



RECULL DE PREMSA

14/07/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **acceso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

55



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.
11/07/14	EL PERIODISME FEMENÍ RECONeix A L'ALCALDESA DE MONTORNÈS / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	7	1
13/07/14	PATRIMONI AUDIOVISUAL. Preservar la memòria de l'ofici periodístic / PRESENCIA	8	2
14/07/14	LIBERALIZACIÓN DE COLEGIOS PROFESIONALES / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	10	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
11/07/14	MINGOTE RESERVADO / EL MUNDO (EL CULTURAL)	12	1
11/07/14	LA RÀDIO MATINAL ES CONFESSA / ARA	13	1
11/07/14	UNA DONA DE PARAULA / ARA	14	1
11/07/14	TVE-1 OBRE PER VACANCES / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	15	1
11/07/14	SALVADOR ALSIUS, YVONNE GRILEY I EVA PARERA, NOUS MEMBRES DEL CAC / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	16	1
11/07/14	JUBY BUSTAMANTE, EMBLEMA DEL PERIODISMO Y DE LA CULTURA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	17	1
11/07/14	PLOMA DE LA CULTURA JUBILIA FERNÁNDEZ BUSTAMANTE (1938-2014) PERIODISTA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	18	1
11/07/14	CELSO COLLAZO, EL CORRESPONSAL PIONERO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	19	1
11/07/14	LA DIRECCIÓN DE RTVE DESMIENTE QUE VAYA A SUPRIMIR 500 EMPLEOS / EL ECONOMISTA	20	1
11/07/14	JAVIER CÁRDENAS RENUEVA CUATRO AÑOS MÁS CON EUROPA FM / LA RAZON	21	1
11/07/14	LACADÈMIA DE TV ANUNCIA QUE CONVOCARÀ EL PREMI GARCÍA CAMPOY EL SETEMBRE / REGIO 7	22	1
11/07/14	BRAULI DUART LIDERARA LA FORTA / EXPANSION (CATALUÑA)	23	1
11/07/14	CERCA DE PROVES A RTVV EN EL CAS DE LA VISITA DEL PAPA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
12/07/14	JAIME PEÑAFIEL. MIS REALES JEFES DE PRENSA / EL MUNDO (LA OTRA CRONICA)	25	1
12/07/14	EUROPA AVALA UNA TVE SIN PUBLICIDAD / LA RAZON	26	1
12/07/14	ERA DE L'ESPECTADOR CONNECTAT / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	27	2
12/07/14	CATALUNYA RÀDIO FTXA 'METEOMAU RI' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	29	1
12/07/14	PERIODISME D'INTENCIONS, PER DAVID MURILLO BONVEHÍ / EL PUNT AVUI	30	1
12/07/14	PAROS EN TVE EN LA ETAPA REINA / ABC (EDICION NACIONAL)	31	1
12/07/14	SERGI VIVES SUBSTITUIRÀ ÀNGEL LLÀCER AL CAPDAVANT D'ELS OPTIMISTES' / ARA	32	1
12/07/14	EL TRIBUNAL DE LA UE RESPALDA EL MODELO DE FINANCIACIÓN DE RTVE / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	33	1
12/07/14	NOMBRAMIENTOS EN 'ELECONOMISTA' / EL ECONOMISTA	34	1
12/07/14	BRUSSEL·LES VEU LEGAL RTVE / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	35	1
12/07/14	CULTURA PROMOURÀ TV-3 I EL BARÇA COM A PATRIMONI / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	36	1
12/07/14	RTVE NO CONTEMPLA 500 DESPIDOS / EL ECONOMISTA	37	1
13/07/14	L'ARCÀDIA DELS VUITANTA / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	38	2
13/07/14	EL TUIT PERFECTE / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	40	1
13/07/14	EL MUNDIAL LANZA AL PALO EL PENALTI DE LA PUBLICIDAD / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	41	1
13/07/14	EGOBLOGUERS: DESPRESTIGIATS / ARA	42	2
13/07/14	VUIT SATÈL·LITS CONNECTEN TOT EL MÓN AMB INTERNET / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	44	1
13/07/14	EL BUENO DE JEAN PAUL IGLESIAS, POR PEDRO J. RAMÍREZ / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	45	2
13/07/14	LA TELEVISIÓN TAMBIÉN ES PARA EL VERANO / LA RAZON	47	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
13/07/14	SIN CUENTAS FANTASMA EN TWITTER por DEFENSOR DEL LECTOR, Tomàs Delclós / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	48	2
13/07/14	PROTESTA A FAVOR DE LA LLIBERTAT DE PREMSA A BIRMÀNIA / DIARI DE GIRONA	50	1
13/07/14	MARTA CAILÀ, SOBRE EL SEU RELLEU: ¿ENTENC LA DECISIÓ DE LA DIRECCIÓ" / ARA	51	1
14/07/14	LA GUERRA DIGITAL SALPICA A LA LITERATURA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	52	1
14/07/14	CARMEN SASTRE, DEFENSORA DEL ESPECTADOR DE RTVE «LA AUDIENCIA HILA FI NO Y ENSEGUIDA VE LAS FALTAS» / LA RAZON	53	1
14/07/14	DEBAT SOBRE LA IMATGE DE LA JOVENTUT EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	54	1

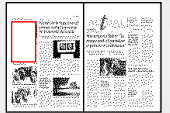


COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



HOMENATGE A LES ALCALDESSES



LA PRODUCTORA

Altres alcaldesses de la Segarra van acompanyar Huguet durant l'acte

El periodisme femení reconeix a l'alcaldesa de Montornès

CERVERA • L'Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC) va organitzar, aquest dimarts, un acte de reconeixement a les alcaldesses de Catalunya, que va estar acompanyat de la presentació de l'estudi "Dones i homes als governs locals catalans", elaborat des d'aquella mateixa associació. La seva presidenta, Carolina Barber, va presentar l'acte a la seu del Col·legi de Periodistes de Catalunya, a Barcelona. L'acte va tenir un es-

pecial reconeixement per a l'alcaldesa de Montornès de Segarra, Marta Huguet, com la més jove de Catalunya, juntament amb Montse Fornells, de Vilanova de l'Aguda. Altres alcaldesses de la Segarra, com Lourdes Castellana, de Tarroja, o Núria Magrans, de Torrefeta i Florejacs, van acompanyar l'homenatjada durant l'activitat. La vicepresidenta del Govern, Joana Ortega, va se l'encarregada de posar punt i final a l'acte.



16 PRESENCIA
13.-07.-2014

COMUNICACIÓ

Patrimoni audiovisual

ARXIU DE TV3

230.000

són les hores d'arxiu digital a finals del 2013.

90.000

hores de digitalització de l'arxiu en cintes.

140.000

hores de nou material produït digitalment des del 2003.

“

El web de TV3 a la carta, on hi ha molt material d'arxiu d'accés lliure, es va posar en marxa el desembre del 2004

Els arxius de les televisions públiques, TV3 i TVE, han esdevingut grans 'biblioteques audiovisuals' del país. Internet ha facilitat l'accés dels ciutadans a tot aquest material històric que les cadenes han posat a disposició

GEMMA BUSQUETS

● Les televisions públiques emmagatzemen en format audiovisual la història contemporània del país. TVE, amb 55 anys, i TV3, que en va fer 30, tenen en els seus arxius un patrimoni molt important per al país. Fa una setmana, coincidint amb el Canet Rock, TVE a Catalunya va penjar al seu web (www.rtve.es/television/arxiu/) mitja hora de vídeo de l'edició original del festival, el juliol del 1975. És només un exemple del material disponible. I de quina manera els espectadors poden utilitzar aquestes biblioteques audiovisuals?

Internet ha facilitat l'accés a tot aquest material. En aquest sentit, tant els serveis a la carta de TV3 (www.tv3.cat/3alacarta/) com el del web de TVE (www.rtve.es/alacarta/) no només disposen dels continguts televisius en curs sinó també de programes antics. Les responsables de documentació de TV3, Alicia Conesa, i de TVE a Catalunya, Dolors Gonzalo, responen a algunes de les qüestions principals.

Quin criteri determina quins vídeos hi ha als serveis a la carta?

El servei de TV3 a la carta es va posar en marxa el desembre del 2004. A punt de complir deu anys, hi ha en marxa un procés de renovació del web de la televisió catalana. No tot el fons de l'arxiu de TV3 està disponible al web, però. S'hi va incorporant part del fons a poc a poc, coincidint amb alguna efemèride. Aquest és el cas dels 25 anys del 30 minuts (2010),

quan es van posar al web tots els reportatges a excepció dels de producció aliena, dels quals no es tenen els drets. Hi ha documentals o d'altres produccions que es poden visualitzar al web només durant un determinat període de temps. Tenir els drets és el criteri pel qual es penjen uns continguts i no d'altres al web. Des del departament de Documentació de TVE a Catalunya es destaca que "tots els programes que hi són, tant de producció pròpia o externa, és perquè legalment és possible; són propietat de RTVE".

Quins programes d'arxiu es poden trobar als webs?

En el cas de la web de TV3, s'hi poden trobar bona part de les sèries pròpies de la cadena catalana. Una de les més èxits és *Plats bruts*. També hi ha disponible *Ventdelplà*, *Lo Cartanyà*, *Porca Misèria*, *La memòria dels Cargols*, i *Majoria Absoluta*. Segons explica Alicia Conesa, cap de Documentació de TV3, "TV3 a la carta s'alimenta de l'emissió en directe; per tant tots els programes antics que es reemetem també s'hi poden trobar; si no, s'han de digitalitzar expressament". Des del 2003, a TV3 es produeix i arxiva de forma digital i és quan es va començar a digitalitzar el fons.

A l'arxiu del centre de TVE a Sant Cugat del Vallès es conserven els programes en català així com tot el Canal Teledeporte. L'arxiu conté imatges des dels anys seixanta fins a l'actualitat. Els programes realitzats pel centre en castellà i emesos a tot l'Estat s'arxivaven a Prado del Rey o Torrefañá. Amb la digitalització del fons, però,



els arxius estan a disposició de tota la corporació. En els últims anys, TVE ha emprès la digitalització del fons i es prioritzen els continguts d'interès històric i periodístic. Quant a la web de TVE a Catalunya, a banda de trobar-hi els programes en emissió, destaquen documents audiovisuals històrics com ara *Doctor Caparrós*, amb Joan Capri, o alguns dels dramàtics. A la web www.rtve.es/archivo hi ha disponible part de l'extensa videoteca agrupada per temàtiques: humor, sèries, música...

Què demana l'espectador al servei d'imatges?

En el cas de TV3, la sèrie documental *Catalunya des de l'aire* (1998) –que en el seu moment es va editar en format vídeo– ha estat històricament el producte més demanat pels espectadors. "És el que més hem venut, també", explica Alicia Conesa. La sèrie, que s'ha reemès els anys 2005 i 2011, també es pot trobar al web de TV3 per visionar-la.



Algunes de les produccions històriques que estan disponibles als webs de TVE a Catalunya i TV3: la sèrie 'La plaça del Diamant', 'Plats bruts', 'Catalunya des de l'aire' i els reportatges de '30 minuts'. ARXIU

de la durada del programa i que gira entorn dels 35 euros (42,35 euros amb IVA) i els 55 euros (66,50 amb IVA) i cal afegir-hi, a més, les despeses d'enviament. Des del departament es justifica l'alt cost perquè es tracta d'una "feina que s'ha de fer expressament". A més, a la botiga virtual de TV3 (botiga.tv3.cat) s'hi comercialitza en DVD alguna de les produccions pròpies (documental, ficció, humor...) més destacades de la cadena.

Hi ha algun avantatge per als centres educatius?

El servei de còpies de TV3, per a centres docents, aplica una tarifa reduïda d'un 30%. De totes maneres, existeix des de l'octubre del 2007 la web Edu3.cat que ofereix tots els materials audiovisuals de caràcter educatiu que s'emeten per Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio. Els materials, agrupats per temàtiques com ara ciències naturals, ciències socials, llengua i literatura, etcètera, es poden visionar de manera gratuïta i poden servir de suport a la tasca docent. El professorat pot descarregar-se els arxius de vídeo i àudio i fer-los servir a l'aula.

I si alguna productora o tele vol alguna imatge?

Les productores també contacten amb els serveis d'arxiu per demanar diferents tipus de material; en aquest cas el preu que es cobra és en funció de l'ús que en fan i dels minuts que utilitzen a un preu establert en la venda d'imatges d'arxiu. Si es tracta de produccions educatives també hi ha unes condicions més barates. "No som un arxiu obert, públic, però intentem atendre totes les peticions d'usuaris que demanen una còpia concreta o facilitar la feina als investigadors de la universitat que fan recerca", assenyala Alicia Conesa.

Hi ha alguna obligació de salvaguardar el material d'arxiu?

No hi ha una llei que clarament obligui les televisions a protegir els seus arxius. "TV3 ho ha fet per consciència i per servei públic; però no hi ha cap normativa", assenyala Conesa, que recalca la importància de salvaguardar el patrimoni. "Per una banda, l'arxiu és una eina més que té la televisió, però sobretot és patrimoni, forma part de l'herència històrica."

PRESENCIA 17
13.07.2014

EL RÀNKING

Ramon Pellicer

és el presentador amb més referències indexades a l'arxiu de TV3, amb 3.525. Mari Pau Huguet, que des del 2008 no té aparició física en pantalla, en canvi, té 2.781 referències.

Jordi Pujol

És el personatge del país amb més referències: 6.708. El segon és Pasqual Maragall, amb 3.766.



Preservar la memòria de l'ofici periodístic

Els arxius personals dels periodistes també són testimonis de la història recent. Un dels objectius del Col·legi de Periodistes és recuperar, preservar i difondre els llegats personals dels periodistes catalans. Amb aquesta finalitat, l'entitat ha signat un conveni de col·laboració amb el departament de Cultura, que permet al Col·legi i l'Arxiu Nacional de Catalunya col·laborar plegats en la recuperació dels documents, fons i col·leccions conservats per persones i entitats que han tingut un paper rellevant en la història del periodisme. El col·legi rebirà en donació els llegats i els ingressarà a títol de comodat a l'Arxiu Nacional.

De què no es pot demanar còpia?

Les produccions de les quals no se'n tenen els drets tot i que es van emetre en el seu moment, com poden ser el cas de les sèries *Els Joves* o *Dallas*, en el cas de TV3. Quant als programes en curs, com ara documentals, es poden posar al servei de TV3 a la carta per un període de temps i visionar-lo, però no se'n pot fer còpia. En el cas de RTVE, s'ha de passar també pel departament comercial i no es fan còpies excepte en casos molt excepcionals. Es recomana recuperar els programes a la web.

Quant costa demanar una còpia?

Des del departament de Documentació de TV3 es recalca que amb internet i el servei que ofereixen els webs a la carta ha baixat molt la demanda de DVD en el servei de còpies: www.tv3.cat/copies. "Potser alguna empresa que aparegui en un reportatge i vulgui una còpia per al seu arxiu", diu Alicia Conesa. Un altre element dissuasiu és el preu de la còpia del DVD, que depèn



No hi ha cap llei que clarament obligui les teles a protegir els seus arxius



Los puntos más calientes de la reforma

► **Se mantienen 38 colegios** obligatorios: médicos, dentistas, farmacéuticos, veterinarios, enfermeros, fisioterapeutas, podólogos, ópticos-optometristas, biólogos, físicos, químicos, geólogos, psicólogos, arquitectos, arquitectos técnicos, abogados, procuradores, graduados sociales, notarios, registradores de la propiedad y mercantiles, así como las ingenierías e ingenierías técnicas reguladas.

► **Ya no tendrán que colegiarse** de forma obligatoria los profesores en educación física, doctores licenciados en bellas artes, actuarios, agentes

comerciales, gestores administrativos, agente de la propiedad industrial y administradores de fincas, entre otros, que tenían la colegiación obligatoria en toda España. También se libran otros oficios que tienen la obligación solo en algunas comunidades autónomas, como los ambientólogos, bibliotecarios, joyeros, guías turísticos, periodistas, publicistas, detectives privados. Estos son los principales, ejemplos, pero el Gobierno asegura que no puede facilitar un listado del resto de profesiones que la pierden porque muchas de estas limitaciones a veces afectan a algunas comunidades autónomas

y no pueden tener la seguridad de que estén entregando una lista completa.

► **La Unión Profesional**, que agrupa a 35 consejos generales y 1.000 colegios profesionales, critica la ley y reclama que el Gobierno mantenga el requisito de colegiación para los economistas y titulados mercantiles, actuarios, trabajadores y educadores sociales, gestores administrativos, agentes de la propiedad inmobiliaria, administradores de fincas, agentes de la propiedad industrial o profesionales de la educación física y el deporte.

► **Pierden la reserva de actividad** (que esa labor solo

pueda ser realizada por un determinado profesional): enólogos, técnico especialista en vitivinicultura, guías turísticos, decoradores de interior o delineantes, entre otros.

► **Pierden reserva de denominación** (la necesidad de estar colegiado para poder denominarse de una forma determinada): economistas, gestores administrativos o agentes de la propiedad inmobiliaria.

► **Adiós a la cuota de inscripción** y límite a la cuota mensual: No habrá que pagar la cuota para entrar un colegio y la anual no podrá sobrepasar de los 240 euros salvo que la

asamblea del organismo lo apruebe con tres quintas partes.

► **Libertad territorial**. Ya no habrá obligación de colegiarse en el domicilio profesional, sino que un abogado puede estar colegiado en un Castellón y tener su bufete en Córdoba.

► **Comunidades autónomas**. Los Gobiernos autónomos solo podrán decidir sobre las reservas de actividad de profesionales no universitarios. Por ejemplo, buzos o tatuadores.

► **Fechas**. Los profesionales que pierdan la obligación de colegiación podrán darse de baja dos meses después de la entrada en vigor de la ley.

Liberalización de colegios profesionales

Los organismos arremeten contra la normativa que reduce los oficios de colegiación obligatoria y limita sus ingresos ● Las comunidades pierden poder

AMANDA MARS
Madrid

A la decoración de interiores no puede dedicarse cualquiera, aunque decirlo se preste a la broma. Y no puede, por ley. Al menos hasta ahora. Los decoradores de interiores tienen en España lo que se llama reserva de actividad, que implica que solo determinados profesionales pueden ejercer una labor con el fin de garantizar la seguridad y la calidad de un servicio, como los médicos tienen la reserva de actividad de la medicina y los arquitectos la de la edificación. Pero ahora, los decoradores de interiores son una de las decenas de profesiones que el Ejecutivo ha decidido liberalizar en el marco del anteproyecto de ley de Servicios y Colegios Profesionales. Esta normativa da un tijeretazo a los oficios con obligación de colegiarse, pone coto a las cuotas que cobra y, en pocas palabras, ha sacado de quicio al mundo colegial.

Los economistas que trabajan como economistas no pueden llamarse como tal en la placa de su despacho si no están colegiados. Los logopedas tienen obligación de estarlo en algunas comunidades, es voluntario en otras y en otras más ni siquiera existen colegios. Lo mismo les pasa a tatuadores, relojeros o periodistas... Estos son algunos de los ejemplos que pone el Ministerio de Economía para defender la necesidad de liberalizar algunas profesiones y homogeneizar las reglas de juego a fin de conseguir la unidad de mercado.

El Gobierno ha rehuido varias batallas, no ha abierto el melón de las farmacias, ha evitado que ingenieros entren en competencia con los arquitectos en la proyección de viviendas y los abogados no podrán ejercer de procuradores de forma simultánea, pese a que se unifican las vías de acceso a ambos oficios. Sin embargo, muchos colegios dejan de ser obligatorios, todos pierden la cuota de inscripción



La colegiación de los arquitectos seguirá siendo obligatoria. / MASSIMILIANO MINOCRI

y, además, el Ejecutivo les pone un límite de 240 a sus ingresos anuales salvo que una amplia mayoría de su asamblea vote lo contrario.

"Hay una gran dispersión entre las cuotas de unos colegios y las de otros", advierten fuentes de Economía, que ponen ejemplos llamativos (ver cuadro): la cuota de ingreso del Colegio de Abogados de Valladolid asciende a 1.931 euros y la anual suma otros 1.050, mientras que el Colegio de Médicos de Málaga, donde la cuota de inscripción es de 150 euros y la anual de 358.

"Los costes de ingreso a un colegio deberían estar vinculados a los costes administrativos y de gestión, y algunos son sorprendentes. No hay que olvidar que es un pago obligatorio para el que quiera ejercer una profesión", añaden fuentes del Economía.

Cuotas relevantes que se desvían al alza

En euros	Cuota de ingreso	Cuota anual
PROCURADORES		
Pontevedra	383,82	2.277,96
Valencia	300	1.055
Alicante	300	960
ABOGADOS		
Jerez de la Frontera	223,56	1.181,52
Gijón	1.371,14	576,20
Valladolid	1.931,82	1.050
ODONTÓLOGOS		
Burgos, Valladolid y Zamora	150	734,24
Albacete	240	560
GRADUADOS SOCIALES		
Murcia	721,21	1.053
Cádiz	925,57	388
FISIOTERAPEUTAS		
Castilla y León	398	423
MÉDICOS		
Málaga	150	358,74

Fuente: Ministerio de Economía.

EL PAÍS

La Unión Profesional, que grupa a un millar de colegios, ve la normativa como una "injerencia inadecuada" y cree que el hecho de que los profesionales puedan escoger su colegio, independientemente del lugar donde suelan desarrollar su oficio, dificulta "el control deontológico efectivo por parte de los colegios profesionales".

Los colegios ponen los derechos de los consumidores como argumento para mantener estas obligaciones en ciertas profesiones, mientras que el Gobierno considera que no siempre es la colegiación la forma de controlar el buen servicio.

Los administradores de fincas son uno de los colectivos que pierden la obligación de colegiarse y Enrique Vendrell, vicepresidente del Consejo General de Colegios de Administradores España, alerta de que "si no es necesaria la colegiación no habrá el mismo control sobre la profesión que gestiona el principal patrimonio de las familias". También los colegios de ingenieros industriales creen que vulnera su autonomía. Y el Consejo General de la Abogacía también alerta por ejemplo contra el refuerzo del papel de los graduados sociales como asesores legales, o que los abogados de empresa ya no tengan que colegiarse.

Hay más. El hecho de que la colegiación solo podrá hacerse obligatoria a través de una ley de ámbito estatal quita poder a las autonomías. No ha gustado en Cataluña, por ejemplo, donde el propio Gobierno catalán estaba preparando su nueva normativa. En palabras de Joan Tardà, de Esquerra, "se trata de competencias muy consolidadas y el Gobierno quiere homogeneizar y centralizar el marco legal". Las comunidades solo mantendrán su poder para obligar a la colegiación de profesiones no universitarias, como los buzos o los tatuadores.

La mayor liberalización de los servicios profesionales es una vieja demanda de Bruselas, de la OCDE y también del Fondo Monetario Internacional (FMI). Economía tiene listo el proyecto, pero La Moncloa no ha confirmado la fecha para la aprobación de una normativa que, pese a haberse descafeinado respecto a borradores anteriores, sigue pisando muchos callos.



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



No sé qué admiro más de Antonio Mingote (Sitges, Barcelona, 1919- Madrid, 2012), si su talento, derramado a raudales en un sinfín de facetas, o su bondad intrínseca, que únicamente le llevó a tener por adversaria a esa sinrazón en la que tan a menudo nos gusta sumergirnos a los españoles y a la que él respondía con una ley moral interna que parecía deudora de Kant.

