a las blogueras? Es la última cuestión analizada en e

Biblioteca del Congreso: la Ciudad de los libros en Washington

Lunes, 30 de junio de 2014

Jorge Luis Borges: en lo que a mí se refiere soy incapaz de imaginar un mundo sin libros. Es la Biblioteca del Congreso de Washington, la más grande del mundo, la más cosmopolita y universal, con alrededor de 128 millones de objetos entre libros, mapas, manuscritos, fotografías, filmes, audio-videos, grabados y dibujos, partituras musicales y material digital. Una verdadera ciudad dedicada a la letra impresa y a la documentación que registra la historia del mundo. Conocerla fue un deslumbramiento, fue ingresar en una urbe casi sagrada con laberintos, túneles y miles de libros que guardan el tesoro intelectual de nuestra civilización. Fue fundada en 1800, dentro del Capitolio de los Estados Unidos y con el fin de servir al Congreso en sus información e investigaciones. Luego, se construyó un edificio permanente que lleva el nombre de Thomas Jefferson, porque además de presidente fue uno de los hombres que tuvo la más importante colección de libros de su época y la ofreció cuando las tropas inglesas quemaron el primer recinto. En 1815, esa colección fue comprada por 23 950 dólares y esos 6487 libros fueron la base de la actual Biblioteca, se encuentran en exhibición y muestran el concepto Jeffersoniano de universalidad que se mantiene hasta hoy como filosofía de la institución. En 1897 se inaugura la Biblioteca Jefferson, uno de los más bellos edificios de América, su Hall revestido en mármol, nos permite apreciar la Biblia de Gutenberg, y la gigantesca Biblia de Maguncia de 1450, exposiciones de arte, pinturas y estatuaria que decoran todas sus salas. En 1939, se termina la Biblioteca John Adams, en 1980 se inaugura el Memorial James Madison; el conjunto bibliotecario está interconectado por túneles y está totalmente computarizado. Gran sala de la Biblioteca del Congreso y un ejemplar de la Biblia de Gutenberg. Para mí es un orgullo trabajar aquí me dice Mark D. Conner, investigador especialista con quien recorro los túneles donde se albergan los libros, la sección pionera en el uso de nuevas tecnologías de conservación como la desacidificación del papel para conservar las colecciones, la sala de transportadores que llevan y traen los libros solicitados. Veo anaqueles que suman 800 kilómetros subterráneos, escaleras, pequeñas puertas como la de Alicia en el país de las maravillas, elevadores y salas majestuosas donde los lectores pueden consultar el universo en forma de libro. No, no es un sueño, es la Biblioteca del Congreso de Washington. Con un personal de 4000 funcionarios, la Biblioteca atiende a millones de estudiosos y visitantes, además de las consultas y referencias que se hacen por minutos por internet o libros que se solicitan y no salen del famoso templo. Por sus salas pasaron científicos, músicos, directores de cine que donaron sus películas y posters, investigadores, escritores, entre ellos Mark Twain, Walt Whitman, Vargas Llosa, presidentes y políticos como Martín Luther King que legó su manuscrito del discurso I Have a dream (Yo tengo un sueño). La Oficina de Derechos de Autor, el reconocido Copyright, forma parte de esta Biblioteca gigante, desde 1870 se han registrado 30 millones de derechos de autor, cuidados celosamente. Cuando uno ve este monumental acervo se pregunta: Cómo acrecienta la Biblioteca sus colecciones? Entran 10 000 libros por día y los

especialistas seleccionan el material, catalogando y distribuyéndolo a las secciones especiales o a bibliotecas que se encuentran en la red del servicio bibliotecario. De igual manera se procede con mapas, grabados y otros materiales. Así, pude gozar de unos bellísimos grabados del siglo XIX, de John James Audubon, el naturalista pintor que retrató los pájaros de América. La Biblioteca del Congreso, con su concepto universalista, estuvo siempre interesada en las culturas y sociedades del mundo, especialmente de lengua española. Fue el hispanista Archer M. Huntington quien estableció en 1939, la División Hispánica. Esta División Hispánica es un centro de estudio de las culturas de América Latina, el Caribe y la Península Ibérica. Ella es la encargada de acrecentar las colecciones latinoamericanas y españolas, facilitar su uso y difundirlas a través de guías, bibliografías y vía internet. Con gran emoción encontré registrado mi libro *Borges y los Otros* (Editorial Planeta) y *Miami Habla-Entrevistas a Hispanos Emblemáticos* (Ed. Alexandria) en el catálogo de la institución. Su actual directora, Georgette Dorn, motiva la participación de los autores hispanos y su interés por la División Hispana. La Biblioteca no solo alberga y registra, se han microfilmado colecciones de folletos históricos y políticos, ficheros y documentos. También hay una colección de CD-ROM de revistas especializadas, periódicos y manuales. Este material es accesible a través de <http://lcweb2.loc.gov/hlas>. Un Archivo de la palabra (Archive of Hispanic Literature on Tape, AHLOT) comenzó a grabar autores y poetas leyendo sus escritos, desde 1942. Así, se guardan y se pueden escuchar las voces de Juan Ramón Jiménez, Pablo Neruda, Miguel Ángel Asturias, Octavio Paz, Gabriela Mistral, Jorge Luis Borges, Mario Vargas Llosa, Carlos Fuentes, Gabriel García Márquez, Jorge Amado y Nélida Piñón. Todos los estudiosos, periodistas, profesores, investigadores y público en general tiene acceso a los materiales de la División Hispánica de la Biblioteca del Congreso, todos están invitados al uso a través del internet: <http://www.loc.gov/rr/askalib-hispanic-spa2.html>. O en su sitio web loc.gov. No soñaron en el siglo XIX, aquellos fundadores que comenzaron con 740 libros y tres mapas, siguiendo el decreto del presidente John Adams que trasladaba la sede del Gobierno de los Estados Unidos a Washington, que aquella Biblioteca sería la Gran Biblioteca del mundo, la ciudad de los libros que atesora la historia de nuestra cultura. La Biblioteca del Congreso fue proclamada Monumento Nacional, pero es también, marcando el sentido democrático del pueblo Americano, es, la Biblioteca de todos.