Apenas han transcurrido dos años de su deceso, pero su mujer, Isabel Vigiola, y sus amigos y admiradores, que conocen bien nuestra capacidad de olvido de los mejores, a los que enterramos a conciencia, cuando están vivos o muertos, que en esto somos poco dados a remilgos, siguen batallando por mantener viva su obra y vigente su pensamiento. Fruto de la colaboración entre Isabel y Antonio Astorga, uno de los periodistas que más y mejor han profundizado en la personalidad de este humanista, es ese *Mingote reservado* que pone su foco en una documentadísima revisión de su trayectoria y, de paso, saca a la luz algunos materiales pertenecientes a su ámbito más privado. Desde su cuaderno de apuntes durante nuestra guerra incivil o sus fotos familiares hasta los bocetos hechos para sí mismo o sus relatos inéditos, pasando por los chistes que encallaron por mor de la censura franquista, la obra se asoma a la trastienda de este creador que vivió en un perma-

nente estado de perplejidad ante unos contemporáneos por los que no dejó de sentir una elevada empatía. Entre el lógico pudor de Isabel, sabedora de que Mingote quizá no hubiese

to (*Historia del traje, Historia de la gente o Historia de Madrid*, por ejemplo), o bien sus recopilaciones de viñetas.

Y una de esas posibles maneras de encontrarse con su obra

Abenjordan Gerundí, que se convirtió al cristianismo y adoptó el nombre de Pablo Pérez de Daroca, y, entre bromas, las justas, y veras, las más, desarrolla un árbol genealógico que se trunca en 1936 cuando dos hermanos, Teodoro y Gumersindo, se liquidan el uno al otro de forma caínica en aquella guerra que el propio Mingote vivió con horror en primera persona.

Pese a lo que pudiera desprenderse de esta síntesis, no es una obra con "moralina", pero sí es una obra moral, a la manera de las de aquellos pensadores que tomaban distancia respecto del Poder para señalar las debilidades de la condición humana. Y, aunque prefiero otros escritos del autor (como su *El diario de Hamlet*, sin ir más lejos), no me parece azaroso que, mientras combatía con estoicismo su declinar físico, se embarcara en este relato que resume perfectamente su tozudez de maño adoptivo en una de las pocas empresas que pueden

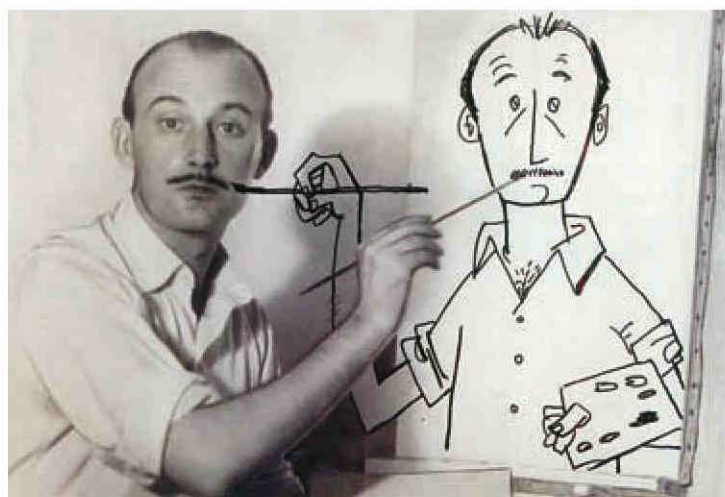
justificar una existencia: acompañar en sus tribulaciones a sus conciudadanos con la ilusión orteguiana de que si no estamos demasiado preparados para convivir no por ello debemos dejar de intentar conllevamos.

En tiempos tan complejos como los actuales, propicios para el rebrote de la reafirmación de identidades excluyentes, esta llamada a asumir que no somos más que unos Pérez hijos de mil sangres diversas debería servir, en su modestia, como una apelación más a la cordura.

FELIPE HERNÁNDEZ CAVA

Mingote reservado

El taller desconocido de un genio



ISABEL VIGIOLA Y ANTONIO ASTORGA

Edaf. Madrid, 2014. 320 páginas. 33 euros

UNA HISTORIA DE ESPAÑA A TRAVÉS DE LOS PÉREZ

MINGOTE

Crítica. Barcelona, 2014. 160 páginas. 21'90 euros

deseado verse tan expuesto, y la rendida admiración de Astorga por difundir ese legado, la empresa ha logrado un equilibrio airoso que se despliega ante el lector como uno de los mejores manuales para introducirle en lo realmente sustantivo: acudir, a continuación, a sus trabajos, ya sea esa síntesis de su ideario que es *Hombre solo*, ponderada en esta mismas páginas repetidas veces por Luis María Ansón, ya sean sus obras de mayor alien-

es leer *Una historia de España a través de los Pérez*, que logró finalizar antes de su fallecimiento. No nos sorprende en alguien que entendió siempre la Historia como una inagotable fuente de advertencias el que se planteara esta suma de bienhumorados apuntes biográficos de una hipotética familia, en la que podemos vernos reflejados todos los españoles. Mingote empieza aquí hablándonos de un judío del siglo XII, Samuel

Los Pérez no es una obra con moralina pero sí es una obra moral a la manera de las de aquellos pensadores que tomaban distancia respecto del Poder para señalar las debilidades humanas



La ràdio matinal es confessa

Jordi Basté, Mònica Terribas i Martí Anglada debaten en l'últim 'I ara què?' del curs

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

La ràdio matinal es va confessar ahir, però ho va fer a la tarda. Jordi Basté, Mònica Terribas i Martí Anglada van participar en l'últim *I ara què?* de la temporada, que, moderat per Antoni Bassas, debatia a l'entorn d'una pregunta: «la ràdio matinal fa el periodisme més influent del dia?». Jordi Basté va obrir foc explicant que la influència no és el seu objectiu: «Jo no puc pensar-hi. No tinc voluntat de ser influent. Faig ràdio, que és el que sé fer. Però és veritat que tenim una responsabilitat social. Som la segona veu que sona a les cases, després de la veu de la família». L'enfocament de Terribas tenia un altre angle: «Sí que busco que el retrat que els fem els sigui prou complet perquè se sentin informats i es puguin dedicar als seus oficis amb la tranquil·litat d'estar informats. No és influent, però sí que és dir-los: «Confieu en nosaltres; no cal anar a deu mitjans diferents»».

Per Anglada, que hi participava amb la comoditat de no ser-ne jutge i part i de mirar-s'ho amb la perspectiva de quatre dècades d'ofici, la influència és un bé repartit: «No és només a la ràdio matinal. També als diaris, que surten al matí. I a la televisió. Els espais més influents són, diria, els que tenen tertúlies. Creen l'espai d'opinió del dia, crea un àmbit. Tot i que a vegades el més important és la declaració que es fa en una entrevista».

Sobre les entrevistes, els dos locutors matinals van coincidir a assenyalar com és de difícil conversar en antena amb un representant del govern de Madrid. «Mesura molt, va a clavar el missatge i arrisca poc», denunciava Terribas, que explicava que ha sigut impossible, per exemple, aconseguir una conversa amb el ministre català Jorge Fernández Díaz: «Una entrevista a cor obert és molt difícil de tenir». Per Anglada, això passa perquè «la màquina de propaganda del govern espanyol no va dirigida a Catalunya». Basté va oferir la metàfora: «És com les bústies. A una banda hi diu «Madrid». A l'altra, «Provincias y extranjero». No veuen que per a ells seria molt millor explicar-se també a Catalunya».

També es va parlar de tertúlies. Terribas va advertir que calia vigilar, perquè «les d'avui dia s'han convertit en un instrument en molts ca-



LIDERATGE I VETERANIA

Martí Anglada, Mònica Terribas i Jordi Basté van debatre sobre el present i el futur del mitjà radiofònic moderats per Antoni Bassas, en el marc de l'últim debat del cicle *I ara què?* d'aquesta temporada. Va ser una rara ocasió de veure plegats els dos líders de la ràdio matinal. CÈLIA ATSET

sos no exempt d'espectacle». Més enllà de les qüestions polítiques i de l'ofici, el debat va ser, en tot cas, una celebració del mitjà. A preguntes del públic, sobre el futur de la ràdio, Basté va recordar que és un mitjà «a prova d'apocalíptics» i que ha sobreviscut a totes les revolucions tecnològiques de l'últim segle.

També es va parlar de xarxes. Ho va fer Anglada, que va assenyalar com la nova àgora de debat públic: «És molt imprescindible seguir les xarxes. Marquen en quin terreny es mou el debat de l'opinió ciutadana. Twitter és el gran safareig: un mercat sense límits. Té poca fiabilitat, d'acord, però indica magníficament l'amplitud i el camp de joc».

Dos rivals amics

La tertúlia, que se celebrava a la Fàbrica Moritz amb un auditori ple de gom a gom, també va deixar lloc perquè els dos rivals del matí aprofitessin la coincidència en l'espai per intercanviar algunes ironies, gràcies a la bona relació que tenen, com quan Terribas va acusar Basté de ser molt gelós amb els entrevistats. «Bruixal!», va exclamar rient el de RAC1, que Bassas va suavitzar amb un



Entrevistes
"El govern de Madrid mesura molt, va a clavar el missatge", diu Terribas

«...va dir ell simpàticament». La revenja amistosa va venir en forma de simil futbolístic, quan Basté, líder els últims tres anys, va comparar Terribas amb el barcelonista Xavi. «I jo sóc Messi», va burxar.

Un dels moments més divertits de la nit va ser quan Basté va explicar que un dia dormia tan profundament -només li ha passat dos cops en set anys- que quan es va despertar ja era de dia: «Vaig sentir una veu que em cridava «Jordi, Joordi» i vaig veure molta llum. esclar, vaig pensar que m'havia mort». La veu, per cert, era la de la productora, alarmada que el periodista no respongués a les dotzenes de trucades perdudes (d'un mòbil que dormia a l'habitació equivocada).

L'amistat mútua es va notar també a l'hora d'intercanviar floretes. Terribas va destacar de Basté el fet de ser «un gran creador de clima, d'ambients i d'energia positiva» i va lloar-ne «l'immens ofici». El conductor d'*El món a RAC1* va correspondre aplaudint la capacitat de Terribas de tenir «tot el camp de joc al cap» i també «la gran adaptació que ha fet venint d'un mitjà diferent com la televisió».

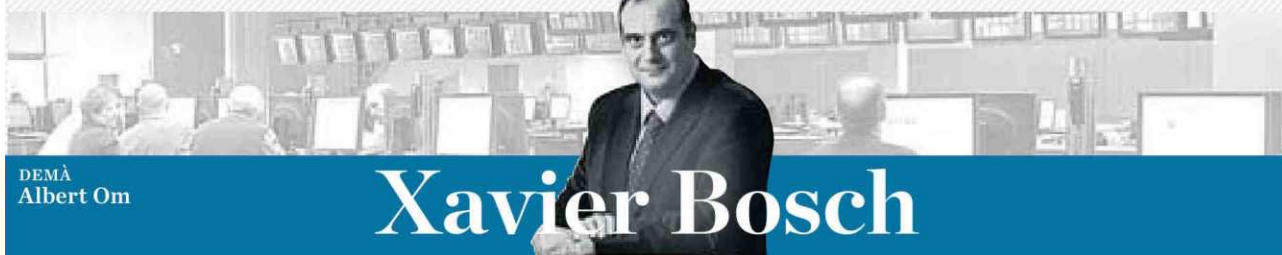
L'ARA Bassas acomiada temporada

L'ARA Bassas, l'informatiu que es pot seguir de dilluns a dijous a les vuit del vespre en *streaming* per la web d'aquest diari, va acomiadar ahir la seva primera temporada. Ho va fer amb una emissió especial, també des de la Fàbrica Moritz, que va comptar entre els seus convidats amb l'economista Xavier Sala i Martín, que va parlar d'economia domèstica. Ricard Torquemada també hi va participar, oferint la seva valoració del Mundial i donant les claus de la nova temporada del Barça. A més, es va poder veure alguns dels redactors de l'ARA demostrant davant de les càmeres les seves habilitats extraperiodístiques: patinatge, skate, cuina o poesia. I el director del diari, Carles Capdevila, va presentar l'edició d'estiu de l'ARA, que els lectors podran tastar a partir d'aquest dilluns.

El programa es va emetre en directe com de costum, però es pot recuperar a l'Ara.cat.



LA BORSA O LA VIDA

DEMÀ
Albert Om

Xavier Bosch

Una dona de paraula

En l'última setmana, els mitjans de comunicació hem estat tan pendents del *mamading*, l'última moda en fel·lacions de discoteca, i tan preocupats per l'acomiadament del pobre Corbella, que durant trenta-dos anys ha plegat les samarretes –de Pichi Alonso a Messi–, que hi ha hagut una notícia que amb prou feines ha merescut un breu de diari: Teresa Cabré és la nova presidenta de la Secció Filològica de l'Institut d'Estudis Catalans. No és sexe ni futbol, ja ho sé, però la llengua també hauria de ser notícia més enllà de les atzagaiades de Wert, de Bauzá o de Fabra (ja té nassos que algú que pretengui minoritzar el català es digui Fabra). La llengua no ha de ser notícia, tan sols, quan és element de reivindicació, en defensa pròpia. De fet, recordo que l'ocasió que vaig tenir d'entrevistar l'ara presidenta Cabré em va dir que la indiferència, la falta d'adhesió dels catalans a la llengua, era el principal problema que



Teresa Cabré i l'IEC són notícia. IEC

veia al català. Subratllava que els catalans no som prou conscients que tenim una llengua que està en condicions de total seguretat. I afegia un segon problema: la pèrdua del prestigi social de la llengua. Posava l'exemple que, als anys 80, les famílies que vivien aquí volien que els seus fills aprenguessin el català. Això, ara, en bona mesura, s'ha perdut. I aquest és un factor de risc que costarà de redreçar.

Teresa Cabré –empena i criteri– és catedràtica de la Pompeu Fabra i va ser la creadora de l'Observatori de Neologia, que, durant una dècada, s'ha dedicat a garrallar les paraules que emprem els mitjans i que no són al diccionari. Cada any, han trobat unes dues mil paraules noves. Això vol dir més de cinc de noves cada dia, una xifra que ens permet demostrar que les llengües canvien perquè tenen vida. Cabré, doncs, més que una dona de paraula, que *va de soi*, és sobretot una dona de paraules. Molta sort, Teresa.

Les paraules d'una dona

Albert Rubio (actual director de 8TV) i Eugeni Sallent (actual director de TV3), l'any 2000, van rebre l'encàrrec de crear una ràdio generalista, privada, que pogués arribar a competir amb Catalunya Ràdio i que pogués resistir la sortida de cavall anglès d'Ona Catalana, amb el rutilant Cuní d'estrella matinal. Rubio i Sallent, plegats, van tenir molts encerts sense els quals, avui, l'emissora del grup Godó no hauria tancat el curs com a líder, per tercera temporada consecutiva: el nom, el logo, la sintonia, la graella, el to (fonamental) i, esclar, la tria dels redactors i locutors. En aquell moment, i sense fer gaire fressa, van convocar uns exàmens –teòrica i pràctica– per buscar periodistes joves que volguessin treballar en una ràdio que, aleshores, no tenia ni nom ni micròfons. S'hi van presentar unes vuit-centes persones i, de totes les proves, qui va treure la millor nota va ser una no-



Adéu al Via lliure de RAC1. RAC1



ia, llesta i desimbolta, que es deia / es diu Marta Cailà. La van fixtar i, al cap d'un any, ja s'havia guanyat tenir un programa propi. El *Via lliure*, amb la Cailà, ha estat tretze temporades en antena, cada dissabte i cada diumenge. Moltes hores de ràdio per a descobrir la seva personalitat: pencaire, positiva, perfeccionista, patidora. És a dir, professional. De cap a peus. Capaç de fer vuit hores de ràdio cada cap de setmana, amb una sabata i una espadanya. Em sap greu ser un dels 233.000 oients que, de cop i volta, se'n haurà acabat la companyia de la Cailà.

Un dia li vaig preguntar a Teresa Cabré si a la Secció Filològica hi havia paritat. Es va posar a riure. Tan sols eren cinc dones per més de trenta homes. A RAC1 el biaix encara és més significatiu. Sense la Marta Cailà com a editora, en set dies només hi quedarà l'Elisenda Camps a l'hora de dinar. *Tot és possible*. Sí, però no ho sembla.



NOVA PROGRAMACIÓ ESTIVAL

TVE-1 obre per vacances

► La tele estatal estrena avui 'Viaje al centro de la tele' i 'Vivan los bares'

EL PERIÓDICO
BARCELONA

TVE-1 refresca avui la seva graella estiuenca amb dues estrenes que ocuparan les nits dels divendres i que proposen dos tipus de recorreguts molt diferents: un, més nostàlgic, a *Viaje al centro de la tele*, un periple per les imatges d'arxiu de la televisió estatal de la mà de Santiago Segura, i un altre, més actual, amb *Vivan los bares*, un docu-reality en què Lorena Castells i Juanito Makandé busquen per tot Espanya locals amb història.

Viaje al centro de la tele ha fixat per a la seva segona temporada en antena el popular cineasta i actor, artífex de la taquilla saga cinematogràfica de *Torrente*. Segura, admirador confès de l'extens arxiu audiovisual de TVE, és el fil conductor de l'espai, que es vertebra en edicions temàtiques. A través de la seva veu en *off*, l'artista amaneix les imatges amb el seu particular humor, aportant al guió comentaris de collita pròpia.

FENOMEN FAN // El programa repassa aquesta nit el fenomen fan, en el capítol titulat *Queremos un hijo tuyo*. Els telespectadors podran veure els protagonistes d'aquests fenòmens de masses que han decorat les carpetes dels estudiants d'ahir i d'avui; d'Espanya (des del Dúo Dinámico fins a Pablo Alborán, passant per Los Pecos, Miguel Bosé, Hombres G i Mecano) i de l'estranger (com Michael



► Lorena Castells (dreta), presentadora del nou programa de TVE-1 'Vivan los bares'.



► 'Viaje al centro de la tele'.

Jackson, Madonna, els Beatles i Justin Bieber). Però no només en el món de la cançó.

En les pròximes setmanes, *Viaje al centro de la tele* repassarà les melodies infantils i els programes juvenils de TVE; les cançons que han estat número u; els actors, cantants i presentadors llatinoamericans que han desenvolupat la seva carrera a Espanya; els programes i concursos de ball i música; els personatges més imitats; les 100 parelles conegudes

unides per la música i l'amor, i els espais que més han triomfat en l'època estival. Com en la temporada anterior, els personatges de Forges seran protagonistes de la capçalera i el grafisme del programa.

Just després prenen el relleu Lorena Castells (*Splash!*, *El debate de Gran hermano*) i el seu marit, el músic Juanito Makandé, amb *Vivan los bares*. Com bé indica el títol, el programa visita locals de tot Espanya que han passat a formar part de la història de

les seves ciutats o barris. Encara que cada setmana se centren en un bar diferent, a través de les anècdotes que expliquen els seus propietaris i els clients de tota la vida, hi ha una secció en què Makandé va a altres locals de la zona per ampliar la perspectiva.

El Pepe's Bar de Benidorm; el xiringuito de platja La Luna a Zahara de los Atunes (Cadis); l'Hebe de Vallecas (Madrid), un local rocker de principis dels anys 80; la discoteca marbellina d'Olivia Valere, una de les protagonistes de *Mujeres ricas a la Sexta*; el flamenc Chiringuito de Sevilla; el pioner local gai Comodín de Sitges (Barcelona), i el Chapandaz

Santiago Segura

presenta el programa que recupera el més insòlit de l'arxiu de Televisió Espanyola

de Madrid, per on han passat diverses generacions d'universitaris, seran set de les destinacions de la parella en aquest periple.

El vuitè destí, que centra el programa d'avui, és el Ganbar de Sant Sebastià. El programa li dedica un homenatge organitzant un concurs de *gildas*, el *pintxo* que s'ha convertit en emblema de la ciutat. Castells i Makandé aprendran a elaborar aquestes delicioses tapes de la mà d'uns xefs amb estrelles Michelin: Daniel López (que en té una) i Pedro Subijana (tres). Es nota que darrere del programa hi ha una productora experta en gastronomia, Shine Iberia, artífex del popular concurs *Masterchef*. ≡

TVE-1 / 22.15 HORES
TVE-1 / 23.05 HORES



VOTACIÓ / EL PARLAMENT AVALA EL RESULTAT

Salvador Alsius, Yvonne Griley i Eva Parera, nous membres del CAC

BARCELONA

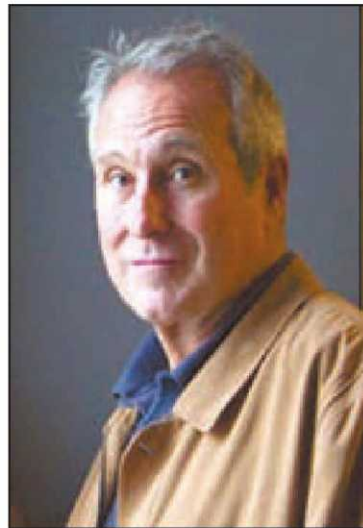
ACN

El periodista i professor universitari Salvador Alsius, la senadora de CiU Eva Parera i la filòloga i exdirectora general de Política Lingüística Yvonne Griley van rebre ahir l'aval del Parlament per esdevenir membres del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

Tots tres, que havien estat proposats conjuntament per CiU i ERC, van aconseguir la majoria de dos terços necessària en la primera votació, tot i les crítiques de C's i CUP al procés de selecció, a les que s'ha sumat ICV-EUiA en els casos de Griley i Parera pel seu perfil polític allunyat dels mitjans de comunicació.

Dels tres membres seleccionats, Yvonne Griley és l'única que ja formava part anteriorment del CAC, al qual va accedir el passat mes de març.

En votació secreta Alsius va rebre 116 vots a favor, 5 en contra i 9 abstencions; Griley 106 a favor, 14 en contra i 12 abstencions; i Parera 107 vots a favor, 13 en contra i 12 abstencions. Aquests tres noms se sumen als tres que encara no han es-



E.I.

El periodista Salvador Alsius, la senadora Eva Parera i l'exdirectora de Política Lingüística, Yvonne Griley

gotat el mandat: Roger Loppacher, que n'és el president, Daniel Sirera i Carne Figueras.

El consell és l'autoritat independent de regulació de la comunicació audiovisual de Catalunya i té com a finalitat principal vetllar pel compliment de la normativa aplicable als

prestadors de serveis de comunicació audiovisual, tant als àmbits públics com privats.

El CAC té com a principis d'actuació la defensa de la llibertat d'expressió i d'informació, del pluralisme, de la neutralitat i l'honestat informatives, així com de la lliure

concurrència al sector.

L'entitat catalana es regeix per la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, així com per la llei marc del sector, és a dir, la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya.



Juby Bustamante, emblema del periodismo y de la cultura

Trabajó en el Ministerio de Cultura con Solana y Semprún

JUAN CRUZ

Juby Bustamante, periodista, fallecida ayer a los 76 años, dormía a sus hijos con poemas, no con cuentos; en estos últimos tiempos, en que el dolor de su larga enfermedad ya fue una herida a la que fatalmente se fue acostumbrando, fue su hija Andrea (periodista; el otro hijo, Miguel, es editor) la que aliviaba sus últimos días leyéndole algunos de aquellos poemas, el de la infancia de Machado, por ejemplo; ella los continuaba, como si aún estuviera fresca la infancia de los chicos, con una memoria que tanto le sirvió para convertirse en una de las mejores periodistas de su generación.

Lo contaba ayer tarde un hombre desconsolado, su marido Miguel Ángel Aguilar, periodista, en el tanatorio de Tres Cantos (Madrid). El lugar se llenó en seguida de compañeros de Juby Bustamante, acaso la periodista más conocida, y entre las más queridas, del tiempo en que el periodismo español se debatía entre el cinismo de la dictadura y la esperanza de un porvenir que dependía de la

muerte de Franco. Esos últimos años, así como los años de la transición, tuvieron en Juby un emblema; la pareja Juby-Miguel Ángel era entonces un símbolo



Juby Bustamante, escritora y periodista.

del periodismo de la época; el cuadro lo completaban escritores y artistas de todo género, que compartían la vida y la noche con un extraordinario periodis-

ta, también desaparecido, Cuco Cerecedo.

Su trabajo mayor como periodista fue en la revista *Cambio16*, y después en *Diario16*, del que fue fundadora. Una vez enterada la dictadura, y ya con el socialismo de Felipe González en el poder, Javier Solana la convocó al Ministerio de Cultura, como jefa de prensa y Jorge Semprún reincidió en el encargo. Conoció, pues, la vida del periodista desde el otro lado, y consideró que en esas premisas podía desarrollar una vocación que marcó también su trabajo previo como periodista. Ella había sido una extraordinaria periodista cultural, perspicaz y bien humorada, capaz de un sentido común implacable y de una pluma que no se casaba con nadie. Su manera de ser era también su manera de trabajar; y tanto en ese tiempo en que se convirtió en una ciudadana dedicada al servicio público como antes, ejerciendo el periodismo, tuvo más presente su pasión por la noticia que la servidumbre del poder. Fue una buena compañera, discreta y leal, pero se reía de ti con un afecto y una gracia inolvidable.



EFE

Ploma de la cultura

JUBILIA FERNÁNDEZ BUSTAMANTE (1938-2014)

Periodista

El veterà periodista, ex-director de Ràdio Nacional d'Espanya i ex-president de l'Associació de Periodistes Europeus Diego Carcedo resumia ahir en una frase la vida de Juby Bustamante: "Va fer de tot en el periodisme i tot ho va fer bé". La directora de patrocinis del Teatro Real, Marisa Vázquez-Shelly, resumia així els valors de Juby Bustamante: "D'ella vaig aprendre no només pintura i comunicació; em va ensenyar els valors més importants de la vida".

Juby Bustamante, nascuda Jubilia Fernández Bustamante, va iniciar la seva carrera periodística al diari *Alerta* de Santander, ciutat on havia nascut, però aviat es va traslladar a la capital per treballar a *La Estafeta Literaria*, primer, i al diari *Madrid*, després. Explica Diego Carcedo que el tancament del diari *Madrid* per ordre del govern franquista, el 1971, va posar en suspens la incipient però brillant projecció professional de Bustamante, que es va incorporar poc després a la revista d'informació general *Cambio 16*, on va estar durant tota la dècada.

Al diari *Madrid*, Juby Bustamante va formar part de l'anomenada *task force*, segons ella mateixa va explicar en alguna ocasió. Sobre aquell altisonant equip d'assalt "de seguida vam comprendre que es tractava dels reporters tot terreny de sempre", escrivia el 2009.

Casada amb el també perio-

dista i conegut cronista polític Miguel Ángel Aguilar –col·laborador de *La Vanguardia*, entre altres mitjans– se'n va anar de la revista el 1980 com a protesta per la destitució del seu marit a *Diario 16*, que en aquell temps formava part del mateix grup editorial, segons explica l'agència Efe.

Javier Solana la va elegir per portar la comunicació del Ministeri de Cultura quan, el 1982, després de l'històric triomf electoral del PSOE, va assumir aquesta cartera ministerial. Bregada ja en els combats de la di-

Veterana del diari 'Madrid', va ser cap de comunicació del Ministeri de Cultura amb Javier Solana

recció de comunicació cultural, un assumpte al qual també havia dedicat singular atenció en les seves tasques periodístiques, el 1991 va assumir les relacions amb la premsa de la Fundació Thyssen-Bornemisza, càrrec que va exercir durant els següents quinze anys, fins a la seva jubilació.

El 2011 el Govern espanyol li va concedir la medalla d'or al Mèrit del Treball. Juby Bustamante va morir a les 11.30 h del matí d'ahir, a causa d'un càncer contra el qual feia força temps que lluitava.

PEDRO VALLÍN



CELSO COLLAZO

El corresponsal pionero

Periodista, dirigió la primera delegación de la agencia Efe en Moscú tras la Guerra Civil

VÍCTOR DE LA SERNA

Cuando Celso Collazo llegó a Nueva York en 1975, los jóvenes corresponsales españoles que abundaban entonces allí –eran otros tiempos para la prensa, sí– lo recibieron bastante impresionados: ya entonces era una figura histórica en la profesión, y venía de abrir y de dirigir durante cinco años la primera delegación de la agencia Efe en Moscú desde la Guerra Civil. Vivía aún el general Franco, y los despachos de Efe desde la capital soviética habían supuesto toda una sacudida, una de las muestras de la paulatina apertura de la dictadura al mundo.

Han pasado cuatro decenios desde entonces, y hacía tiempo que Collazo, olvidado por muchos, vivía una discreta existencia de jubilado en un chalé de Guadalix de la Sierra (Madrid), donde ha fallecido a los 92 años tras un rápido deterioro de su salud. Pero en el periodismo de aquella España que salía del aislamiento fue un magnífico especialista de la información de agencias. Con un humor entre socarrón y truculento y una gran cultura –el año pasado donó su colección de 17.000 libros a la Biblioteca de Galicia–, Collazo componía la clásica figura que los anglosajones suelen llamar «más grande que la vida». Sus historias sobre el frío insoportable de Moscú y la impenetrabilidad igualmente insoportable de la burocracia soviética alegraron muchas tardes con los colegas en la sede del Secretariado de las Naciones Unidas.

Quedan pocos testimonios de sus años jóvenes como periodista en Galicia y luego Madrid. Por los zozos familiares y personales, estaba



EFE

cercano a los círculos galleguistas perseguidos tras la Guerra Civil.

Llamado en 1956 al diario *Pueblo* por otro gallego y veterano corresponsal, Manuel Blanco Tobío, Collazo había sido enviado a Londres, donde daría el salto a la agencia Efe. Estuvo 11 años en Londres, convirtiéndose en uno de los puntales de la agencia que dirigía Carlos Mendo y que estaba convirtiéndose en una de las más respetadas del mundo. Luego vendrían Moscú y, durante un par de años –incluida una entrevista al presidente Jimmy Carter–, Nueva York.

Tras estar tres años en la sede central de Madrid, se hizo cargo entre 1980 y 1982 de la delegación en Washington. Sus últimos años en activo los pasó en Madrid, formando a jóvenes redactores de Efe.

Collazo estuvo casado con la pintora María Antonia Dans entre 1952 y 1959, y era padre de la ex actriz y hoy también pintora Rosalía Dans, recordada sobre todo por series televisivas como *Los gozos* y *las combras*.

Celso Collazo Lema, periodista, nació en Vimianzo (La Coruña) el 15 de noviembre de 1921 y falleció en Madrid el 4 de julio de 2014.



La dirección de RTVE desmiente que vaya a suprimir 500 empleos

La propuesta hecha por los sindicatos contemplaba altas indemnizaciones

elEconomista MADRID.

RTVE avanza poco a poco en el plan de ahorro de hasta 49,6 millones que deberá aprobarse antes de agosto. Los nuevos ajustes, que son fundamentales para que el Gobierno dé luz verde a una inyección extra de 100 millones este año, tienen todavía muchos escollos por delante. La dirección de la Corporación ha desmentido que vayan a producirse bajas voluntarias, que alcanzarían hasta casi un 8 por ciento de la plantilla, unos 500 trabajadores.

El problema principal podría estar en Hacienda, ya que el ministerio que dirige Cristóbal Montoro sería el que tendría que aprobar, en última instancia, las posibles condiciones económicas que se ofreciesen y también fijar el número de afectados. La realidad última es una caja casi vacía y unas pérdidas previstas de 130 millones.

Fuentes cercanas a la Corporación recuerdan que el plan final dependerá de lo que apruebe Hacienda, que durante la negociación del II Convenio Colectivo tuvo un enfrentamiento con el presidente de RTVE, Leopoldo González Echenique, porque los ajustes eran muy leves. En esta línea, un documento elaborado por el Gobierno sobre el estado de la Corporación apuntó que el ajuste de los gastos de personal "era claramente insuficiente".

La propuesta planteada por los sindicatos contemplaba tres modalidades para apuntarse e indemnizaciones de hasta 50.000 euros en caso de prejubilación.

Mientras la Corporación última



Leopoldo González Echenique. EE

su enésimo plan de ajuste, los trabajadores de RTVE empiezan a calentar motores para luchar contra las bajadas de los complementos salariales y el cierre de Teledeporte planteado para ahorrar un mínimo de 32,3 millones en 2014 y 34,9 millones en 2015.

Los sindicatos de la Corporación

32,3

MILLONES DE EUROS

La Corporación debe ahorrar esta cantidad este año y 34,9 millones en 2015.

han aprobado por unanimidad paros de dos horas por la mañana y por la tarde el próximo 24 de julio. Los paros coincidirán con la emisión de la etapa del Tour del Tourmalet. Aunque no esperan cortar la señal, porque viene de un proveedor internacional, sí que prevén que la emisión se vea alterada. Este es el primer paso (se esperan más protestas) que dan los representantes de los trabajadores para luchar contra los ajustes planteados y la incertidumbre que generan las medidas de ahorro que están en estudio.



Javier Cárdenas renueva cuatro años más con Europa FM

L. R. C.

MADRID- El director y presentador de «Levántate y Cárdenas», el «morning show» de Europa FM ha renovado por cuatro años más su contrato con la emisora musical de Atresmedia Radio. El periodista, ganador del Premio Ondas por la innovación radiofónica, lleva desde septiembre de 2010 al frente del espacio, que se emite de lunes a viernes entre las 6:00 y las 10:00 horas, y que según el último EGM suma ya 1.142.000 oyentes. Durante las cuatro temporadas que Javier Cárdenas lleva presentando el programa éste no ha dejado de ganar audiencia, y es el espacio matinal que más crece de todo el espectro de radio musical, que ha llegado a superar por primera vez al «Despertador» de Cadena Dial, convirtiéndose en uno de los motores de la emisora. Europa FM se afianza como la tercera oferta radiofónica musical de nuestro país con 2.147.000 oyentes, por delante de Cadena 100 y Kiss FM. Las mañanas de la cadena musical se han consolidado gracias a la apuesta por una radio divertida en la que se combina la información la cultura con un toque de humor y que ya se ha convertido en una referencia. «Nos atrevemos a decir lo que el resto no dicen», declaró Cárdenas satisfecho por su renovación.



**El periodista Javier
Cárdenas**



L'Acadèmia de TV anuncia que convocarà el premi García Campoy el setembre

EFE | MADRID

■ L'Acadèmia de les Ciències i les Arts de Televisió (ATV) convocarà el proper mes de setembre el premi Concha García Campoy, que té com a objectiu reconèixer els valors que representava la periodista: un treball basat en el respecte al rigor, el compromís i l'ètica professional.

Coincidint amb el primer aniversari de la mort de García Campoy, la junta directiva de l'ATV va ratificar ahir la seva idea de promoure un premi de periodisme amb el nom de la que va ser portaveu de la junta, segons va informar en un comunicat. En les properes setmanes, representants de

la institució aprovaran les bases del concurs i els detalls del premi amb la família i amb la resta d'integrants del jurat.

«La idea del premi Concha García Campoy és reconèixer el treball periodístic destacat pel seu respecte al rigor, al compromís i a l'ètica de qualsevol professional, en televisió, ràdio o premsa», subratlla la nota, que recorda que la periodista «tot terreny» va exercir la seva professió en els tres mitjans. Luis del Olmo, el director de Diario de Ibiza, Joan Serra, i professionals molt vinculats amb García Campoy com Olga Viza, Ángeles Caso, Elena Sánchez i María Escario, formaran el jurat.



CON ÉNFASIS



BRAULI DUART **LIDERARÁ LA FORTA**

El presidente de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha sustituido al director de Canal Sur, Joaquín Durán, al frente de la federación que agrupa a las emisoras autonómicas de radio y televisión. Duart pretende reforzar "la unidad de acción" entre los diferentes canales.



Cerca de proves a RTVV en el cas de la visita del Papa

► Agents de la Policia Judicial van acudir ahir a la seu de RTVV –actualment sense activitat– per revisar un ordinador a la recerca de correus relacionats amb la visita del papa Benet XVI a València el juliol del 2006. Aquesta diligència va ser acordada la setmana passada pel magistrat que instrueix la peça separada del cas Gürtel al TSJ de València que investiga presumptes irregularitats de l'ens públic. / Redacció



AZUL & ROSA

MI SEMANA

JAIME PEÑAFIEL

SUBE / BAJA



Manuel Colonques

↑ El presidente del grupo Porcelanosa ha conseguido, un año más, que el príncipe de Gales haya sido el anfitrión de la cena de gala de la empresa, en su Castillo de Windsor. Como invitada estrella, **Sarah Jessica Parker**, protagonista de *Sexo en Nueva York*, ciudad donde el más importante grupo de cerámica a nivel mundial prepara su desembarco en un edificio mítico de la 5ª Avenida remodelado por **Norman Foster**. Un acontecimiento que contará con la diva como madrina.



Jorge Javier Vázquez

↑ Lleva cinco años presentando ininterrumpidamente *Sálvame*, el mayor programa de entretenimiento no sólo de Telecinco sino de todas las televisiones que en el mundo son. Lo conozco bien por dentro y estimo a sus colaboradores en la misma medida que ellos a mí. Felicidades a sus productores, **Óscar Cornejo** y **Adrián Madrid**, de La Fábrica de la Tele, pero, sobre todo, a **Paolo Vasilé**, responsable de la cadena y a **Manuel Villanueva**, de la programación.



Constantino de Grecia

↓ El hermano de la Reina Sofía, hoy ciudadano sin apellido, sin trono ni techo, se ha pronunciado en unas declaraciones a ABC, a propósito de la abdicación de su cuñado Don Juan Carlos. En ellas ha reconocido que «no soy partidario de que los reyes abduquen. El cambio debe venir cuando el rey muera». Se olvida de que él dejó de serlo por intentar pactar con los coroneles golpistas y porque los griegos prefirieron la república en referéndum.

MIS REALES JEFES DE PRENSA

Cuando en el año 2002, **Alberto Aza** sucede a mi paisano y amigo, **Fernando Almansa**, en la Jefatura de la Casa del Rey, nombran como Jefe de Prensa a **Juan González Cebrían**. Se trata de un gran diplomático que, durante los siete años que permaneció en el cargo, dejó un recuerdo imborrable por su bondad, educación y señorío. Como segundo suyo, un periodista, **Jordi Gutiérrez**. Posiblemente se trataba del único funcionario de la Casa, junto a **Jaime Alfonsín**, entonces responsable de la Secretaría del Príncipe, con buena sintonía, no sólo con **Felipe** sino incluso con **Letizia**. Cuanto más duras eran las críticas hacia la consorte, allí estaba Jordi para defenderla. «Como el más eficiente y rendido cortesano», lo

escribí en esta columna el 13 de diciembre de 2009. También que si un día Felipe accedía al trono, Jordi Gutiérrez sería lo que desde ese día es: Jefe de Prensa de la Casa Real. No me equivoqué. Y, aunque los Borbones tienen fama de desagradecidos, con Jordi se ha roto esta tendencia. Ciertamente es que todo ascenso a una alta función precisa una escalera tortuosa, que decía **Bacon**. Cuando le cesaron, con la salida de **González Cebrían**, me sorprendió que la principesca pareja no moviera un dedo a su favor, después de lo que había hecho, sobre todo, para informar del polémico noviazgo. **Arturo Fernández**, presidente de CEIM, le rescató, habiendo sido durante todos estos años un eficiente colaborador.

SEIS EN 39 AÑOS

Jordi es el sexto responsable de las Relaciones Exteriores de La Zarzuela. Con todos ellos me he llevado bien. Posiblemente porque han respetado mi independencia y mi libertad de expresión.

A **Javier Ayuso**, el antecesor inmediato de Jordi Gutiérrez, tengo que agradecerle la deferencia de haber sido el primer periodista con el que se reunió en un almuerzo, nada más tomar posesión del cargo. Le advertí dónde se metía. Creo no haberme equivocado aunque ni él ni yo pensáramos entonces que sería testigo, in situ, de la situación más crítica de la Monarquía y, mucho menos, de la abdicación del Rey. ¡Qué memorias tenéis tú y **Rafael Spottorno**, querido Javier! Con **Ramón Iribarren**, el cuarto Jefe de Prensa, aunque sólo estuvo dos años, siempre

demonstró su buena disposición al diálogo y a informar con verdad, aunque «a veces sus mentiras explicaban mejor que la verdad de lo que quería informar», como publiqué el 12 de febrero de 2012. En su haber, hubo, por primera vez en la Casa, transparencia total en lo referente a la salud del Rey. Hasta el extremo de informar sobre una intervención quirúrgica cuando **Don Juan Carlos** se encontraba todavía en el quirófano. El caso **Urdangarin** se lo llevó por delante. Al Jefe de la Casa, **Alberto Aza**, también. Juan González Cebrían, durante los siete años en el cargo (2003 a 2010) tuvo la responsabilidad de informar, con la colaboración de Jordi Gutiérrez, sobre el breve noviazgo y boda del Príncipe Felipe y Letizia. Así como del divorcio de la **Infanta Elena**.

SOLO UNA MUJER

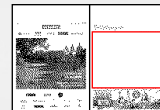
En los 39 años de Monarquía, el machismo elevado a categoría constitucional con el artículo 47.1 sobre el acceso al trono, se ha mantenido, también, en lo referente a la Jefatura de Prensa. Sólo una mujer ha ostentado este cargo, la periodista **Asunción Valdés**, que lo fue, nada menos, que durante 10 años. La llevó a la Casa Fernando Almansa, cuando ella trabajaba, entonces, como directora de la Oficina del Parlamento Europeo en España. Anteriormente había sido una magnífica corresponsal de TVE en Bonn. Asunción, mujer de fortísimo carácter, era todo menos diplomática. Se identificó tanto con la Casa y la Familia Real, que se hizo acreedora del cariñoso apelativo de «la tercera Infanta». La relación profesional no fue fácil. A veces, conflictiva. El noviazgo irresponsable de Felipe con **Eva Sannum**, que había ido erosionando la Institución mediante una guerra mediática sin cuartel, complicó la relación de Asunción Valdés con la prensa. Aquellas relaciones le costaron el cargo a Almansa. Ella sobrevivió un año. El tándem formado por los cesados **Rafael**

Spottorno, Jefe de la Casa del Rey, y **Javier Ayuso**, Jefe de Prensa, me ha recordado el de **Sabino Fernández Campo** y **Fernando Gutiérrez**, el primer responsable en las tareas informativas. Juntos desde que, en 1977, Sabino fuera nombrado Secretario General de La Zarzuela y, más tarde, Jefe de la Casa, hasta enero de 1993 en que cesaron a los dos. Durante aquellos años, tuvieron que hacer frente a numerosos acontecimientos, algunos muy delicados, entre ellos los incidentes contra el Rey en la Casa de Juntas de Gernika pero, sobre todo, el 23-F. También la primera gran crisis matrimonial de los Reyes con la huida de **Doña Sofía** a India. Como podemos observar, cada Jefe de la Casa y de Prensa ha tenido su *marrón* en un puesto ni fácil ni agradable y, por supuesto, ni bien pagado. Eso sí, algunos lo consideran un honor. **Octavio Paz** escribe que «las apariencias son bellas en esta su verdad momentánea» aunque, a veces, la huella de este honor es como el humo en el aire o la espuma en el agua.



Felipe y Letizia han premiado los servicios de Jordi Gutiérrez. / EL MUNDO

CHSSSS... Sorprendentemente se quita el crucifijo pero no la reverencia para el Jefe del Estado y señora. ¿Antes el Rey que Dios? ... Después de conocer el contenido de su libro, puro sexo, entiendo la tragedia de su matrimonio y la muerte de su marido. Aunque no lo quiera reconocer, el escribirlo ha debido suponer una terapia muy dolorosa ... Tras la ceremonia de la boda, los novios, al subir al coche, se encontraron con dos latas de caviar y sus corresponsales cucharitas y una botella de champán con dos copas. ¿De quién sería esta idea tan hortera? ¡Ni que éste fuera el primer deseo de unos recién casados nada más salir de la Iglesia! ... No me puedo creer que después de comunicarnos que habían sido invitados y recibir el tarjetón, les desconvocaran telefónicamente porque «somos muchos». Nombres tengo, nombres y apellidos ... Su corazón ha debido estar repartido entre el país donde nació y el país que la adoptó. ¿Qué habrá pesado más, la cabeza o el corazón?



Europa avala una TVE sin publicidad

Los tribunales refrendan el sistema de financiación de la pública

Nahia S. Alonso -Madrid

La Justicia europea, por medio del Tribunal General de la Unión Europea (UE), confirmó ayer la validez del sistema de financiación de la televisión pública española tras la eliminación de la publicidad como fuente de ingresos en el año 2009. Así, el Tribunal desestima los recursos presentados por Telefónica y Digital+ y confirma que las medidas llevadas a cabo se ajustan a la legislación europea.

Con la ley emitida durante la legislación de José Luis Rodríguez Zapatero que supuso el fin de la publicidad en las cadenas públicas (ley 8/2009), la financiación de RTVE varió de un modelo mixto –en el que la cadena recibía una compensación del Estado por el servicio público prestado con su trabajo, así como ingresos por publicidad, televenta y patrocinios– a uno en el que los únicos ingresos comerciales de los que dispone son aquellos procedentes de la prestación de servicios a terceros y de la venta de producciones propias, que suponen sólo unos 25 millones de euros de su presupuesto total. Debido a este cambio, los fondos de la cadena disminuyeron notablemente, por lo que para compensar la pérdida de los demás ingresos comerciales, España introdujo tres medidas fiscales que establecían una serie de tasas de las que se tenían que hacer cargo los operadores de telecomunicaciones con un 0,9% de sus ingresos, las cadenas privadas con el 3% y las de pago con el 1,5. A esto se le sumaba

la compensación por prestación al servicio público y, en caso de no lograr sus costes globales, el Estado debía hacerse cargo de cubrir lo restante.

Este nuevo modelo de financiación fue avalado por el Ejecutivo comunitario, cuando en 2010 dictaminó que respetaba la normativa europea. No obstante, Telefónica y Digital+ no estuvieron de acuerdo con la decisión de la Comisión e interpusieron varios recursos solicitando al Tribunal General que anulara la decisión de Bruselas del 20 de julio de 2010. El recurso de Telefónica denunciaba principalmente que la Comisión Europea había autorizado el modelo de financiación de RTVE sin haber garantizado que no supusiera un riesgo de sobrecompensación. Por su parte, Digital+ alegó que el sistema

aprobado no respetaba el principio de proporcionalidad e infringía varios artículos de la legislación de la UE.

En sus sentencias dictadas ayer, el Tribunal General desestima ambas peticiones en su totalidad, rechazando «todos y cada uno de los motivos alegados por Telefónica y Digital+ en sus respectivos recursos, confirmando de este modo la compatibilidad del régimen de financiación de TVE con la normativa en materia de ayudas de Estado, y, por lo tanto, con el mercado interior». A pesar de la negativa europea, todavía cabe la posibilidad de solicitar un recurso de casación ante el Tribunal de Justicia para que se tenga en consideración las solicitudes presentadas por estos medios. De continuar la senda legal, el recurso deberá interponerse en un plazo de dos meses a partir de su notificación.

LA SENTENCIA
Desestima
íntegramente los
recursos emitidos por
Telefónica y Digital+



Imagen de la emblemática torre del centro de comunicaciones de RTVE, enseña de la pública

DEL MODELO MIXTO AL FIN DE LA PUBLICIDAD

2006

Modelo mixto

Con la Ley 17/2006 se reafirma la titularidad estatal de la cadena. La financiación combina ingresos por publicidad y una compensación del Estado por el servicio público prestado.

2009

El fin de la publicidad

Se eliminan los ingresos publicitarios, televenta, patrocinio y servicios de acceso con la aplicación de la Ley (8/2009), por lo que la cadena cuenta únicamente con financiación pública.

2010

Apoyo europeo

El ejecutivo de la Unión Europea, tras realizar una investigación, dictamina que el nuevo sistema de financiación aplicado a RTVE está en concordancia con la normativa comunitaria.

2011

Recursos

Tanto Telefónica como Digital+ mantienen sus recursos en los que solicitan al Tribunal General que se anule la decisión de Bruselas emitida en 2010 respecto a la financiación de RTVE.

2014

Desestimación

El Tribunal General de la Unión Europea confirma la validez del sistema de financiación del ente público español, desestimando los recursos emitidos por Telefónica y Digital+.



► TENDÈNCIES

Era de l'espectador connectat

**A CONTINUACIÓ
OFERIM UN REPÀS
PELS ÚLTIMS CANVIS EN
EL CONSUM TELEVISIU,
LA MANERA D'OFERIR
ELS CONTINGUTS,
LA FICCIÓ, EL PAPER
DE L'ESPECTADOR...**

ALICIA RODRÍGUEZ DE PAZ
Madrid

Els productes televisius i la manera de consumir-los estan cada vegada més condicionats per l'avenç irrefrenable de les tecnologies de la comunicació. Internet i un dels seus fills, les xarxes socials, van colonitzant i influïnt en un mitjà que no es pot resumir amb un televisor, un comandament a distància i una família asseguda al sofà del saló. I així ho va notant tant l'espectador com els encarregats de programar i empaquetar l'oferta. Sota el guiatge d'un entusiasta coneixedor de la tele, Pablo Romero, director de continguts de la plataforma de Canal+ Yomvi, sorgeix aquesta breu guia per mirar d'entendre què està passant a la televisió que fins fa molt poc temps es considerava del futur.

VOD (VÍDEO SOTA DEMANDA). Fa possible accedir als continguts de televisió en qualsevol moment i en qualsevol lloc, sempre que es disposi d'una connexió a internet. Pot ser de pagament, com Yomvi, o en obert com les plataformes de RTVE, TV3, Atresmedia... La televisió ja no és només un continuïum en el temps, sinó que, amb el VOD, es converteix en una oferta de lleure a la carta. És més, la cita la fixa cada espectador en connectar amb el seu dispositiu mòbil o l'ordinador.

USUARI, MÉS QUE AUDIÈNCIA. Milions de persones poden veure a la

seua tauleta o al seu telèfon mòbil el contingut audiovisual que li vingui de gust, mentre esperen l'autobús o que els atengui el dentista. I, sovint, ho comenten a les xarxes socials. "Parlen a Twitter del partit a l'NBA o de l'últim lliurament de *MasterChef*. Ho fan seu. No es tracta d'una audiència passiva, sinó que parlem d'un usuari, un consumidor que gestiona d'una manera activa els continguts".

'BIG DATA' PER A PROGRAMA-DORS. Les plataformes de VOD ofereixen una mina de dades sobre la televisió connectada: com es consumeix, on, què fan mentre ho veuen...

El *big data* també es troba a la taula dels directius i programadors de televisió, i servirà per traçar valuosos patrons de consum.

FICCIÓ I TRANSMÈDIA. És indubtable que la ficció s'ha adaptat, i de quina manera, als primers desafiaments de la televisió connectada -que, no s'ha d'oblidar, conviu amb el consum tradicional de la tele-. Les sèries triomfen també en i gràcies a la xarxa (veure les imatges de les quatre més vistes en VOD). I aquest joc d'influències en tots dos sentits es nota, entre altres qüestions, en l'estructura de la ficció televisiva. Segons explica Romero, "el fenomen transmèdia ha arribat a les sèries. Com? La història ha donat pas als personatges, que en cada capítol creen mons diferents que van desenvolupant. El primer que va apostar per tot això va ser *Perdidos* i en l'actualitat ho ha assumit obertament *Joc de trons*, amb les seves deu narracions d'altres personatges". En tot cas, es tracta del fet que s'ha passat del discurs lineal als discursos

transversals, que, al seu torn, són transmesos i alimentats des de la pàgina web, Twitter o la resta de xarxes socials, les aplicacions, els jocs... Però que també surten dels límits del món digital i es converteixen en convocatòries per reforçar l'esperit fan. L'objectiu és, al capdavant, que la narració formi part de la vida dels espectadors.

'WEBSODIS'. S'estan creant continguts audiovisuals específics per a les pantalles petites (de debò), tant les dels mòbils com les de les tauletes. No s'adapten només a les dimensions de l'aparell, sinó al seu ús (Rentrak xi-

fra en 20 minuts el temps mitjà de cada reproducció de vídeo sota demanda des de dispositius mòbils). És el cas dels *websodis* o petites peces (amb material nou) d'una sèrie. Estan fets especialment per ser difosos a través de les xarxes socials o el web de la sèrie i serveixen, se-



Joc de trons



The black list



Orange is the new black





gons subrtallen els especialistes, per sadollar la *fam* de l'esmentada ficció entre temporada i temporada.

AFARTADA. El sistema de vídeo sota demanda posa a l'abast dels usuaris l'última temporada d'una sèrie popular o fins i tot totes les existents. Davant aquest ingent menú, per què cal conformar-se a veure un capítol de tant en tant? Així apareixen les afartades d'episodis (*binge*, en anglès): veure diversos lliuraments d'una tirada. "Hem passat de l'era del zàping –saltàvem de canal en canal per sentir-nos satisfets– a la del *binge* –la nostra voracitat ens porta a indigestar-nos amb molts continguts que ens interessen –, conclou Romero.●

Breaking bad



GETTY IMAGES

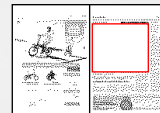
2020: la tele en directe perd força

■ El mercat de continguts audiovisuals està vivint un moment d'ebullició, esperonat per l'expansió d'internet. Davant aquest panorama de canvi, resulta difícil fer previsions afinades sobretot més enllà del curt termini. Amb la vista posada el 2020, algunes veus s'aventuren a dibuixar el comportament dels consumidors de televisió d'aquí sis anys. L'informe

Media vision 2020, impulsat per Ericsson, preveu, per exemple, que més de la meitat del consum de televisió tindrà lloc a través del vídeo sota demanda, superant, per tant, les persones que la veuen en directe.

Des d'una perspectiva mundial, l'informe ofereix una previsió basada en xifres aclaparadores: 15.000 milions de pantalles connectades, que permetran accedir a continguts multimèdia; 8.000 milions d'usuaris de banda ampla mòbil, 1.500 milions de llars amb televisió digital...

Els responsables de l'estudi defensen, a més, que la capacitat de portar a sobre un dispositiu amb continguts multimèdia i de connectar-se a la xarxa en pràcticament qualsevol lloc dissol de manera definitiva la primacia de la llar. Al seu lloc, l'individu acapara tot l'interès: "La televisió estarà associada a les persones i als dispositius, no pas a les llars", asseguren.



CANVIS PER AL SETEMBRE

Catalunya Ràdio fitxa 'MeteoMauri'

► L'espai que presenta Francesc Mauri salta d'internet a l'emissora

OLGA LERÍN
BARCELONA

Després del seu debut recent capdavant d'un programa de tele, *Collita pròpia*, l'home del temps de TV-3 afrontarà la temporada que ve un nou repte. L'espai *MeteoMauri* –que fins ara només es podia escoltar a través de la web de Catalunya Ràdio– farà el salt a l'emissora convencional. L'espai s'emetrà els dijous dintre del magazín *La tribu de Catalunya Ràdio*, en un horari i una durada per determinar, segons han confirmat fonts pròximes a aquesta emissora.

Però *MeteoMauri* no serà un apartat més del programa de tarda, sinó que la pretensió és que, sota el paraigua de *La tribu...*, tingui «entitat i seccions pròpies». El salt a les emissions convencionals permetrà, a més a més, que l'espai amplii horitzons i fomenti la participació de l'oient en viu i en directe, a través del telèfon,

el correu electrònic i les diverses xarxes socials.

Pel que fa a les novetats, *MeteoMauri* potenciarà aspectes de la sostenibilitat pràctica diària, encara que no renunciarà a ser referent en altres apartats, com les escapades, la neu o la gastronomia. De fet, l'objectiu segueix sent el mateix: utilitzar la meteorologia com a nexa entre les diferents seccions, sempre sota l'òptica catalana.

El programa també comptarà amb les col·laboracions de José Luis Gallego (sostenibilitat), Xavier Coll (terra) i Mario Vizcarro (mar i pesca), encara que la llista de participants s'anirà ampliant a mesura que avanci la temporada. I també hi tindrà cabuda una agenda.

DUES OPCIONS // El pas a l'emissió convencional no implicarà la desaparició de l'espai a la xarxa (es penja els dijous, a les 19.00 hores), tenint en compte que el públic d'internet



► El meteoròleg Francesc Mauri, als estudis de Catalunya Ràdio.

El programa
s'emetrà els dijous,
dins del magazín de
tarda 'La tribu...',
amb «entitat pròpia»

«és selecte» i es preocupa per buscar en cada moment els continguts que més li interessin.

Estrenat el novembre del 2012, *MeteoMauri* va ser el primer programa de Catalunya Ràdio que només s'emetia a través de la web. En l'actualitat, té unes 1.000 descàrregues a la setmana. A aquest el van seguir, el 2014, el projecte destinat als nens *Clicka't* i *Les passions*, segons Rafael Argullol. ■

**CALDRÀ SOBRETOT
NO PERDRE LES FORMES**David Murillo
BonvehíProfessor del
departament de
ciències socials d'Esade

Periodisme d'intencions

Dir que Twitter i Facebook ens han canviat la manera de veure el món és fer una afirmació evident per a molts. Amb el sol efecte de poder afegir i eliminar suposats amics, referents o seguidors, les xarxes socials permeten desprendre't de totes aquelles lectures o visions de la realitat que et resulten molestes, irritants o antipàtiques. Una capacitat, la de poder modelar la nostra percepció del món, que ja ve d'abans però que ara s'amplifica de manera insospitada gràcies a internet. I no són les xarxes socials les úniques que afavoreixen aquest fenomen. Google mateix ens retorna en les seves cerques aquella informació que, vist el nostre historial d'ús, creu que més s'adiu al nostre perfil. Som davant del conegut efecte embut: l'aprimament de la nostra manera de veure el món a partir del filtratge continuat de la informació que rebem.

TOTA AQUESTA HISTÒRIA em venia al cap quan aquestes darreres setmanes seguia en premsa algunes notícies que han captat l'atenció dels mitjans. La primera notícia, d'abans-d'ahir, gairebé una broma, deia així: "La campanya soberanista hunde la inversió estrangera en Catalunya". Deixem constància de l'obvietat: el lligam entre un fenomen (econòmic) i l'altre (sociopolític) ni interessa ni s'argumenta. Per la nostra banda, no cal anar més enllà en l'anàlisi. Quedem-nos només amb el titular. I amb la intenció.

ANEM ARA PER L'ALTRA NOTÍCIA, del mes passat: el discurs de proclamació del rei Felip VI a les Corts. La quantitat de fulls de paper dedicats a avançar el suposat paper mediador del nou rei en el conflicte territorial (desafiament secessionista, en llençatge FAES) va ser ingent. Un cop acabada la coronació, és clar, equilibris per intentar justificar l'anterior creació d'estats d'ànim. Un exercici que recorda el dels buscadors de metalls a les platges que vèiem fa uns anys. Massa feina de preparació per a tan poc resultat. Un nou i decebedor repicar de campanes mediàtic que ens du encara a una notícia de l'abril.

L'IGUALMENT ESPERADÍSSIM debat de premsa en consideració de la sol·licitud de traspass de competències per dur a terme la consulta del 9-N. L'error sempre és el mateix, posar els desitjos i les intencions per davant de la realitat. Anunciar per activa i per passiva, aquest cop, que Rajoy oferiria

una via de sortida a l'atzucac. Un desiderat que no només obviava raons bàsiques i conegudes en contra que ho fes: que se'l menjaria el seu partit (Aznar/FAES); el perjudici econòmic de la separació fiscal (Gallardón dixit); o que faci desaparèixer la sempre necessària figura del boc expiatori (Catalunya) en la política espanyola. És que, a més a més, menystenien el missatge, defensat reiteradament pel mateix Rajoy, que mai (mai) col·laborarà amb res (res) que pugui atemptar contra la unitat de l'Estat. Missatge amb el qual pretén arribar a les eleccions del 2015.

COM ES PODEN DONAR mecanismes de dissonància entre realitat i desig tan evidents com aquests? En el camp de la psicologia social la teoria de la dissonància cognitiva ho explica prou bé. Davant de lectures del món incongruents i contradictòries amb la nostra pròpia interpretació de la realitat, les persones ens esforcem a generar creences i idees que ens permetin recuperar la coherència entre el món que ens envolta i la nostra percepció anterior.

AIXÍ DONCS, COM FUGIR de la passió, les preses de partit i l'excés d'intencionalitat política que ens acompanyarà encara durant mesos? Caldrà, doncs, no perdre el món de vista (capacitat crítica) ni la determinació (voluntat) i, com diu aquest vell llop de mar que és el conseller Mas Colell, sobretot, no perdre les formes.

**Som davant del
conegut efecte embut:
l'aprimament de la
nostra manera de veure
el món a partir del
filtratge continuat de la
informació que rebem**



AFP

Paros en TVE en la etapa reina

El año pasado, el Tour no pasó por el Tourmalet. Esta edición tiene previsto subirlo el próximo 24 de julio, en una etapa que partirá de Pau y terminará en otro puerto mítico, el Hautacam. Lo que no se sabe todavía es si

los espectadores de TVE podrán ver la etapa reina, porque el Comité Intercentros de la cadena pública ha convocado paros para ese día.

Los sindicatos mencionan precisamente el deporte en sus reivindicacio-

nes, por la anunciada integración de Teledeporte con La 2, que estudia la dirección de la corporación, además del cambio de modelo en Radio Exterior y la posible pérdida de puestos de trabajo. La jornada de paros se desarrollará en todos los centros de trabajo de RTVE el 24 de julio, en dos turnos: de 11.00 a 13.00 y de 16.00 a 18.00.



Els presentadors de la temporada d'estiu de Catalunya Ràdio. CATALUNYA RÀDIO

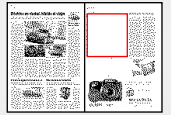
Sergi Vives substituirà Àngel Llàcer al capdavant d'"Els optimistes"

À.G.M./A.C.R.
BARCELONA

Àngel Llàcer va revelar ahir que deixa Catalunya Ràdio, on presentava des de fa dos anys el concurs *Els optimistes*. L'anunci va coincidir amb el final de temporada del programa. Segons ha pogut saber l'ARA, el programa tornarà la temporada que ve, però amb un nou presentador. Serà Sergi Vives, una veu coneguda a l'emissora perquè era responsable de la secció de l'APM *Exprés a La tribu de Catalunya Ràdio*. A més, el locutor col·labora amb el programa *Mans de l'emissora*, dedicat a la cultura popular, i aquest julioli i agost presentarà el concurs dels migdies *El salvaVives*, com ha fet els últims estius. L'espai incrementarà la seva presència al territori i s'estructurarà a partir d'un concurs en què competiran escoles. El for-

mat s'adaptarà al nou equip, però la voluntat és que Llàcer hi faci algun cameo.

D'altra banda, dilluns arrencarà la temporada d'estiu de la ràdio pública, que ocuparà l'antena fins al 31 d'agost. Marc Garriga repeteix al capdavant d'*El matí de Catalunya Ràdio*, que s'emetrà de 7.00 a 13.00, però els altres dos grans programes estrenen conductor: a la tarda, Mireia Mallol presentarà *8 dies a la setmana*, mentre que els matins de dissabtes i diumenges quedaran en mans de Ricard Ustrell, que conduirà *El suplement* de 10.00 a 13.00. L'emissora vol que les veus habituals continuïn sonant i, així, reapareixeran clàssics de l'estiu com *Líquids*, amb Xavier Graset (15.00); *El divan*, amb Silvia Còppulo (els caps de setmana a les 13.00), i *Balles?*, amb Albert Puig (dissabtes i diumenges a les 20.00), i s'incorporaran *En ruta*, amb Xavier Solà (20.00), i *El cafè de les dones sàvies*, amb Joan Barril (21.00), entre d'altres.



COMUNICACIÓN

El Tribunal de la UE respalda el modelo de financiación de RTVE

‘Telecos’ y televisiones privadas pagan una tasa anual

ROSARIO G. GÓMEZ
 Madrid

El Tribunal General de la Unión Europea ha dado el visto bueno al sistema de financiación de RTVE que se puso en marcha tras el fin de la publicidad de la televisión pública, que hasta la ley de 2009 era una de sus principales fuentes de ingresos. Con esta decisión el tribunal desestima los recursos que presentaron Telefónica y Digital + y confirma que imponer tasas a los operadores de telecomunicaciones y a las televisiones privadas para financiar RTVE se ajusta a la norma comunitaria.

El Gobierno socialista de José Luis Rodríguez Zapatero diseñó un modelo de financiación en RTVE según el cual las *telecos* (Telefónica, Vodafone, Ono) que ofrecieran contenidos audiovisuales debían aportar cada año a las arcas de la corporación el 0,9% de los ingresos. Además, las televisiones privadas estaban obligadas a ceder el 3% y a las de pago se les exigía el 1,5%. RTVE recibiría también una parte sustancial de la recaudación de la tasa radiolétrica (en torno a 300 millones de euros

al año) y el resto se completaría con una subvención procedente de los Presupuestos Generales del Estado. Todas estas partidas debían sumar 1.200 millones de euros, que era el techo de gasto.

Este modelo fue avalado, indirectamente, por el Tribunal de Justicia de la Unión Europea. La sentencia que dictó a favor del sistema de financiación de la televi-

Las compañías comerciales aportaron 168 millones en 2013

sión pública francesa, muy similar al español, validaba la reforma llevada a cabo por RTVE. De hecho, la Comisión decidió archivar el caso sobre España.

Bruselas ya había considerado que el nuevo sistema no vulneraba la normativa sobre ayudas de Estado, una decisión que fue recurrida por Telefónica y Digital +. En sendas sentencias dictadas ahora, el Tribunal General deses-

tima íntegramente los recursos. Rechaza “todos y cada uno de los motivos alegados por Telefónica y Digital +”, confirmando de este modo la compatibilidad del régimen de financiación de RTVE introducido por la ley de 2009 con la normativa en materia de ayudas de Estado y con el mercado interior. Contra ambas sentencias del Tribunal General cabe recurso ante el Tribunal de Justicia.

RTVE afirma que un lustro después, es el momento de los ajustes. En 2010, el primer año completo en el que se aplicó la nueva ley, RTVE recaudó de las operadoras de telecomunicaciones 180 millones de euros y las televisiones le ingresaron 90 millones. La crisis económica ha ido mermando las cifras. En 2013, las primeras contribuyeron con 113 millones y las segundas aportaron 55, según los últimos datos facilitados por el presidente de RTVE, Leopoldo González-Echenique, al Congreso. Además de estos recortes, el gran hachazo en las cuentas de la corporación ha llegado del Estado, que le ha reducido la subvención un 46%. De 554 millones ha pasado a 251.



NOMBRAMIENTOS EN 'ELECONOMISTA'



JOAN CABRERO
Director de Estrategia
de Ecotrader

Joan Cabrero es un reputado economista con más de 15 años de experiencia en el mercado, miembro del Instituto Español de Analistas Financieros (IEAF) y autor del primer libro publicado en España sobre análisis técnico oriental, *Operativa con candlestick* para traders.

Ha estado vinculado a Ecotrader, la web premium de *elEconomista*, desde su lanzamiento y ahora coge

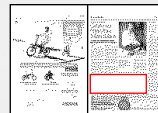
el timón estratégico, avalado por su profundo conocimiento del mundo de la inversión y del funcionamiento y la filosofía del producto. Ecotrader da la bienvenida a una nueva etapa, con el compromiso de dar a sus suscriptores las mejores ideas de inversión y con la misión de formarles, ayudarles a construir sus carteras y mantenerles al día de las novedades en los principales mercados



CARMEN DELGADO
Directora de
elEconomistaamerica.com

Carmen Delgado Moreno es licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid. También ha estudiado un Máster en Periodismo y Divulgación por la misma universidad. Inició su carrera profesional en la web de Antena 3 Multimedia, perteneciente al actual grupo Atresmedia, para posteriormente trabajar en el periódico *Madridiario*. A partir de 2006 se incorporó a la

sección de Economía del diario nacional *ELMundo.es* para integrarse posteriormente en la redacción de *Expansion.com*. En octubre de 2008 llega al periódico *elEconomista.es*. A partir de esa fecha ha trabajado como responsable de la sección de cierre. Otra de las tareas que ha desempeñado ha sido ponerse al mando de la coordinación con la delegación de *elEconomista* en Estados Unidos.



EL FINANÇAMENT DE LA CORPORACIÓ

Brussel·les veu legal RTVE

► La UE desestima els recursos de Telefónica i Digital+

AGÈNCIES
BRUSSEL·LES

El Tribunal General de la UE (TJUE) va desestimar ahir en la seva totalitat els recursos interposats per Telefónica i Digital+ contra la decisió de la Comissió Europea que va autoritzar, el 2010, el nou sistema de finançament de RTVE, i en particu-

lar el finançament públic per prestar serveis de radiodifusió. A més, ha confirmat que aquest model s'ajusta a la legislació comunitària.

Després de la supressió de la publicitat, els operadors de telefonia estan obligats a contribuir al finançament de RTVE amb el 0,9% dels seus ingressos; les televisions priva-

des hi han d'aportar el 3%, i les de pagament, l'1,5%. Si aquestes fonts de finançament no són suficients per pagar el cost del servei públic, l'Estat està obligat a cobrir la resta, fet que el converteix en un sistema de finançament gairebé exclusivament públic.

L'Executiu comunitari va dicta-

minar el juliol del 2010 que la nova modalitat respectava la normativa en matèria d'ajudes públiques i era compatible amb el mercat interior. Brussel·les va estimar que el sistema garanteix que RTVE no rebrà una compensació excessiva per prestar serveis públics i que és proporcionat.

Telefónica i Digital+ van interposar dos recursos sol·licitant al Tribunal General que anul·lés la decisió. La primera va al·legar una infracció del dret comunitari per haver autoritzat el règim financer de RTVE sense haver garantit que no suposés un risc de sobrecompensació. Digital+ va al·legar que les ajudes no respecten el principi de proporcionalitat. ≡



AL PALAU MOJA

Cultura promourà TV-3 i el Barça com a patrimoni

|| ERNEST ALÓS
BARCELONA

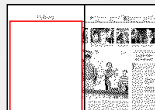
El Departament de Cultura ha convocat un concurs per concedir a una empresa privada l'explotació dels baixos del Palau Moja, en plena Rambla, com a punt d'informació als turistes i el públic local del patrimoni cultural català. A partir de principis de l'any que ve, el visitant podrà adquirir productes o entrades relacionats amb els monuments, jaciments o museus, degustar la gastronomia catalana i rebre informació sobre el país seguint un «relat» compost de 14 capítols definits en les bases del concurs. Aquest «eix narratiu» va des de les «arrels» en la prehistòria (fet que permetrà promoure rutes al voltant de les pintures rupestres i visites a Gavà i Banyoles) fins a la «Catalunya.cat» del 1980 al 2014, amb un temari que comença amb la «transició, llibertats, autonomia i democràcia» i s'acaba amb «Jocs Olímpics, TV-3 i el Barça».

RUTES TURÍSTIQUES // Entre els paquets turístics que es comercialitzaran hi ha la ruta dels ibers, les de la Catalunya grega i romana, la del romànic, el gòtic urbà, el renaixement, la ruta del 1714, les de les fàbriques i les colònies fabrils, del modernisme, del noucentisme i dels espais de memòria de la guerra civil. L'empresa que rebia la concessió, per un període de 10 anys a 20 anys, pagarà a la Generalitat un lloguer mensual d'11.000 euros més un mínim del 15% de les vendes i haurà de reformar l'espai i definir el model d'explotació i la marca que utilitzarà l'espai. ≡



RTVE no contempla 500 despidos

El pasado jueves este periódico publicó que RTVE ultima un ajuste que pasa por suprimir 500 empleos. Se trata de una información errónea ya que la propuesta no procede de la Corporación, sino de los propios sindicatos. RTVE sí que está estudiando un plan de bajas voluntarias, al que según sus economistas no se acogerían más de 130 personas, aunque podrían optar a ello hasta 500 en función de las condiciones pactadas. La Corporación prevé cerrar 2014 con un déficit de 130 millones de euros, una cantidad que muestra que las medidas adoptadas hasta la fecha no han surtido efecto.



Les infinites reposicions de les sèries a la televisió



'Juncal'. Dirigida per Jaime de Armiñán i protagonitzada per Paco Rabal, les aventures crepusculars de l'extorquer José Álvarez *Juncal* són una de les sèries dels vuitanta que al guionista Daniel Castro li agradaria que es reposessin



'Curro Jiménez'. Les aventures del malfactor Curro Jiménez fetejat per les tropes franceses configuren un Robin Hood andalús i un dels drames de TVE que més reposicions han tingut



'Cheers'. La comèdia ambientada en un bar de Boston (i que va generar un *spin-off* amb el psiquiatra Frasier Crane) va tenir èxit a la 1 i ha estat reposada a *Factoria de ficción*

L'arcàdia dels VUITANTA

Torna 'Verano azul' i els vuitanta deriven a Espanya en el que són els cinquanta als EUA

PEDRO VALLÍN
Madrid

La idea és coneguda i difícil de contradir: "Tot malenconiós és, en el fons, un reaccionari". Molts ho van dir abans però aquesta citació és de Noel Ceballos, crític de cinema i televisió en el blog del qual, *El emperador de los helados*, qüestionava l'enèsima reposició a TVE de *Verano azul* i traslladava una inquietud: els vuitanta s'estan convertint a Espanya en el que són els felços cinquanta per als Estats Units: aquella arcàdia feliç i pròspera després de la Segona Guerra Mundial que els sectors més reaccionaris del país identifiquen amb el que ha de ser Amèrica. Aquesta idea de felicitat i ordre moral va tenir tanta potència que, després de la convulsió dels anys seixanta i setanta —l'emancipació de la dona, els moviments pels drets civils, la revolució sexual i la lluita de les minories racials—, Ronald Reagan va basar la seva campanya electoral i el seu govern a tornar el país als anys cinquanta. I en el cinema popular, sempre sensible a l'humor social, triomfava *Regreso al futuro* (1985), de Robert Zemeckis, en la qual els embolics de l'Amèrica innocent dels cinquanta es barrejaven amb el futurisme científic i pop dels vuitanta.

"A Espanya no vam tenir un *new deal* ni un boom econòmic als quaranta i cinquanta, sinó al contrari. Per tant (i per moltes ra-

ons massa complexes), el nostre territori nostàlgic se circumscriu als anys vuitanta", afirma Ceballos, que veu avui en aquesta Nerja de *Verano azul* "un placebo audiovisual per a les masses". Cert o no, aquests dies el Canal 24 h de TVE, en les seves reposicions d'*Informe semanal*, elegia un re-

NOSTÀLGIA

Pel ciutadà americà conservador, els 50 són un edèn de riquesa, pau i ordre moral

REVISIÓ DELS VUITANTA

La malenconia ha desamortitzat la cara contracultural i violenta de la dècada

FINAL D'ERA

La nostàlgia dels 80 coincideix amb la davallada de l'Espanya pactada en la transició

portatge sobre l'inici de l'estiu eixeg espanyol, amb la seva estrepitosa dimensió immobiliària. És a dir, l'emergència de la classe mitjana i de l'especulació municipal.

El filòsof i assagista Javier Gomá hi coincideix en part: "Els vuitanta van posar fi a la nostra excepcionalitat històrica, que Sánchez Albornoz concretava dient

que Espanya no va tenir feudalisme a l'edat mitjana, ni burgesia a l'edat moderna". Com a posada al dia accelerada d'un país que va passar tres quarts parts del segle XX vivint en el XVIII, van ser anys en què es van fer els deures de la cultura i la contracultura, la modernitat i la postmodernitat tot d'una.

Però la qüestió que ens ocupa no és el que els anys vuitanta van ser sinó el que la memòria n'està fent, ara, d'ells. Ceballos detecta un altre senyal d'alarma: "A l'última temporada de *Cuéntame*, per primera vegada la història dels Alcántara no té un correlat polític i ni s'hi esmenta la històrica victòria del PSOE el 1982". Els vuitanta sense ETA ni el PSOE. Gomá matisa: "És veritat que els vuitanta tenen una mica de mitològics. Però en certa manera ha de ser així". L'estrena democràtica va causar "una embriaguesa de llibertat típicament adolescent. Són els anys de l'embraguesa de tot un poble i això no es pot sostenir en el temps, igual com no poden durar els anys de col·legi universitari, quan un estrena llibertat", conclou Gomá. I és perquè no duren, que s'enyoren.

El guionista de cinema i televisió Daniel Castro, autor, director i protagonista d'*Ilusión* (2014) —atenció: història d'un cineasta entossudat a rodar un musical sobre els pactes de la Moncloa que torni el somriure al país— abraça la idea de Ceballos. "Tinc la sensació que tot aquest fenomen de *revival* està dominat per gent de dretes. Ho veig en aquests bars



que només posen pop dels vuitanta". I esmenta el fenomen *Yo fui a EGB*, de Javier Ikaz i Jorge Díaz (Plaza & Janés), llibre que és la plasmació d'un molt famós blog de records dels setanta i dels vuitanta. El lema del web és irònic però eloqüent: "No som nostàlgics més que res perquè no hi ha nostàlgies com les d'abans". Una tassa i mitja.

Gomá no veu motius d'inquietud: "L'esquerra, sobretot la deutora de la crítica de les ideologies

nazis, prefereix pensar que el món està dirigit per unes quantes mans sàvies i malèvols que creure que regna el caos". Per això, ni una sèrie infantil no és neutral: "La cultura no és un element civilitzador sinó alienador, un instrument que afavoreix la dominació. Però la dura realitat és que en gran manera el món està regit pel caos i el nyap".

El periodista i escriptor Pepe Colubi —autor pioner de la nostàlgia amb *La tele que me pa-*



#tuitsdecultura

Pensando en la gente que vive en Bcn y no en el turismo masivo de baja calidad... #SOSculturaBCN

@ivanlagarto
 Iván Lagarto Músic

Los galeristas de arte del Eixample deberían dejar de poner cara de "qué haces aquí si no vas a comprar" #SOSculturaBCN

@manelhc
 Manel Haro Periodista



Soy judío/argentino/español y lo digo: hacer videos de Hitler es no entender el ejemplo de democracia que es la Alemania de hoy

@martinvars
 Martín Varsavsky Empresari

Grandísim treball de la "família Julio Manrique" a #lapartida del Remea. Són uns putes cracs! I espléndida adaptació de la Genebat

@Tnicasares
 Toni Casares Sala Beckett



Mecano. Els qui creuen que el *revival* dels vuitanta s'ha quedat amb la part més dòcil i menys contracultural de la *movida* citen els musicals —i reparacions— de bandes com Mecano o Hombres G



'Retorn al futur'. Els anys vuitanta i els cinquanta, units: el somni del llavors president Ronald Reagan



'Twin Peaks'. A la sèrie de David Lynch li correspon l'honor de ser una de les poques anteriors a *Los Soprano*, és a dir anteriors a l'edat d'or de les sèries nord-americanes, que encara avui són reivindicades

Les 'sitcom' són l'únic gènere que sobreviu en les reposicions televisives

La televisió del 'low cost'

P. VALLÍN Madrid

En l'aspecte televisiu, tots desconfien bastant de l'èxit de les reposicions. Per començar, RTVE, que ara reemet *Verano azul* —per enèsima vegada, aquest cop a La 2, abans del seu concurs estrella, *Saber y ganar*—, té moltes de les seves sèries mítiques disponibles gratuïtament a la seva pàgina web sense que hagin rebut un trànsit destacable. I la competència no és només per la disponibilitat en línia (legal i il·legal), sinó que, a més, gairebé totes les que avui considerem sèries mítiques han estat editades en format domèstic, en VHS i DVD, i algunes també en BluRay.

El crític Noel Ceballos recorda que les reposicions són freqüents quan hi ha pocs recursos i molta programació per omplir. Així, el començament de les televisions privades als anys noranta o la irrupció més recent de la TDT, amb els seus canals nous, van estar marcats per la reemissió de formats dramàtics d'èxit. Tot i això, aquest fenomen té uns límits molt estrictes: només es reposen sèries amb menys de deu anys i preferiblement comèdies. El guionista Daniel Castro i el periodista Pepe Colubi coincideixen: les *sitcom* —comèdies de vint-i-dos minuts rodades en plató— són el format que sobreviu més bé al pas dels anys. Tot i així, avui és molt fàcil veure capítols vells d'*Aquí no hay quien viva* o capítols antics de sèries que encara s'estan emetent, com *Big bang theory*, però de les sèries que tenen més de deu anys, *Frasier* i *Friends* són les

úniques que continuen en emissió. De les dramàtiques, les policiaques: *Corrupció a Miami*, *Los Angeles de Charlie*, *Starsky i Hutch* i *El coche fantástico* han estat reemes en els últims anys. Però tot això, en canals de pagament.

Ceballos subratlla que l'actual edat d'or de les sèries dels Estats Units ha fet que s'hagi oblidat qualsevol sèrie anterior a *Los Soprano*, potser amb l'excepció d'*Expediente X* i

FARCIMENT BARAT

L'arribada de nous canals coincideix amb l'auge de les reposicions

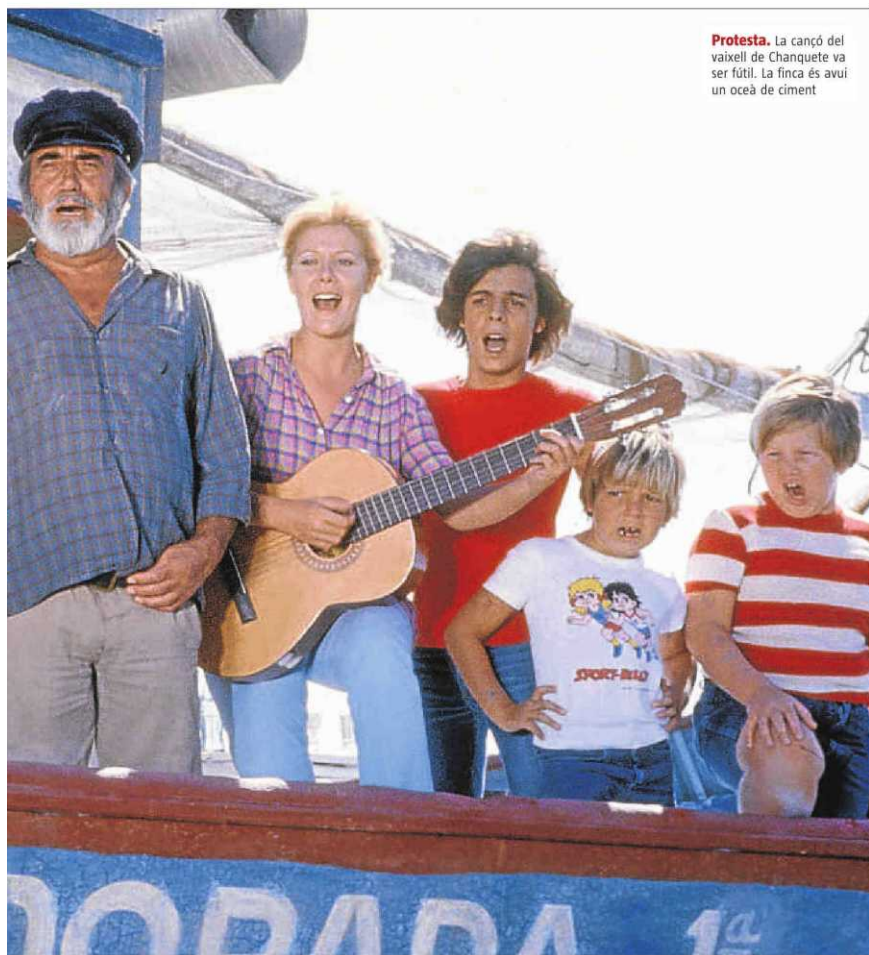
L'EDAT D'OR

La qualitat de les sèries recents ha fet oblidar pràcticament totes les anteriors

Twin Peaks. "Fa l'efecte que abans de la revolució d'HBO no hi hagués res", i esmenta sèries dignes de memòria com *Twilight Zone* o *Canción triste de Hill Street*.

I Daniel Castro hi afegeix algunes sèries dramàtiques espanyoles que mereixerien un record, com *La huella del crimen*, *La forja de un rebelde*, *Los gozos y las sombras* i, sobretot, *Juncal*. "Hauriem de tenir més estima per aquestes sèries".

Castro també reivindica títols heterodoxos, com *Las chicas de hoy en día*, i lamenta "que la televisió pública hagi abandonat la producció de ficció dramàtica de qualitat".



Protesta. La cançó del vaixell de Chanquete va ser fútil. La finca és avui un oceà de ciment

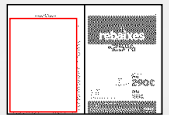
rió (Alba Editorial, 1999)— posa un matís a l'enyorança de programes com *Verano azul*. "En aquells anys només hi havia una televisió, de manera que els records són comuns. Als noranta, amb l'arribada de les privades, les audiències es van fragmentar". I treu ferro al biaix ideològic de la nostàlgia: "Jo el veig com un fenomen bàsicament pop".

Ceballos, tot i això, insisteix i posa el focus en el desplegament en xarxes socials de TVE, en què

títlla la sèrie d'Antonio Mercero amb el novíssim terme *normcore* —que al·ludeix a la moda del que és trivial—, un gest en el qual Ceballos veu "un biaix irònic", que li roba la ingenuïtat, i per això malícia una tàctica per emascarar la tempesta política que viu la televisió pública, sacsejada per la caiguda d'audiència, el tancament de Teledporte i el relleu en la direcció.

Però si només es pot estranyar el que no hi és, és eloqüent que

aquest *revival* coincideixi amb el desmantellament de mites i tabús de la transició, del paper de Suárez al del rei, passant pel 23-F o ETA —amb Jordi Évole, Borja Cobeaga i Pablo Iglesias vorejant els relators del món cultural i polític que es va edificar als vuitanta—. I ara que fins la Constitució reclama bòtox, la malenconia per aquella felicitat d'estrena no sembla banal sinó potser una incipient contrareforma, un altre indicatiu que un món s'està ensorrant. ●



El tuit perfecte

Executius, polítics i professionals diversos desitjarien anticipar-se al comportament dels usuaris a partir de les dades sobre el funcionament d'un lloc web. Twitter és un dels instruments més temptadors per a aquest conjunt d'actors econòmics i culturals. Però detalls no previstos i imprevisibles de l'individu tenen sempre l'última paraula.

ANÀLISI Josep Lluís Micó

Individus, no màquines

Pàgines vistes o usuaris únics? Seguidors a les xarxes socials o subscriptors a continguts de pagament? Resultats diaris o mensuals? Rècords de visites o mitjanes estables? Els gestors dels portals digitals s'enfronten a abundants interrogants per mesurar i avaluar l'abast i l'eficiència de les seves produccions.

A més, les empreses encarregades d'aquestes tasques, que sovint fan servir criteris diferents i cobreixen àmbits territorials que no són equiparables, han de combatre l'inconvenient que suposa que, per exemple, nombroses capçaleres no acceptin ser auditades.

Doncs bé, l'anàlisi web precisament consisteix a recopilar, valorar i explicar la informació d'internet per potenciar el funcionament d'un lloc. Amb l'objectiu que el material d'una pàgina aparegui en les primeres posicions després d'una recerca en un motor de la xarxa, majoritàriament Google, existeixen disciplines com el *search engine optimization* (SEO) i el *search engine marketing* (SEM), que han contribuït a crear perfils com el *community manager* o el *social media strategist*, entre d'altres.

Executius, polítics i professionals diversos desitjarien anticipar-se al comportament dels usuaris a partir d'aquestes dades. No obstant això, preveure el futur basant-se en el desenvolupament del present no és tan senzill. Ara com ara, Twitter és un dels instruments més temptadors per a aquest conjunt d'actors econòmics i culturals. A continuació, s'ofereix una síntesi dels detalls més rellevants en l'actualitat d'aquest gegant tecnològic.

Així, segons indica l'experta Belle Beth Cooper a la imprescindible pàgina Buffer, dos terços dels tuits en els quals s'esmenten marques provenen de propietaris de dispositius mòbils. Els navegants que accedeixen amb els seus telèfons intel·ligents al servei de microblogging més popular del món tenen un 181% més de probabilitats de fer-ho mentre s'estan desplaçant que quan estan en una espai fix.

Un treball elaborat per TrackMaven amb 1.500 comptes amb més de mil *followers* cada un evidència que els dimarts, dimecres i dijous són les millors jornades per tuitejar i ser retuitejat. Tot i això, el compromís dels consumidors amb les firmes comercials a través de Twitter s'incrementa

Per a un particular, el tuit perfecte s'escriuria un dimarts o un dijous, abans d'anar-se'n al llit, amb menys de 130 caràcters i un enllaç

en un 17% de divendres a diumenge, malgrat que només una de cada cinc organitzacions penja missatges els caps de setmana.

Un altre especialista, Dan Zarrella, ha calculat que aquesta mateixa proporció d'adhesió (17%) és la que aconsegueixen les intervencions amb menys de 100 caràcters. La seva recomanació és que la xifra se situï entre 120 i 130, sempre per sota del màxim fixat (140). I també hi ha nombres concrets sobre la quantitat de *hashtags* o etiquetes: amb un o dos s'aconsegueix un 21% més de fidelitat que amb tres o quatre, afegeix Belle Beth Cooper.

J.L. MICÓ, catedràtic de la Universitat Ramon Llull. Director del Grau en Periodisme, facultat de Comunicació Blanquerna



JOSEP PULIDO

Des del lloc en el qual escriu aquesta analista, el seu col·lega Leo Widrich recorda que, com succeeix amb els *posts* a Facebook, els textos amb imatges són més atractius per a l'audiència de Twitter. En els casos en els quals es dona aquesta circumstància es duplica la taxa de participació. S'arriba a idèntica conclusió en l'estudi de TrackMaven respecte de les fotografies.

Amb un enllaç, la possibilitat d'obtenir un retuit és del 86%. Les opcions de conquerir aquesta recompensa són 23 vegades més altes si l'autor ho demana explícitament amb la paraula *retuit*. Després del sopar, entre les 22 i les 23 hores, el públic és més receptiu a aquests estímuls, com han demostrat igualment en TrackMaven.

Els tècnics de la companyia de l'inquiet Jack Dorsey assenyalen en el seu blog que els denominats "amplificadors", és a dir, que tendeixen a propagar continguts d'altres, són un 122% més proclius a enviar missatges directes que la resta de cibernautes. El principal creixement demogràfic a Twitter s'està donant entre les persones connectades amb edats compreses entre els 55 i els 64 anys, d'acord amb les novetats difoses per The Next Web.

Per a un particular, el tuit perfecte sortit d'aquest laboratori 2.0 seria escrit un dimarts o un dijous, abans d'anar-se'n al llit, i tindria menys de 130 caràcters, una imatge, un enllaç i un parell d'etiquetes. Les empreses, en canvi, s'haurien de concentrar en els caps de setmana, en espera que en el moment de dur a terme algun viatge –per breu o trivial que sigui–, els seus clients els donin un cop d'ull als seus *smartphones*.

Sigui com fos, és obvi que la distància que separa la teoria de la pràctica continuarà estant ocupada per detalls i capricis imprevisibles, perquè ni tan sols en l'entorn virtual els individus no actuen com màquines.

Per sort. ●

LA CLAU J. Pla

Ningú no regala res

La globalització ha aconseguit equilibrar l'expansió comercial de les grans empreses, fent-les tan competitives entre si que amb prou feines poden diferenciar-se de la seva pròpia competència.

Prenghem com a exemple dos grans firmes com H&M i Mango, que desenvolupen les seves estratègies de posicionament al mercat d'una forma tan paral·lela que han arribat a optar per la mateixa *top model* com a imatge de marca: Miranda Kerr. Però aquesta situació de simbiosi en la identitat de marques que competeixen pel mateix *target* comença a veure's desequilibrada per l'anàlisi de dades. Gràcies a les xarxes socials, les apps i les pàgines web

Milers d'usuaris deixen les seves dades a les xarxes wi-fi gratuïtes de diverses cadenes comercials

que visitem amb els nostres *smartphones*, les empreses que vulguin arribar a nosaltres com a consumidors simplement han de seguir el nostre rastre digital.

Starbucks, tutelada per l'empresa de telecomunicacions AT&T, és una de les marques que més està apostant per l'anàlisi. El primer que fan molts turistes en arribar a Nova York és buscar una d'aquestes cafeteries, i no pel seu frappuccino, sinó per la seva wi-fi gratuïta, ràpida i sempre disponible. Llavors, després d'entrar en el servei d'AT&T, l'usuari de Starbucks, a més de consultar els seus assumptes personals, possiblement s'interessa per la següent destinació en la seva ruta, ja sigui a través d'un cerador, localitzant el camí més ràpid amb Google Maps, quedant amb els seus amics via WhatsApp... En arribar a la seva destinació, curiosament troba esperant-lo un altre Starbucks, al qual tornarà després de dur a terme la seva visita turística per consultar la seva següent destinació. A més, com que no hi ha dos sense tres, en la seva tercera parada veurà un altre local d'aquesta franquícia. I així successivament, durant tot el seu viatge. Massa coincidències, no els sembla?

Tenint en compte el cost del metre quadrat del sòl a Nova York, Starbucks no pot permetre's el luxe d'obrir cafeteries sense tenir assegurat el trànsit de potencials consumidors. Com ho aconsegueix? Simplement analitzant les dades que els milers de clients deixen a les seves xarxes wi-fi gratuïtes.

Qui creuen que s'assabenta abans de les noves atraccions turístiques o de les propostes locals que es posen de moda a la ciutat? Els avanço que no és cap guia de viatges, sinó AT&T, que possiblement aprofiti tota aquesta informació perquè altres marques situïn allà els seus punts de venda o, en el seu defecte, un gran anunci que remeti al seu establiment més proper. ●

J. PLA, consultor de màrqueting en línia i comunicació

PER SABER-NE MÉS

LLIBRES

Likeable social media. Dave Kerpen, Theresa Braun i Valerie Pritchard. McGraw-Hill, Nova York, 2013.

The tao of Twitter. Mark W. Schaefer, McGraw-Hill, Nova York, 2012.

Content rules. Ann Hanley i C. C. Chapman. John Wiley & Sons, Hoboken (Nova Jersey), 2012.

Likeable social media. Dave Kerpen. McGraw-Hill, Nova York, 2011.

Anàlisi Web 2.0. Kaulshik. Gestió 2000, Barcelona, 2010.

WEBS

<https://blog.twitter.com/> Twitter Blog

<http://thenextweb.com/> The Next Web

<http://blog.bufferapp.com/> Buffer

<http://danzarrella.com/> Dan Zarrella: The Social Media Scientist

Participeu amb la vostra opinió a www.lavanguardia.cat



AUDIENCIA Y RENTABILIDAD

En un campeonato marcado por las prórrogas y los penaltis, Tele5 no podía dar anuncios en esos momentos de gran expectación porque lo prohíbe la Fifa

El Mundial lanza al palo el penalti de la publicidad

RAÚL PIÑA / Madrid

El prematuro e inesperado descenso de España en el Mundial de Brasil mandó al palo las previsiones publicitarias. La selección es el principal reclamo, tanto de audiencia como de inversión. Pero el campeonato, sin los de Del Bosque, es un evento menos rentable. «No es nada descabellado suponer que se ha perdido como mínimo un 30% de inversión por la rápida eliminación de España, pues aunque había anunciantes con los paquetes e inversiones ya cerrados e inamovibles, siempre hay quien se va subiendo al carro a medida que van avanzando las fases», explica Víctor Juárez, director de Compra de TV de la agencia PHD.

«Económicamente no es una tragedia. Antes de que empezara el Mundial creíamos que iba a ser muy rentable, y tras la eliminación de la selección española pasa a ser rentable. Vamos a ingresar menos, pero en ningún caso se va a perder dinero», dijo Paolo Vasilé, consejero delegado de Mediaset España (Telecinco/Cuatro). A falta del cierre de datos, en el mercado publicitario explican que el Mundial -cuyo coste se estima en unos 30 millones por 25 partidos que ha ofrecido Mediaset- «puede salir lo comido por lo servido, pero, claro, habría que sumar los gastos imputables a producción». Se habla de *break even*, pero la producción sería imputable a pérdidas.

«Es lógico pensar que la eliminación de España tenga cierta incidencia. Pero creemos que, si contabilizamos la incidencia del Mundial en la audiencia global de la cadena, ha podido ser una competición rentable», afirma José Luis Arroyo, director general de Opera (unidad de compras de OmnicomMediaGroup).

Mediaset hizo una comercialización blindada del Mundial a la gran mayoría de anunciantes, que cerraron paquetes de inversión al comienzo. Ello ha impedido una fuga masiva. Donde sí se han resentido los ingresos ha sido en la comercialización partido a partido, donde, por ejemplo, los anunciantes vinculados con la selección se han caído. Las fuentes consultadas cifran en 70.000 euros un spot en un partido de España,

frente a los 30.000 en partidos de otras selecciones en la fase de clasificación -podía variar si era *prime time* o tarde, y entre 50.000 y 68.000 euros en la semifinal y la final-. Por comparar, si España hubiera llegado a la final, un spot de 20 segundos podría costar unos 200.000 euros.

En todo caso, la audiencia se sobrepuso a la caída de España. A falta de la final, la media de la cita en Mediaset es de un 38% de cuota de pantalla y 5,3 millones de espectadores, cuatro puntos por debajo de Sudáfrica. «Estamos satisfechos. El primer impacto de España nos sorprendió. La primera reacción fue ver dónde jugábamos el Mundial, en qué franjas y con quién. Apostamos por Brasil o Argentina, el *prime time* y Telecinco», desgrana Patricia Marco, directora de antena de Mediaset.

«El Mundial es una buena inversión. Valoras lo que tienes, lo que vas a recibir y lo que no recibirías si se emitiera en otro canal», añade la directiva. Telecinco ha recibido una gran inyección de audiencia, gracias a las prórrogas y los penaltis vividos. Sin embargo, este hecho ha provocado un efecto perverso: audiencias millonarias que no se podían rentabilizar.

La Fifa, según ha podido saber este diario, impedía emitir publicidad en la prórroga y los penaltis. «La Fifa protege el producto en el momento de mayor emoción e impide cortes», señalan fuentes conocedoras del acuerdo. Así, por ejemplo, la prórroga entre Holanda y Argentina la vieron 8,3 millones y 9,8 los penaltis. Pero entre las 23.49 horas y las 00.45 horas, lo que va del final de los 90 minutos a la victoria de Argentina en penaltis, Telecinco no puso anuncios. Es decir, no pudo traducir es ingresos esa expectación: no se factura.

Las fuentes consultadas explican que Telecinco ha estudiado las interpretaciones legales que cabía hacer para intentar meter publicidad. Así, en el Holanda-Argentina emitió dos spots nada más terminar el partido, circunstancia que en las anteriores

Maxi Rodríguez, tras lanzar un penalti ante Holanda, en un partido de Telecinco. / AFP



70.000 euros valía un 'spot' en un partido de España; 30.000 en los demás

prórrogas y penaltis no había realizado. En el mercado publicitario se habla de un «efecto perverso»: no ingresas dinero por publicidad y dejas de ingresar el que tenías contratado por el programa que iba en ese horario y que no se emite. Por esos dos spots entre los 90 minutos y la prórroga, Telecinco podría haber ingresado unos 100.000 euros, frente a los 300.000 de un corte publicitario normal en esa franja. Además, al ser un hecho imprevisto, la publicidad no se puede contratar con antelación.



Egobloguers: desprestigiats o envejats?

Estan convidats a totes les festes i desfilades, però són objecte de burla a les xarxes

ALEXANDRA SERRET
BARCELONA

Amb un repertori tan infinit com a vegades estrambòtic de posats davant la càmera, els bloguers de moda van a les festes del moment, els paguen hotels, els regalen roba, tenen una gran vida social, els segueixen milers de persones a les xarxes socials, i sempre surten impecables a les fotos que pugen al seu perfil d'Instagram. Però, ara mateix, són carnassa de les crítiques i els comentaris més irònics a les xarxes socials. El fenomen dels egobloguers va esclatar fa uns set anys, quan nois d'uns vint anys, apassionats del món de la moda, pujaven al seu blog fotos amb el seus looks diaris. "Han arribat per mostrar la moda d'una forma més personal, atrevida i pròxima i la seva naturalitat és el que ens ha cap-

titivat", comenta Carmen Santos, professional integral de màrqueting *online* i periodista de PuroMarketing. Les firmes se'n rifen perquè surtin a les fotos dels seus posts amb alguna peça de roba seva. I els més consolidats poden arribar a cobrar de 500 a 1.000 euros, o més, per anar a una festa. La polèmica està servida. A molts professionals del món de la moda i la comunicació els costa digerir l'èxit d'aquests nous líders d'opinió. ¿Enveja o crítica constructiva? "La negativa a considerar una egobloguera com una professional de la moda es deu a la manera en què han irromput en aquest món, sense permís, trencant tots els esquemes, i han aconseguit situar-se com *influencers* en el sector, arrossegant fidels seguidors que es prenen al peu de la lletra totes les seves recomanacions. El seu poder és tan gran que marques i revistes de moda les persegueixen. ¿Se'n pot tenir certa enveja, oi?", apunta Carmen Santos.



Sol·licitats
Un bloguer consolidat pot cobrar 1.000 euros o més per anar a una festa

Influents
L'egobloguer té seguidors fidels que fan cas de tots els seus consells

Els efectes de la saturació

"He anat a festes en què l'egobloguera de torn estava avorridíssima i quan li ha arribat el moment de fer-se les fotos s'ha posat a saltar i riure com una boja", explica la periodista catalana Raquel Córcoles, coneguda per signar les tires còmiques de Moderna de Pueblo. "Quan veus de prop tot aquest món, el desmitífiques -afegeix Córcoles-. Vaig fer un viatge entre egoblogueres de moda i només els faltava cantar *I'm a material girl*. Fins a aquell dia no sabia que es podia parlar de roba i de complements 24 hores al dia".

I és que davant de la massificació dels blogs de moda, s'està produint tot una resposta antibloguera a les xarxes socials, on es poden trobar els comentaris més sarcàstics respecte a aquesta figura. A YouTube hi ha penjades diferents paròdies com la titulada *It girl*, d'Oriol Puig Playà, o el compte d'Instagram @YouDidNotEatThat, obert fa poc, que amb més de 118.000 *followers* es mofa dels egobloguers que

La primera agència per a egobloguers

Amb seu a Madrid, Okiko Talents va ser la primera agència de representar egobloguers. Quan van néixer només hi havia agències de models tradicionals i l'univers bloguer llavors es percebia "com una cosa passatgera amb un punt d'intrusisme", explica Beatriz Portela, CEO i *founder* de Okiko Talents. "Com a agència, nosaltres ens encarreguem de gestionar el talent. Connectem les marques amb els bloguers, que són autèntics *influencers* que tenen el poder de crear i d'inspirar" diu Portela. Però qui fitxa a qui? "Nosaltres tenim molt clar el perfil de bloguer que ens interessa i quan en descobrim un hi contactem. Altres vegades també ha sigut a l'inrevés, i si veiem que encaixa amb el perfil Okiko nosaltres estem encantats de representar-lo".



posen a les fotos envoltats de *cupcakes*, batuts ensucrats, gelats i donuts de coloraines. També es va publicar el llibre *2013*, de Honolulu Books, escrit per Lucía Muñoz Molina, que fa una crítica àcida a aquest fenomen. En el llibre l'autora escriu com si fos una mestra en un centre de reeducació per a egobloguers, i s'hi poden llegir crítiques a aquest fenomen: "A mi el que m'agradaria ser és, què coi, una egobloguera de moda. No penseu que envejo els seus drapets o les festes barates. El que realment em fa fascina és que tenen la caps de dotze pintures incrustada a consciència a la closca. Si no, no m'explico com el dia en què el govern d'Espanya va anunciar una retallada de 10.000 milions d'euros en educació i sanitat vosaltres estiguéssiu comentant que emocionant que era el fitxatge de Ralf Gibbons com a director creatiu de la firma d'alta costura Prior".

Noemí Merino, publicista i autora del blog *Quiero ir de compras*, opina que "les egoblogueres comencen com-

partint els seus looks i acaben compartint tots els aspectes de la seva vida privada: n'hi ha que han arribat a difondre comunicats sobre les seves separacions amoroses". El punt narcisista d'aquest tipus de blogs és una arma de doble tall. Carmen Santos, en un article sobre el narcisisme a les xarxes socials, parla de la trampa de l'ego i al·ludeix a una frase de John Boldoni que diu: "No passa res si la gent es pensa que ets Déu, el problema arriba quan comences a creure-t'ho".

"Nosaltres anem a festes, de viatge, ens deixen o ofereixen roba... Això és el que només veuen els *haters*. El nombre de tuïts, fotos pujades a Instagram i les actualitzacions a Facebook pujades abans, durant i després de la festa, així com les hores dedicades a escriure un text i triar les fotos per al post, que, a vegades, preparem fins a la matina da... Sembla que no ho veuen, o no volen veure-ho", opina Arturo Gil, periodista, relacions públiques i egobloguer (@ArthurGilBordes).

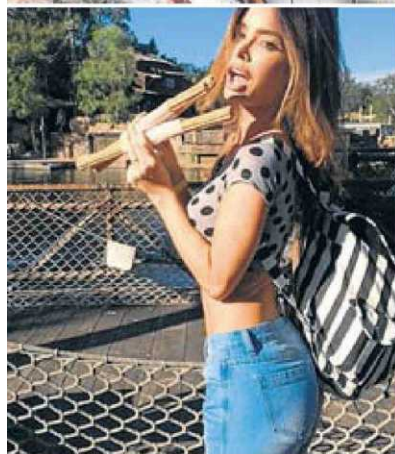
Potser és fàcil criticar un fenomen



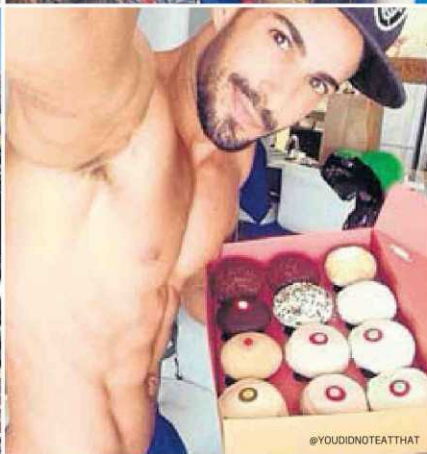
@COMPARTES



@NEGIN_MIRSALEHI



@SARAHSTAGE



@YOUIDNOTEATTAT

englobat en un món que ja de bon començament és titllat de superficial? ¿O realment estem davant d'un nou ofici que cal professionalitzar? ¿Ja està realment massificat aquest mercat? "Als Estats Units ens porten 10 anys d'avantatge, està regularitzat i professionalitzat; per tant, si comptem tot el

camí que ens queda per recórrer fins a arribar a aquest punt, no és tard per fer un blog de moda", assegura Isabel Leyva, consultora de màrqueting online i autora del blog *Mamá, quiero ser blogger*.

Per altres, com la periodista de moda Clara Guzmán, autora del blog *Te-*

El compte d'Instagram @YouDidNotEatThat recull fotografies sobre el postureig dels egobloguers

la de moda, "arribarà un moment en què aquesta bombolla explotarà, perquè s'ha sobredimensionat, i quedaran realment els que compleixin les expectatives del consumidor". D'altra banda, Maria Cadepe, directora de la revista de moda *KOH Magazine* i, des de fa poc, *youtuber*, sentència que "tot-hom té dret a obrir un blog, però no crec que tothom tingui el dret de qualificar-se com a bloguer de moda".

Egobloguers sense nòmina

Les arenes movedisses per als egobloguers les trobem en el terreny de la publicitat, la seva principal font d'ingressos. Els més crítics no veuen amb bons ulls que les marques i les firmes de moda els paguin per portar la seva novalúnia d'ulleres de sol o que recomanin una nova màscara de pestanyes al seu blog assegurant que és la millor que han provat en la seva vida. "Són tanques publicitàries humanes, que igual que et venen la seva falsa vida idíl·lica t'anuncien tots els productes que els regalen i et colen en cada foto les marques que els patrocinen", opina Córcoles, i afegeix: "És difícil prendre't ho bé perquè representen un ideal de vida que tots voldríem (tot gratis!), però aconseguir per mitjans que a molts no ens semblen dignes. Fa la impressió que és més fàcil guanyar-te la vida fent-te passar per estúpida que treballant de valent".

Molts asseguren que ja no existeixen les recomanacions sinceres. Maria Cadepe explica: "Tinc moltes amigues i conegudes egoblogueres que arriben a mentir amb les seves visites per aconseguir publicitat... Les noves seguidores de moda (les més jovenetes) es pensen que es pot arribar a viure de fer-se tres fotos amb bolsos cars sense importar com escris, i es creuen que una bloguera porta molt una marca perquè li encanta, i és simplement perquè li paguen".

"Si la publicitat en revistes i en webs es paga, per què no a un bloguer? -de-

fensa Arturo Gil-. Els bloguers hem de ser conscients, i hi hem de ser conseqüents, que hem decidit obrir una porta d'intimitat que abans estava tancada i convertir la majoria del nostre *life style* i la nostra feina en una cosa pública. Des d'aquest moment, hem d'estar preparats per sentir de tot!"

El que és evident és que els blogs s'han convertit en un altre mitjà de comunicació que està canviant les regles del joc. "Algú va dir a les firmes que regalant una samarreta o una *cupcake* les blogueres ja en tenien prou, però no, també han de pagar factures i omplir la nevera com qualsevol altre mortal. Han d'entendre que si busquen difusió no poden aconseguir-ho gratis. Si els mitjans tradicionals cobren per la inserció d'anuncis, els blogs també", argumenta Isabel Leyva.

Sens dubte, la consolidació d'aquest nou perfil de comunicador genera molts recels, i la controvèrsia sobre si els bloguers prenen la feina als periodistes és un tema candent. Arturo Gil comenta: "Jo sóc periodista i he sentit comentaris de tot tipus cap als bloguers: que quies creien que eren perses a la primera fila d'una

desfilada (i jo pensava: ells no, la marca els ha col·locat allà), que per què a aquella i a l'altra els regalaven aquell bolso (jo pensava: si l'hi han regalat és perquè la marca ho ha decidit). La resposta sempre és la marca". Les estratègies de comunicació i de màrqueting es redissenen, assegura Gil: "Abans de l'arribada de les noves generacions i les tecnologies, la premsa de moda i bellesa tenia uns privilegis (supermerescuts) i ara els han de compartir amb nosaltres, els que hem decidit moure'ns en comptes de quedar caducats, i sembla que en aquells temps no els feia gaire gràcia". I conclou: "Ara, al cap d'uns anys, molts tenen blog, perfil a Instagram per pujar-hi fotos amb actitud bloguera, són superactius a Twitter... Mai diguis d'aquesta aigua no en beuré".

Ingressos
La publicitat és la principal font d'ingressos dels egobloguers, que vesteixen marques a petició



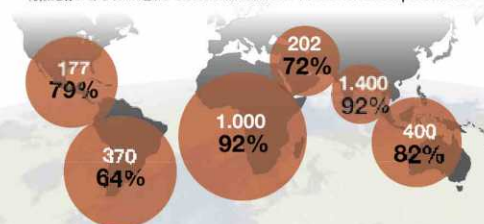
EL PROYECTO 03B, INTERNET ACCESSIBLE ARREU DEL MÓN

Està en marxa el sistema perquè internet pugui arribar a zones del planeta on el cablejat és molt difícil

- SATÈL·LIT
- CONTROL REGIONAL
- TERMINAL DE RECEPCIÓ

3.000 MILIONS DE PERSONES SENSE INTERNET

Milions d'individus sense internet i % de la seva població



Zones amb accés a internet per cable

Gran part de l'hemisferi nord té repartida fibra òptica per a l'accés a internet. Dóna servei a

2.000 milions de persones



1 VUIT SATÈL·LITS COBREIXEN LA ZONA

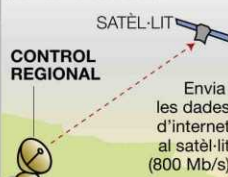
Viatgen per l'òrbita situada damunt de l'equador, a una distància més petita de l'habitual

SATÈL·LIT DE 03b (MÒBIL)



2 CENTRE REGIONAL

Vuit centres repartits per les zones a cobrir



3 TERMINAL

Rebran el senyal d'Internet i la podran difondre



Accés a internet via satèl·lit

Una cobertura de 12 satèl·lits el 2015 farà possible que internet arribi a

3.000 milions de persones

Font: 03b

INFOGRAFIA: RAMON CURTÓ

TECNOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ

Vuit satèl·lits connecten tot el món amb internet

► El projecte multimèdia Ob3 portarà la xarxa a 3.000 milions de persones

MANUEL DE LUNA
BARCELONA

Amb tan sols vuit petits satèl·lits i l'última tecnologia, més de 3.000 milions de persones del tercer món, que fins ara vivien d'esquena a internet, podran connectar-se a la xarxa de xarxes i a tota la revolució social, econòmica i cultural que aquest món virtual comporta. Aquesta és la base d'Ob3, un macroprojecte internacional liderat per grans empreses de la comunicació –com la mateixa Google i SES– que ja és una realitat. Dijous passat es van llançar amb èxit des de la Guaiana quatre satèl·lits de nova generació que permetran, juntament amb els primers quatre que es van llançar fa un any, connectar tot el món amb internet. I a temps real. És a dir, un habitant del Sudan podrà veure un vídeo de Youtube, o connectar-se per Skype, sense talls ni demores, igual que des de Barcelona.

Ob3 és la contracció d'Other 3 billion (3 mil milions més), que resumeix la idea que va tenir el 2007 Greg Wyler, especialista en xarxes mòbils 3G que en aquella època estava desesperat davant les dificultats que tenia per desenvolupar aquesta tecnologia a Ruanda: desplegar la fibra òptica en aquella zona de l'Àfrica era, a més de car, perillós. I com a Ruanda, en centenars de països del tercer món. Així, Wyler va plantejar la possibilitat que una xarxa de petits satèl·lits fes, des del cel, la funció que la fibra òptica fa a terra.

Un cop fets els primers comptes, no hi havia color: són molts milions de quilòmetres de fibra òptica que s'estalvien amb tan sols 12 petits satèl·lits (d'uns 650 quilos cada un), situats a baixa altura (uns 8.000 quilòmetres d'altitud) i amb les últimes tecnologies de comunicació, que permeten taxes de velocitat comparables a la mateixa fibra òptica. I amb només vuit satèl·lits

es pot cobrir, gairebé instantàniament i sense pèrdua de senyal, una àrea que comprèn tota l'Àfrica, gran part de l'Amèrica Llatina, el Pròxim Orient, l'Àsia, Sud d'Àsia, Austràlia i Oceania. És a dir, tots els mercats emergents amb mala –o nul·la– connexió a internet.

Google i SES lideren aquesta idea, un negoci en què guanyen els inversors i també els països emergents

A més a més, les característiques d'aquests satèl·lits permeten rebaixar els costos de connexió de proveïdors del 30% al 50%.

Un bon negoci per a inversors. I també per als centenars de països emergents que podran accedir, a

un preu assequible i sense faraòniques infraestructures, al futur. I així ho van veure empreses punteres del sector, com Google, SES (líder mundial de satèl·lits), HSBC i Liberty Global, que van reunir un capital inicial (1.200 milions de dòlars) per llançar un projecte que ja vola.

El Brasil, Malàisia, el Sudan i la Xina (amb immenses zones rurals desconectades) són alguns dels països que ja han contractat els serveis d'Ob3 Network, empresa que encara no ha posat en òrbita tot el seu potencial. «Al llarg del 2015 es posaran en òrbita quatre satèl·lits més, però amb els vuit que ja hi ha ara ja es pot cobrir tota la Terra», explica Luis Sahún, director general de SES a Espanya, que ressalta tant la capacitat d'innovació de la seva empresa, com també la «revolució» que significa entrar en la societat de la informació per a països com Burkina Faso. «El projecte pot propiciar un nou món», sentència.

CARTAS DE UN ARPONERO INGENUO



PEDRO J. RAMÍREZ

El bueno de Jean Paul Iglesias

Me rindo: yo también opinaré hoy sobre Podemos.

Y es que no puedo dejar de darme por aludido cuando en el revelador pasaje de su libro en el que reclama «mecanismos de control público» en los medios de comunicación, Pablo Iglesias invoca, para echar su cuarto a espadas, lo que «ha pasado recientemente en un periódico de tirada nacional» y lo que «el ex director ha reconocido o sugerido».

Y no puedo dejar de hacerlo cuando precisamente mañana se cumple un año de la portada que en cualquier democracia hubiera puesto fin a la presidencia de Rajoy (aquel «Luis, lo entiendo. Sé fuerte. Mañana te llamaré» teleado desde la Moncloa a las 48 horas de que se descubriera el botín de Bárcenas en Suiza) y en la España partitocrática lo único que desencadenó fue mi propia destitución.

Debo reconocer además que mi diagnóstico de lo sucedido –y de lo que puede suceder– con el que inauguré el curso de El Escorial dedicado a los 25 años de nuestro periódico corrobora algunas de las premisas del líder de Podemos. Por ejemplo que «la gestión de la información no puede depender únicamente de hombres de negocios y de su voluntad por permitir la libertad de expresión». Por ejemplo que «si el derecho a la información es un derecho democrático, la concentración de la propiedad es incompatible con ese derecho». O por ejemplo que «si todos los medios están en manos de la Coca-Cola –o de una teleco vía convenios publicitarios o de un banco que entra en el accionariado de un grupo y coloca al presidente del otro– es difícil que se hable de si hay una mosca muerta dentro de una botella».

No son elucubraciones teóricas sino explicaciones del por qué en España se vive un retroceso palmario del pluralismo periodístico y por ende del derecho a la información de los ciudadanos. El último invento diseñado en los despachos del poder es lo que yo llamo el *modelo Hong Kong* o sea la absorción de un medio con vocación de independencia por un gran conglomerado como la República Popular China bajo la tranquilizante premisa del «one country, two systems». Se alega que eso es lo que ya funciona en la televisión tras haberse zampado Lara y Berlusconi a la Sexta y la Cuatro; pero mientras en la pequeña pantalla domina el entretenimiento y el zapeo –nadie se identifica con una cadena– todo periódico tiene detrás un proyecto in-

telectual que requiere armonía entre la propiedad y la redacción. Sólo un férreo blindaje de la autonomía del absorbido podría paliar el daño a sus lectores y aun así ya vemos cuán vertiginosa está siendo la erosión de las libertades en la antigua colonia británica.

Es verdad que la legislación antitrust es parte de la panoplia de opciones –o más bien de obligaciones– de todo Estado democrático y de hecho ni las autoridades de la Competencia ni los gobiernos de Zapatero y Rajoy debieron haber aceptado el establecimiento del actual duopolio televisivo. Pero tampoco puede soslayarse que la crisis del sector, agravada por el inmovilismo de muchos de sus protagonistas, ha constreñido sus márgenes de rentabilidad y por lo tanto de subsistencia.

Es innegable que Pablo Iglesias hace un buen diagnóstico de la enfermedad pero, como le ocurre con los demás problemas cruciales de España, a continuación prescribe el más contraproducente de los remedios. Las restricciones a la libertad se corrigen con más libertad, las insuficiencias del mercado con más y mejor mercado. Su propuesta de introducir «mecanismos de control público» para obligar a los «medios privados» a comportarse con criterios de «utilidad social» siempre se ha traducido en una escalada represiva que hubiera implicado, en un caso como el mío, que no sólo hubiera sido destituido sino que habría tenido que optar entre la cárcel y el exilio.

No puedo por menos que evocar la tensa entrevista que mantuve

«Las restricciones se corrigen con más libertad y más y mejor mercado»

con su idolatrado Hugo Chávez como portavoz de una misión de la Asociación Mundial de Periódicos que viajó a Caracas para protestar por el acoso gubernamental a la prensa. El comandante, que nos hizo esperar casi una hora con la excusa de que venía de «rotar» («Ah, ¿le gusta a usted montar, señor presidente?»). «No, el caballo soy yo...», no vaciló en dar la vuelta a nuestras denuncias contra las turbas bolivarianas y presentarse como víctima:

– ¿Ven este vaso de agua? Pues comparar el comportamiento amo-

ral y violento de pequeños grupos que yo condeno con el a-tro-pe-llo (lo dijo así, con tres *paradinhas*) de gran parte de los medios contra el pueblo de Venezuela, es como comparar este vaso con todo el inmenso mar Caribe.

Claro, el «pueblo» era él:

– Yo amo a ese pueblo y soy capaz de morir por él. Y ese pueblo me ama y es capaz de morir por mí.

Enseguida hizo la misma distinción que hace ahora Pablo Iglesias:

– La culpa no es del camarógrafo, la culpa no es del periodista, la culpa es de los dueños de los medios.

Recuerdo muy bien que los dos *casus belli* de la discusión, antes de que nos echara de su despacho con cajas destempladas, fueron sus acusaciones contra Globovisión («A mí me estaban dando un golpe de Estado y ellos sólo emitían comiquitas. ¡Sí, películas cómicas!») y mi empeño por defender a *El Universal*:

– Con todo respeto, es inaceptable que usted diga en la televisión que los columnistas de *El Universal* son enemigos del pueblo y que su editor Andrés Mata no parece venezolano y habla como Tarzán...

– Ese es un asunto interno venezolano y ustedes no tienen derecho a intervenir.

La sintonía en la manera de entender la libertad de prensa entre el líder de Podemos y su mentor espiritual no tendría demasiada trascendencia si no fuera porque una década después tanto Globovisión como *El Universal* han caído en garras del chavismo y a la primera de cambio Iglesias ya trata de empitonar a Esperanza Aguirre y Eduardo Inda en los tribunales por haberle cantado algunas verdades.

Sólo si le toca en suerte un juez del estilo del ponente de la absolución de los vándalos que bloquearon el Parlamento catalán, con su misma tirría hacia los «medios de comunicación privados», conseguirá ponerles en apuros; pero mucho más preocupante es el fondo del asunto, es decir la similar condescendencia del chavismo y los fundadores de Podemos en relación al terrorismo etarra. Mientras Venezuela sigue siendo un santuario para De Juana y otros carniceros similares, Pablo Iglesias ha puesto hace unos días el énfasis en las «explicaciones políticas» de la «violencia» de ETA. Es cierto que luego ha aclarado que «explicar» algo no significa justificarlo pero dos de sus intervenciones anteriores

Sigue en **página 26**



RICARDO



Viene de **página 25**

permiten interpretarle.

Me refiero por un lado a la famosa charla de la *herriko taberna* en la que tras denunciar que nuestra Constitución supone la continuidad del franquismo e impide «ejercer determinados derechos» añade: «Me gusta contar esto aquí porque quien se dio cuenta desde el principio fue la izquierda vasca y ETA». Y por el otro al vídeo en el que elogia la guillotina con palabras de Robespierre: «Castigar a los opresores es clemencia, perdonarles es barbarie». O sea que si alguien se arroga la capacidad de identificar a esos «opresores» —como los jacobinos durante el Terror o ETA durante su medio siglo de actividad— tiene barra libre. Como dice Monedero «la lucha armada va a ser leída en función de a quien mates».

Por eso Marat predicaba de forma explícita que había que «apuñalar», «empalar», «colgar» «quemar» y «degollar» a los «enemigos del pueblo». Sin embargo en ese vídeo Pablo Iglesias habla del «bueno de Jean Paul Marat» como si se tratara de Juan XXIII, la Madre Teresa de Calcuta o el Peter Sellers de *Bienvenido mister Chance*. Tengo tres mil libros sobre la Revolución —el que yo he escrito se va a publicar este otoño en Francia— y no ignoro que hasta Marat cuenta con partidarios pero desde luego es la primera vez que oigo a alguien llamarle «bueno».

Al comienzo de la Revolución «el bueno de Jean Paul Marat» sostenía que para evitar que corrieran «los ríos de sangre» era preciso verter «algunas gotas». Pero mientras en 1789 creía que bastarían «quinientas o seiscientas cabezas», en 1790 ya reclamaba «diez mil», en 1791 pedía colgar a todos los diputados, en 1792 se regodeaba en lo «maravilloso» que sería que los «patriotas» cortarían «cien mil cuellos» y en 1793, poco antes de que Carlota Corday irrumpiera en su bañera, estimaba necesario que hubiera «quinientas o seiscientas mil» víctimas.

Es verdad, como alega Pablo Iglesias, que la Revolución Francesa alumbró la modernidad política y la democracia representativa pero también el totalitarismo y el terrorismo del siglo XX. ¿Son disociables los «sueños de la razón» de los «monstruos» que a menudo generan? Mientras los liberales creemos

que sí, los fanáticos de uno u otro signo han encontrado siempre su coartada en esa ecuación.

Aunque él preferiría verse equiparado al atildado, virtuoso e incorruptible Robespierre —«¿Dónde va ese cura siempre rodeado de mujeres?», se preguntaba Condorcet— la irrupción del líder de Podemos en la política española recuerda a un célebre grabado de la época en el que se ve a Marat emergiendo del sótano en el que se escondía para recoger el candil providencial que le tiende Diógenes. La catacumba de la que Pablo Iglesias ha surgido para tomar el testigo luminoso que el caudillo bolivariano parece haberle entregado desde el más allá es el piélago de miseria y desesperación engendrado por la incompetencia, corrupción y egoísmo de esa «casta» endogámica que es en efecto, y con pocas excepciones, nuestra clase política. Quienes acuñaron el término fueron los periodistas italianos Antonio Stella y Giuseppe Rizzo y EL MUNDO quien les premió en España cuando apareció su libro.



La irrupción de Iglesias recuerda al grabado de Marat recogiendo el candil de Diógenes

Robespierre se la cortó por aquello que tanto le gusta a Pablo Iglesias de que «el perdón es barbarie», alegaba que el radicalismo macabro de Marat era el mejor aliado de los enemigos de la Revolución.

Y si a alguien le pareció exagerado que el domingo pasado concluyera endosando al PP el nuevo lema electoral de «In Fear We Trust» que se pregunte por qué la Escuela de Verano del partido gubernamental se ha transformado esta semana en un seminario sobre los peligros de Podemos. La respuesta está en la página 186 del muy recomendable instant-book *Deconstruyendo a Pablo Iglesias*: «Podemos es lo mejor que nos podía ocurrir», le dice a John Muller un arriolista —perdón, «analista»— de Génova 13.

 Siga a Pedro J. Ramírez en:
twitter.com/pedroj_ramirez
 E-mail: pedro.j.ramirez@elmundo.es

¿Cuál será el recorrido de Podemos? Sin duda que a corto plazo ascendente pero, a juzgar por la facilidad con que su líder se está metiendo en todos los charcos y va dejando un rastro delator del barrizal de sus querencias, todo sugiere que pronto terminará apuntalando lo que dice combatir. Por algo Camille Desmoulins, una de las cabezas más lúcidas del momento hasta que su padrino de boda



La televisión también es para el verano

Los dispositivos móviles y las tabletas no desbancan al medio tradicional aunque conviven con él

G. Granda -Madrid

A la hora de hacer la maleta para irse de vacaciones, los dispositivos móviles se han convertido en un elemento tan indispensable como la sombrilla o la crema solar. Así, el 90% de los españoles que salen de viaje se llevan consigo su smartphone o tableta. En los últimos años hemos asistido a un cambio que ha devenido en una alteración del consumo de contenidos de información y entretenimiento durante la época estival. En 2013 un estudio de AIMC (Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación) entre internautas durante los tres meses –de junio a agosto– matiza que tanto los que se quedan en casa como los que viajan por España o al extranjero aumenta aunque levemente la conexión. Esto nos da una idea de cómo han ido evolucionando nuestros hábitos hasta conformar un nuevo perfil de espectador veraneante.

Mientras permanecemos dentro de nuestras fronteras para las vacaciones, consumimos los medios tradicionales, pero en el momento de salir al extranjero Internet se convierte en la estrella para consultar la información. Un 47% de los que viajan fuera de España accedió a los periódicos a través de la red. En los viajes por nuestro país el 90% se conecta en algún momento. Pero con la proliferación de dispositivos móviles, el espectador ha convertido su consumo en una experiencia

multitarea. En España, un estudio de marzo realizado por la MMA destaca que el 46% de los españoles recurre a la tableta mientras ve la televisión, con lo que ningún medio supera aún el consumo global de la pequeña pantalla y el vídeo on-line se convierte más en un complemento que en un sustituto. Según la segunda oleada de EGM, internet supera por primera vez la barrera del 60% de acceso promedio diario alcanzando el 60,4%.

Este fenómeno viene dado por el auge del consumo de vídeo bajo demanda, se-

CONECTADOS En los viajes por España un 90% se conecta en algún momento

gún un estudio de la consultora Nielsen («More of What We Want», Más de lo que queremos), el 60% de los hogares estadounidenses ya dispone de servicio de suscripción a alguna plataforma de vídeo bajo demanda y el 41%, a algún servicio de suscripción. Alejados de los ordenadores de sobremesa, la disponibilidad de tabletas en los hogares americanos ha pasado en un año de 23 millones de unidades a más de 37. Así, y con conexión a internet, el espectador puede ver los estrenos gracias a que las cadenas publican sus contenidos de

ficción en soportes de la red y el público puede consumirlos en el momento que mejor le convenga. No será extraño así ver a personas disfrutando de su serie favorita tumbadas en la hamaca a la sombra.

Según un informe de Accenture de 2013 el 69% de los consumidores estaría dispuesto a abonarse a una suscripción mensual para ver películas y series. También el perfil del espectador maratoniano (aquel que quiere consumir episodios de series sin pausa) viene dado por el auge del streaming, que en EE UU en 2013 superó los mil millones de dólares de ganancias y que beneficia a las tres grandes plataformas: Amazon, Netflix y Hulu Plus.





Sin cuentas fantasma en Twitter

DEFENSOR DEL LECTOR. El diario no mantiene perfiles falsos en las redes sociales para distribuir sus noticias; son cuentas automatizadas creadas por terceros para el mercado de seguidores

**TOMÀS
DELCLÓS**



¿Usa este diario cuentas falsas en las redes sociales, por ejemplo en Twitter, para promocionar sus noticias? Un lector, Javier Carriba, planteó la cuestión al comprobar que varios perfiles compartían de forma inmediata noticias recién publicadas.

"Os escribo", decía en un mensaje, "porque mirando Twitter he visto por casualidad que siete perfiles han compartido una misma noticia de EL PAÍS a la vez. Me ha parecido bastante extraño. Al en-

trar en cada uno de ellos he comprobado que, en varios, la segunda noticia también coincidía. Por ello, he seguido mirando, llegando rápidamente a la conclusión de que son perfiles falsos que únicamente se dedican a compartir noticias de EL PAÍS".

La respuesta a esta razonable sospecha es: rotundamente no. ¿Entonces, a qué se debe esta actividad automatizada de tuits? Lo he consultado con la responsable de Redes Sociales, Guiomar del Ser.

"La creciente presencia en las redes de compañías y celebridades ha estado acompañada de la también creciente necesidad de acreditar influencia y visibilidad. El contador más inmediato de estas aspiraciones, el número de seguidores

que exhibe todo usuario en su perfil, es un exponente de valor que (como otros) puede trucarse. Las cuentas fantasma de Twitter son uno de los instrumentos más visibles de estas prácticas. Forman parte del mercado artificial de seguidores que muchas empresas explotan como servicio a marcas y particulares en busca de relevancia en esta red social".

Como explica Del Ser, "estas cuentas se replican por miles, suelen aparentar estar vinculadas a una persona real con foto y biografía verosímiles, pero están administradas por programas informáticos que, entre otras cosas, determinan los perfiles a los que deben seguir y tuitean automáticamente el contenido que capturan en distintas fuentes. Una de

las más recurrentes son los medios de comunicación que, como EL PAÍS, distribuyen su información en Internet de forma regular".

"En el mercado de seguidores *al peso*", prosigue la citada responsable, "son más valiosas las cuentas que aparentan estar vivas publicando contenido actualizado y relevante que en ocasiones coincide con los temas del momento (*trending topics*), lo que equivale a mayor visibilidad. Esto explica que haya centenares de perfiles falsos que únicamente tuitean enlaces a noticias de medios procedentes de sus hilos RSS (sistema automático de distribución de contenidos que en inglés se conoce como Really Simply Syndica-

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



Sin cuentas fantasma en Twitter

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

tion)". El diario, pues, no usa cuentas que no sean las del propio medio para proyectar sus contenidos en la Red y estos tuits son producto de la actividad de los citados robots, manejados por terceros.

Por otra parte, un lector remitió una queja porque, como participante del Foro Abierto (al que se accede por invitación tras solicitarlo el lector, de quien se comprueba que ha acreditado una actividad acorde con las normas de conducta que rigen el foro general), envió un comentario en el que adjuntaba el enlace a un vídeo y fue borrado sin que el mismo albergara contenido censurable.

El motivo radica en que, cuando se abrió este nuevo y selectivo foro, se publi-

caron las normas de conducta que regirían su administración por parte de la empresa encargada de la moderación.

Entre los criterios publicados con motivo de la apertura del citado foro figuraba literalmente que "las fotos y los vídeos serán rechazados". Norma a la que se atenían los responsables de la moderación. Sin embargo, en las reglas publicadas en la página digital del propio Foro Abierto, esta norma no figura.

Al detectar la contradicción, el departamento de Participación consideró que el criterio aplicable es el que figura permanentemente en la página del Foro Abierto y así se ha comunicado a los responsables de gestionar la moderación del mismo.

Los vídeos y las imágenes tienen un tratamiento en el Foro Abierto idéntico al espacio más general de comentarios de Eskup.

El año pasado se tomó la decisión de impedir que las imágenes y los vídeos se vieran por defecto. Como comenté en su día, "la gama de material visual impropio

está dominado por contenidos ajenos al tema que propone la noticia, convirtiéndose en una interrupción desagradable de la conversación educada que intentan mantener otros lectores".

Para evitar la notoriedad que tenían

El Foro Abierto también admite la publicación de imágenes y vídeos

estas ocurrencias visuales, que van de lo insustancial a la grosería o el insulto, se decidió suprimir la posibilidad de mostrarlas por defecto, sin que hubiera por parte del lector ninguna acción expresa para consultarlas.

Cuando un participante en el foro añade una imagen o un vídeo, no es visible automáticamente. En el comentario aparece una pestaña, *Ver imagen*, que da la opción de consultarla al lector que está siguiendo el hilo de los comentarios, pe-

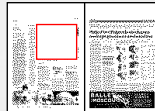
ro la imagen sigue invisible para el resto de lectores que no hayan activado esta opción.

Varios diarios excluyen la publicación de imágenes en los foros. EL PAÍS mantiene la posibilidad de publicarlas, pero con esta fórmula busca evitar que los lectores tengan que contemplarlas de forma involuntaria y supongan una interrupción no deseada en la conversación. Ello no ha de suponer, por otra parte, ninguna permisividad sobre las que albergan contenidos insultantes o delictivos, que deben ser igualmente borradas.

En Eskup la moderación es *a posteriori* de la publicación del mensaje, textual o gráfico, por lo que los contenidos inapropiados, incluso en el caso de una reacción rápida de moderación, tienen inevitablemente un periodo de notoriedad.

Una fórmula que debería repensarse.

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



LA FOTO DEL DIA

LYNN BO BO/EFE/EPA



Protesta a favor de la llibertat de premsa a Birmània

► Periodistes de Birmània porten samarretes amb l'esglògan «Pareu de matar la premsa» i es tapen la boca per protestar contra l'empresonament dels seus col·legues. El passat 10 de juliol, cinc periodistes de Birmània van ser condemnats a deu anys de presó cadascú per haver publicat un article sobre una suposada fàbrica d'armes químiques a la regió central del país. En aquests moments, Birmània ocupa el número 145 de 190 de l'Índex Mundial de Llibertat de Premsa de l'any 2014, que publica anualment Reporters sense fronteres.



Marta Cailà, sobre el seu relleu: "Entenc la decisió de la direcció"

La presentadora del *Via lliure* de RAC1, Marta Cailà, va confirmar ahir que la temporada que ve no continuarà al capdavant del programa que condueix des de fa 13 anys. "Entenc perfectament la decisió de la direcció", va dir la periodista al començament del programa. Assegu-

ra que està "contenta" i "agraïda" i que li fa "il·lusió" començar una nova etapa dins de l'emissora, sobre la qual no va donar cap més detall. El seu substitut a partir del setembre serà Xavi Bundó, fins ara membre d'*El món a RAC1*.



La guerra digital salpica a la literatura

Más de 500 escritores, entre ellos Paul Auster y Stephen King, piden a Amazon que no tome a los libros "como rehenes"

GUILLERMO ALTARES
 Madrid

Lejos de amainar, el conflicto que enfrenta a Amazon con editoriales de Alemania, Estados Unidos y Reino Unido va a peor. Grandes nombres de la literatura estadounidense y británica, desde Paul Auster hasta Stephen King, Tobias Wolff o la última ganadora del Premio Pulitzer, Donna Tartt, han entrado en este enfrentamiento con una carta abierta promovida por el autor de *best sellers* Douglas Preston en la que acusan a Amazon de "tomar a los libros como rehenes". El último episodio ha sido la oferta del gigante de las compras en Internet, que se dirigió la semana pasada a los autores afectados por la guerra comercial y les dijo que, si Hachette estaba de acuerdo, podrían llevarse el 100% del importe de cada libro electrónico que se venda mientras se prolongue el conflicto. Tanto el grupo editorial como la Asociación de Escritores de EE UU han rechazado la oferta.

La propuesta de Amazon está dirigida a autores de Hachette —que forma parte del grupo francés Lagardère—, agentes literarios y a la presidenta de la Asociación de Escritores de EE UU, Roxana Robinson. "Mientras dure la disputa, los autores recibirán el 100% del precio de venta de cualquier de sus libros en formato *e-book* que vendamos. Tanto Amazon como Hachette renunciarán a todos los ingresos y beneficios por sus libros hasta que se llegue a un acuerdo". "Si vendemos un libro a 9,99 dólares el autor recibirá 9,99 dólares, mucho más de lo que normalmente consigue. Si Hachette está de acuerdo podemos aplicar la oferta en 72 horas", señala la carta, según el texto facilitado por un portavoz de Amazon.

La Asociación de Escritores estadounidenses ha declinado la oferta en una carta firmada por su vicepresidente, el novelista Richard Russo, que se muestra dura con la compañía de Seattle, aunque también reparte estopa a los editores tradicionales, a los que acusa "de no haber sido justos con los beneficios de los *e-books*" y mantiene que "eso tiene que cambiar". "A lo largo de los años, nuestra asociación se ha opuesto a las tácticas de Amazon, no porque seamos anti-Amazon sino porque creemos que la compañía se ha pasado de la raya y amenaza el ecosistema editorial. Pone en peligro tanto el modo de vida de los autores como incluso el futuro de lo que representa ser un autor". "El ecosistema del libro tiene que ser tan diverso como sea posible, pero creemos que no puede sobrevivir si alguna de las entidades que participan en él quiere destruir a otras", prosigue el texto.

La otra misiva de escritores ha reunido en apenas unas semanas las firmas 500 autores, a los



Un empleado de Amazon, en la sede española en San Fernando de Henares. / CLAUDIO ÁLVAREZ

que Douglas Preston pide que escriban directamente a Jeff Bezos para que cambie su estrategia. "Como escritores —algunos, pero no todos publicados por Hachette— creemos firmemente que ningún librero debe bloquear la venta de libros, impedir o disuadir a los clientes de comprar los libros que quieran", prosigue esta carta. "Hemos hecho ganar a Amazon muchos millones de dólares y en los últimos años hemos colaborado, de forma gratuita, con la empresa. Esta no es manera de tratar a un socio comercial. Tampoco es la forma correcta de tratar a tus amigos. Sin tomar partido en la disputa contractual entre Hachette y Amazon, pedimos a Amazon en los términos más ro-

Abajo firmantes

► Entre los centenares de firmantes de la carta que critica a Amazon por los métodos que utiliza en su guerra comercial con Hachette están los principales escritores y ensayistas estadounidenses y británicos.

► Clásicos contemporáneos como Stephen King o Tobias Wolff firman la carta junto al novelista Paul Auster, el historiador Antony Beevor, la autora de *best sellers* Tracy Chevalier y el periodista Harold Evans.

tundos posibles que ponga fin a un enfrentamiento que daña el sustento de los autores con los que ha construido su negocio. Ninguno de nosotros, ni los lectores ni los autores, se benefician cuando los libros son tomados como rehenes".

La disputa comercial entre Amazon y los editores se desarrolla en varios frentes. En Estados Unidos, mantiene abierto un conflicto con la filial del grupo Hachette sobre el reparto de los porcentajes que se llevan vendedor y editor sobre los libros. Al no alcanzar un acuerdo, tomó una serie de medidas contra los volúmenes de esta editorial, que afectan a autores tan difundidos como J. K. Rowling, como retrasar su envío, subir el precio o

retirar el botón que permite pedir libros por adelantado. En Alemania está teniendo lugar una disputa similar con las filiales del grupo sueco Bonnier y las medidas contra los autores son similares. Amazon ya controla en torno al 60% del mercado del libro en EE UU y cerca del 25% en Alemania. En el caso de los libros electrónicos, domina en torno al 65%.

La revista británica del sector *The Bookseller* reveló a finales de junio que la guerra comercial ha llegado además a Reino Unido, y que esta vez afecta a pequeños editores, no sólo a gigantes como Hachette o Bonnier. Según este medio, que cita fuentes del sector con conocimiento de los contratos, Amazon ha cambiado las cláusulas en los acuerdos que firma con las editoriales independientes con una exigencia que resulta especialmente preocupante para

La empresa de Jeff Bezos argumenta que los conflictos son normales

El gigante de Internet ofrece a los autores el 100% del precio de los 'e-books'

El conflicto es con editoriales de Alemania, Reino Unido y EE UU

ellos: si el editor se queda sin ejemplares de un determinado título, Amazon podría enviarlo a un posible comprador con un sistema de impresión a medida (*print on demand*).

Algunos actores de la industria del libro creen que la estrategia de Amazon es reducir paulatinamente el papel de las editoriales. Ofertas como la de pagar a los autores el 100% del importe de un libro en medio de la disputa comercial o imprimir directamente los libros que una editorial no tenga en su depósito formarían parte, según diferentes editores, de esta estrategia. "Los editores temen que la cláusula de impresión a medida permita a Amazon controlar sus existencias", escribe *The Bookseller*.

Amazon, una empresa tradicionalmente muy secretista en los datos que difunde, insiste en que una disputa de estas características es normal. "La negociación es el pan nuestro de cada día para cualquier comerciante. Tenemos miles de proveedores con los que estamos en contacto constante y con los que ajustamos nuestros acuerdos financieros", ha señalado a la revista alemana *Spiegel* el presidente de Amazon Alemania, Ralf Kleber. Sobre la carta de los escritores, un portavoz de Amazon dijo al diario británico *The Guardian*: "Nos tomamos muy en serio y lamentamos que una disputa comercial tenga un impacto sobre los autores".



La entrevista

CARMEN SASTRE
DEFENSORA DEL ESPECTADOR DE RTVE

«La audiencia hila fino y enseguida ve las faltas»

Afirma que su misión es «recoger las inquietudes» de la gente

G. Granda -Madrid

Tiene uno de los trabajos más difíciles de la televisión. Su labor consiste en saber escuchar la opinión de los espectadores, oyentes e internautas y «velar por el derecho ciudadano a recibir una información veraz, plural e independiente y un entretenimiento digno y participativo», según reza el mandato-marco de RTVE. Hablamos de la recién estrenada como nueva Defensora del Espectador del ente público, Carmen Sastre. Es consciente de la dificultad de su labor, pero también de la importancia de «recoger las inquietudes de los espectadores». También será la encargada una vez al mes de conducir «RTVE responde», el espacio que emite La 2 y en el que se intenta responder a las más de 3.000 comunicaciones con quejas y sugerencias del público. «Nor-

malmente no sabes qué piensan los espectadores y oyentes, lo puedes intuir por los datos de audiencia, pero hay que interpretar lo que opinan de los programas que funcionan», explica Sastre. Su oficina recibe diariamente de 10 a 12 comunicaciones diarias «que reflejan un poco cómo nos percibe el público». En el caso de TVE, muchos de los espacios, como los informativos, son en directo, en los que se trabaja con mucha prisa y eso, a veces, lleva a «cometer errores sin darte cuenta. Pero, como bien reconoce la periodista, «la audiencia hila muy fino y enseguida ve las faltas de ortografía. Una vez pusimos mal en un telediario el rótulo de una información y aunque nos dimos cuenta en el momento y lo cambiamos, lo detectaron». Su trabajo comienza en el momento en el que reciben la primera sugerencia o queja. «Somos cinco personas. Las comunicacio-

nes llegan por correo electrónico y tenemos un mes de plazo para contestarlas todas. Es cierto que gran parte de ellas se contestan en el día y lo hacemos directamente desde mi oficina», explica Carmen Sastre. En otras ocasiones, las dudas son más específicas y para ellas «actuamos como intermediarios y las trasladamos al departamento correspondiente para que nos remita la respuesta».

Intimidados por la cámara

Pero una vez al mes llega una de las partes más difíciles del trabajo del Defensor del Espectador, que «aunque parezca mentira es elaborar un programa mensual basado en las quejas». El equipo de Sastre hace entonces una selección sobre los temas que han generado más quejas o dudas. «No es lo mismo un correo electrónico en el que te dicen qué no les ha gustado a que te lo digan a



cámara. Hay que entender que la televisión es imagen y necesitas un espectador que te lo cuente y a veces ese paso no lo quieren dar», matiza la defensora. Nos cuenta que pasa cada mes y, concretamente, en el programa «RTVE Responde», que fue el lanzamiento de Sastre y que se emitió el fin de semana pasado, en el que «no pudimos llevar determinados temas porque la gente no quería decirlo en cámara. La imagen no es su medio natural, es algo diferente y les asusta. Pero puede ser sobre un tema del que has recibido un número importante de quejas». Así han llegado a averiguar que reci-

ben correos «de gente que no existe. De esos ya tenemos dos o tres fichados. Ya me avisaron de que existían: son gente que vuelca todos sus pensamientos en mi oficina, que llama diariamente y que sabe que no les contestamos». Las quejas son de lo más variopinto y van desde los que lo hacen «de una persona contratada por TVE, como dicen ellos «con mi dinero», a los que se quejan en general, sin decir sobre qué programa o espacio».

Carmen Sastre se enfrentó este mes a un reto difícil, ya que tuvo que tener en cuenta muchas quejas sobre formatos a los que la audiencia sigue con fidelidad como «Masterchef», «Cuéntame» o «Los misterios de Laura». En el caso del programa culinario estrella de TVE, una espectadora de Barcelona elevó una queja sobre el corte de bogavantes vivos en el espacio y el uso por parte de los espectadores de palabras malsonantes. Carlos Mochales, director de Programas de Entretenimiento de la cadena pública, respondió en directo que los tacos son fruto de «la tensión y el desahogo de los concursantes y del jurado», por lo que no se pueden suprimir. En cuanto a los planos, justificó que eran necesarios para la elaboración del plato. Carmen Sastre reconoce que estaría satisfecha con su labor «si consigo que algunas cosas se hagan mejor y desaparezcan esas quejas. Me encantaría quedarme sin trabajo si no fuera necesario».



JORNADA DE LA FAD

Debat sobre la imatge de la joventut en els mitjans de comunicació

EL PERIÓDICO
MADRID

Els mitjans de comunicació i els joves estan «condemnats» o necessàriament forçats a entendre's, i ara més que mai. Aquesta és una de les reflexions de la jornada celebrada a Madrid amb el títol *Joves i mitjans de comunicació: El desafiament d'haver d'entendre's*, organitzada pel Centre Reina Sofia sobre Adolescència i Joventut, creat per la Fundació d'Ajuda contra la Drogoaddicció (FAD).

La trobada va reunir representants dels principals mitjans per reflexionar sobre el tractament informatiu dels joves i com aquest pot contribuir a ajustar la percepció social que es té d'ells i fins i tot condicionar el seu comportament. Durant la seva intervenció, el director general de la FAD, Ignacio Calderón, va subratllar: «Hem d'analitzar amb profunditat el món juvenil i, en aquesta anàlisi, és fonamental conèixer la imatge que d'ells es projecta en els mitjans de comunicació». ≡



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
11/07/14	Junqueras es 'sotmet' a afilades entrevistes en TV3 amb periodistes afins / Economia Digital	58	1
11/07/14	PIMEC premia el digital Via Empresa per la seva tasca periodística / Comunicació 21	59	1
11/07/14	Volem fer coses noves, però no començar de zero / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	60	1
11/07/14	La Academia de Televisión crea el Premio Concha García Campoy / FAPE	61	1
11/07/14	El Grup Barnils reformularà Mèdia.cat / Comunicació 21	62	1
11/07/14	Las autoridades competentes no dieron datos sobre el suceso de Talavera hasta 12 horas después de ocurrido / FAPE	63	1
13/07/14	RSF pide protección para su corresponsal en Honduras / Periodistas en Español	64	1



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Junqueras es 'sotmet' a afilades entrevistes en TV3 amb periodistes afins

Viernes, 11 de julio de 2014

El president d'Esquerra Republicana, Oriol Junqueras, està preparant la recta final dels actes previs a la Diada de l'11 de setembre. És conscient que "el repte és enorme" i que una bona part de la societat catalana espera poder votar el 9 de novembre. El programa de TV3, .Cat li va brindar una entrevista aquest dijous en horari de prime time. El programa, que dirigeix Ariadna Oltra, va comptar amb tertulians que 'van sotmetre' Junqueras a una 'dura' crítica. Les tesis de l'ex conseller Tresserras Tots ells, excepte l'advocada Esperanza García, van compartir bona part del diagnòstic del president d'ERC, i la necessitat de forçar la situació, davant totes les iniciatives del Govern central que van, al seu judici, en contra de Catalunya. Els periodistes Toni Aira, Vicent Sanchis, o Joan Cal, van certificar, amb pocs matisos, les tesis de Junqueras. També ho va fer el professor de Comunicació de la UAB, Joan Manuel Tresserras, que va ser exconseller de Cultura d'ERC a l'últim govern tripartit, i és un dels assessors de Junqueras. Un altre dels participants va ser l'ex eurodiputat d'ICV, Raül Romeva, que ha defensat les tesis sobiranistes en el seu partit. No va haver-hi amb prou feines discordances, o retrets amb el president d'ERC, excepte, i quan va poder explicar-se, l'advocada Esperanza García, que participa com tertuliana en diferents mitjans de comunicació. Va ser una bona oportunitat per Junqueras.

PIMEC premia el digital Via Empresa per la seva tasca periodística

Viernes, 11 de julio de 2014

La 27a edició dels Premis Pimes de la patronal empresarial PIMEC , ha distingit en la categoria de millor treball periodístic en temes empresarials el digital Via Empresa , creat labril de 2013. El seu editor, Ramon Grau, va rebre el guardó de mans del president de la Generalitat, Artur Mas, i del president de PIMEC, Josep González, en el transcurs del tradicional sopar dels guardons, celebrat el passat dimarts. Aquest és el segon premi que rep en poc temps Via Empresa, hereva de la revista econòmica B30 i editada pel grup vallesà Premsa Local: al maig ja va ser guardonada com a millor nova publicació en la primera edició de la Nit de les Revistes i la Premsa en Català. En aquesta ocasió, PIMEC ha volgut reconèixer el naixement daquesta publicació en un moment especialment difícil per al periodisme, i valorar el compromís de Via Empresa per contribuir a millorar el teixit productiu de Catalunya, apropant la realitat econòmica a autònoms i pimes i impulsant-ne el creixement. La patronal destaca que la capçalera, amb un any de vida, ja és un dels portals de notícies de referència sobre l'empresa i els emprenedors del país.

Volem fer coses noves, però no començar de zero

Viernes, 11 de julio de 2014

Entrevista a Elisenda Rovira, nova coordinadora de l'Anuari Mèdia.cat. El 5 de juliol el Grup de Periodistes Ramon Barnils editor de Mèdia.cat- celebrava la seva assemblea anual i, entre altres decisions, aprovava el nomenament d'una nova coordinadora de l'Anuari Mèdia.cat, que a partir d'ara deixarà destar dirigit per Roger Palà i Sergi Picazo. Després de quatre edicions, l'Anuari Mèdia.cat afronta el primer relleu en la seva coordinació. En quines condicions sha donat? En Roger i en Sergi volien un canvi i a més ara estan endegant un altre projecte, així que tocava fer algun tipus de canvi. De totes formes ells segueixen vinculats al projecte encara que d'una altra manera, però l'Anuari mantindrà la seva experiència. Sha apostat per una noia jove, sense massa currículum en el periodisme d'investigació i vinculada de fa poc al Grup Barnils. Què creus que vol dir això? Bé, és un perfil molt diferent al que hi havia fins ara, jo he estat molt poc vinculada als altres anuals i això vol dir que no hi estic massa condicionada pel que shi va fer, en certa mesura la meua feina és aportar una mirada nova. Ja a l'Anuari vinc a aportar-hi energia, feina i idees noves, però com ni en Sergi ni en Roger sen desvinculen vol dir que mantenim el bagatge acumulat fins ara. Volem fer coses noves, però no començar de zero. Es pot avançar alguna cosa daquestes novetats? Està tot molt al principi, pensa que sem va oferir la feina fa sols de dues setmanes. Ara hem de pensar-hi molt, parlar amb molta gent i trobar la forma de millorar l'Anuari sense que deixi de ser l'Anuari, un producte que crec que està molt bé i ha donat molts bons resultats. Però la primera impressió, unes idees de cap on podrien anar aquests canvis l'Anuari és un projecte de reportatges escrits i ha de seguir sent així, la idea és mantenir el paper, però crec que a més podria explorar nous formats, ser més interactiu. Això són idees, després hi ha pressupostos i has de tornar a la realitat [riu]. Una de les apostes de l'Anuari les darreres edicions és la seva relació amb les universitats. Això es manté? Sí, aquesta segueix sent una pota important, no només econòmica, sinó també per ressò, abast, etc. A més facilita la participació de periodistes joves, els ofereix un espai en un tipus de periodisme compromès que sovint està amagat i molts estudiants no saben ni que existeix. És una aposta des de la base per tal de visibilitzar les alternatives. Una de les funcions de l'Anuari era oferir un tipus de periodisme quasi desaparegut dels mitjans. A la propera edició hi haurà Crític, sorgit en bona part de l'experiència del mateix Anuari. És aquest un repte nou? Evidentment aquest factor implica un escenari nou i un repte. Crec que hi ha molt periodisme d'investigació per fer i espai de sobres per als dos projectes, encara que l'Anuari ha de mantenir la seva personalitat pròpia. L'Anuari seguirà sent un projecte del Grup Barnils i és probablement la seva iniciativa amb més visibilitat i trajectòria i això és important, però el fet que existeixi aquesta col·laboració entre Crític i l'Anuari és important per a que ambdós col·laborem enlloc de competir.

La Academia de Televisión crea el Premio Concha García Campoy

Viernes, 11 de julio de 2014

Coincidiendo con el primer aniversario del fallecimiento de Concha García Campoy, la Junta Directiva de la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión ratifica su idea de promover un premio de periodismo con el nombre de la que fue su portavoz. En las próximas semanas, representantes de la Academia aprobarán las bases del concurso y los detalles del premio con la familia y con el resto de integrantes del jurado. Dicho galardón será convocado previsiblemente en el mes de septiembre. La idea del Premio Concha García Campoy es reconocer el trabajo periodístico destacado por su respeto al rigor, al compromiso y a la ética de cualquier profesional tanto en televisión, radio o prensa, dado que Concha García Campoy, como periodista todoterreno, ejerció su profesión en los tres medios, aunque preferentemente en televisión y radio. La composición del jurado tiene como objetivo reunir, además de miembros de la propia Academia de Televisión, a personalidades de la radio como Luis del Olmo y de la prensa como el Director del Diario de Ibiza, Joan Serra, que ya han aceptado su participación. También, se ha invitado a participar en el jurado a profesionales muy vinculadas personalmente a Concha García Campoy como Olga Viza, Ángeles Caso, Elena Sánchez y María Escario. Además, estará compuesto por representantes de la familia como su hijo, Lorenzo Díaz García-Campoy, y su viudo, el productor de cine Andrés Vicente Gómez.

El Grup Barnils reformularà Mèdia.cat

Viernes, 11 de julio de 2014

El proper curs, el Grup de Periodistes Ramon Barnils se centrarà en reformular l'observatori crític dels mitjans Mèdia.cat i consolidar l'anuari del mateix nom. Aquestes són les principals línies de treball aprovades per l'entitat en l'assemblea general ordinària celebrada el dissabte 5 de juliol. Més concretament, el Grup Barnils vol millorar i ampliar els continguts de l'observatori, que és la seva cara pública, a més de fer-lo més participatiu i obert als usuaris i la comunitat periodística. Per altra banda, Elisenda Rovira assumeix la coordinació de l'Anuari Mèdia.cat en substitució de Roger Palà i Sergi Picazo, que estan posant en marxa Crític. Amb tot, el nou mitjà serà el responsable dels continguts de l'anuari de cara al proper any, tal com estableix el conveni de col·laboració signat entre el GPRB i Crític. A banda, el Grup Barnils continuarà col·laborant amb Edicions Saldonar en la col·lecció Periodistes, i per al proper curs preveu un mínim de dos nous llibres, els quals se sumarien als dos ja publicats, Et presento el jutge Garzón, de Sònia Bagudanch, i Castor: la bombolla sísmica, de Jordi Marsal. Un altre objectiu de l'entitat és consolidar i ampliar la seva base d'associats, que enguany ha arribat als 120 (set més que fa un any), per a la qual cosa s'ha obert la porta als fotoperiodistes. A nivell territorial, les prioritats seran mantenir i revitalitzar els nuclis d'Osona i de Ponent i buscar complicitats per impulsar-ne un de nou a Girona. Cares noves a la junta En la 15a assemblea general ordinària del Grup Barnils, els vocals Oriol Lladó, Laia Altarriba i Eduard Voltas van cedir el seu lloc a Josep Àngel Guimerà, Teresa Ferré i Enric Borràs. A més, la junta s'amplia fins als 14 membres amb la incorporació de la nova coordinadora de l'Anuari Mèdia.cat, Elisenda Rovira. La resta de la junta la completen David Bassa, president; Roger Palà; vicepresident; Laia Soldevila, vicepresidenta d'organització i secretària; Joan Vila i Triadú, tresorer, i com a vocals Elisabet Borreda, Lluç Salellas, Enric Rimbau, Irene Ramentol, Ferran Casas i Jordi Borda.

Las autoridades competentes no dieron datos sobre el suceso de Talavera hasta 12 horas después de ocurrido

Viernes, 11 de julio de 2014

La Asociación de Periodistas de Talavera de la Reina quiere hacer público el malestar que ha causado en este colectivo la gestión y tratamiento dado por la Delegación del Gobierno en Castilla la Mancha y la autoridad judicial al suceso ocurrido en esta ciudad en el que una joven recibió un disparo en la cabeza en el número 8 de Cañada de Alfares. Los hechos ocurrieron en torno a las 8:45 horas y no fue hasta casi doce horas después cuando la Delegación confirmó 2 datos : que había un detenido y un arma incautada. Los periodistas, y los medios de comunicación y agencias de información en los que trabajan, han de informar a la población, con veracidad y recurriendo a fuentes solventes, de los acontecimientos que, como éste, tienen un gran impacto social. No se pudieron contrastar las informaciones que se iban obteniendo a lo largo del día, lo que provocó que los ciudadanos no supieran a dónde acudir para informarse de este lamentable suceso, privándoles de su derecho constitucional a recibir información veraz y fidedigna. No se trata de un caso aislado. Es habitual en Talavera que los periodistas tengan que recurrir, tratándose de sucesos, a distintas fuentes ante la opacidad de los jueces y de los responsables de las fuerzas de seguridad. Instamos pues a la autoridad judicial a que sopesen el perjuicio que la ausencia de informaciones oficiales puede provocar en la opinión pública, que queda a merced durante horas de todo tipo de especulaciones, informaciones sin contrastar, comentarios disfrazados de noticias y, en definitiva, de una confusión y un desconcierto nada recomendables al que contribuyeron los pseudos periodistas que ejercen en blogs, páginas web o perfiles de redes sociales, como fue el caso. Los medios de comunicación ejercen una labor de servicio público que no se debe cercenar y por ello apelamos a una mayor transparencia en estos casos, en beneficio de los ciudadanos y de los propios trabajadores de los medios de comunicación sometidos, en este tipo de situaciones, a una enorme presión. Por último, la Asociación agradece el trabajo que desde el SESCOAM y la propia Delegación del Gobierno llevaron a cabo los periodistas responsables del área de comunicación que atendieron de manera permanente las numerosas llamadas de los compañeros que demandaban información.

RSF pide protección para su corresponsal en Honduras

Domingo, 13 de julio de 2014

Reporteros sin Fronteras (RsF) ha solicitado a Honduras medidas de protección para su corresponsal en ese país, Dina Meza, quien ha enfrentando constates amenazas e intimidaciones por su labor periodística, que se incrementaron a inicios de este mes, informa Cerigua. Dina Meza Desde los primeros días de julio la periodista ha recibido amenazas de muerte vía telefónica, electrónica e inclusive en la vía pública; además, en reiteradas ocasiones sujetos la han perseguido y fotografiado, denunció RsF en una misiva enviada al Ministro de Seguridad de Honduras, Arturo Corrales. La organización lamenta las dificultades que Meza ha enfrentado para establecer contacto con las fuerzas de seguridad así como con la Fiscalía Especial de Derechos Humanos, del Ministerio Público, a quien recientemente envió una carta solicitándole apoyo, sin embargo no ha recibido respuesta. Meza, quien este año fue incluida en el listado de los 100 héroes y heroínas de la información, ha realizado investigaciones sobre conflictos agrarios en la región del Bajo Aguán y casos de corrupción en los que se han visto involucradas empresas privadas. Recientemente, investigó agresiones contra periodistas las cuales son parte de un estudio regional, realizado a través de la organización salvadoreña de desarrollo local Comunicándonos. La persecución y hostigamiento contra la periodista iniciaron desde hace varios años y se intensificaron luego del Golpe de Estado de junio del 2009; durante la tercera semana de enero de este año, Meza denunció que sujetos con estilo militar la habían perseguido y fotografiado en lugares públicos, cuando se hacía acompañar de familiares y amistades. En febrero del 2012, la corresponsal de RsF recibió amenazas por mensajes de texto, aparentemente por el Comando Álvarez Martínez, grupo formado luego de junio del 2009 que se ha dedicado a amedrentar a periodistas y defensores de derechos humanos. El grupo paralelo le dijo que le lacerarían sus partes íntimas y que luego toda la cuadrilla va gozar; posteriormente terminaría muerta al igual que los habitantes del Aguán. Pese a estas reiteradas amenazas en contra de la integridad de Meza, las autoridades hondureñas no han tomado medidas para garantizar su seguridad, ante lo cual RsF reitera la petición de proporcionar medidas cautelares a favor de su corresponsal.