



RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

03/11/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

54



PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/11/14	BEN BRADLEE EL MÉS VALENT ENTRE MIL / REGIO 7 (REVISTA)	7	1
01/11/14	YOUTUBERS ELS CRACS DEL VÍDEO ONLINE / DIARI DE TERRASSA (GENT DT)	8	3
01/11/14	LA CRISI CONTINUA SENT L'AFER MÉS TRACTAT ALS TELENOTÍCIES', AMB UN 14,3% DEL TEMPS TOTAL / ARA	11	1
01/11/14	'La Vanguardia' i RAC 1, líders / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	12	1
01/11/14	Guillem Carles: «COM A PERIODISTA M'HE D'ESFORÇAR EL DOBLE» / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	13	1
01/11/14	EL GOBIERNO URGE A CAMBIAR LAS ANTENAS Y PROMETE PAGAR LUEGO / ABC (EDICION NACIONAL)	14	1
01/11/14	ELS TN' HAN DONAT 116 NOTÍCIES DEL 'CAS PUJOL' / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	15	1
01/11/14	RTVE REDUCE CAPITAL EN 388 MILLONES PARA COMPENSAR PÉRDIDAS / EXPANSION	16	1
01/11/14	BRAULI DUART DEFENSA LA DIADA TAMBÉ EN RENDIBILITAT / EL PUNT AVUI	17	1
01/11/14	TV3 PIDE UNA AMPLIACIÓN PRESUPUESTARIA DE 35 MILLONES / EL ECONOMISTA	18	1
01/11/14	EL CONSELL DE MINISTRES VA APROVAR AHIR EL REIAL DECRET QUE REGULA LES AJUDES DESTINADES A COMPENSAR LES COMUNITATS DE VEÏNS PEL COST DERIVAT DE L'ADAPTACIÓ DE LES ANTENES A L'ALLIBERAMENT DEL DIVIDEN / ARA	19	1
01/11/14	EL CONSELLER DE CIU A RTVE NO VA AVALAR GUNDÍN / ARA	20	1
01/11/14	LA COBERTURA DE TV3 DE LA DIADA VA COSTAR 162.000 € / SEGRE	21	1
02/11/14	CANAL 9 PAGÓ COMIDAS DE FIN DE SEMANA DE SU DIRECTOR GENERAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	22	1
02/11/14	SANDRA DAVIU. PERIODISTA. COPRESENTADORA D'ESPAÑA DIRECTO' DE LA 1 ¿EM FALTA COBRIR UNS JOCS " / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	23	1
02/11/14	EL BEN BRADLEE QUE CONOCIMOS / EL PAIS (DOMINGO)	24	2
02/11/14	LLUÍS CRUZ Periodista, presentador del programa «Té de tot» de TV Girona: «EL "PERIODISME DE TRINXERA" S'HO MENJA TOT» / DIARI DE GIRONA (DOMINICAL)	26	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/11/14	TV3 EIXAMPLA EL DOMINI A L'OCTUBRE / ARA	27	1
02/11/14	CREIXEMENT RÈCORD D'AUDIÈNCIA DE 8TV / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	28	1
02/11/14	I SI EUROPA FES UN TOC?, PER PEP COLLELLEDMONT / EL PUNT AVUI	29	1
02/11/14	LA 'HACKATHON' DE EL MUNDO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	30	1
02/11/14	DE PECES Y PECERAS, POR PEDRO J. RAMÍREZ / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	31	2
02/11/14	TV3 FUERZA LA MÁQUINA, POR IGNACIO VIDAL-FOLCH / EL PAIS (DOMINGO)	33	2
02/11/14	¿ANSIA IGLESIAS UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN?, POR LOLA GALÁN / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	35	2
02/11/14	L'EXPOSICIÓ DE LES DONES FOTÒGRAFES BAT RÈCORDS AMB 16.000 VISITANTS / DIARI DE GIRONA	37	1
02/11/14	DONAR SENTIT A LA TRAVESSIA per Joan Vall Clara, Conseller delegat del grup El Punt Avui / EL PUNT AVUI	38	1
02/11/14	280 MILLONES PARA CAMBIAR ANTENAS DE TDT / LA RAZON	39	1
03/11/14	LA TV DE PAGO CONTRAATAACA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	40	1
03/11/14	NOTÍCIA D'UN DELICTE / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	41	1
03/11/14	MOVISTAR TV DISPONDRÁ DE UN CANAL EXCLUSIVO PARA LAS SERIES DE ESTRENO / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	42	1
03/11/14	EL CONFIDENT DE PICASSO PIERRE DAIX (1922-2014) PERIODISTA I ESCRIPTOR FRANCÈS / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	43	1
03/11/14	TVE PREPARA «HIT», EN BUSCA DE LA MEJOR CANCIÓN INÉDITA / ABC (EDICION NACIONAL)	44	1
03/11/14	PEDROJOTA CARREGA CONTRA EL DIRECTOR D'EL MUNDO' DES DEL MATEIX DIARI / ARA	45	1
03/11/14	EN ESTA PECERA NO EXISTE LA CENSURA, EDITORIAL / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	46	1
03/11/14	TELEMADRID PERDERÁ MAS DE TRES MILLONES EN 2015 / EL PAIS (EDICION MADRID)	47	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
03/11/14	LA PRESIÓN, DAVID GISTAU / ABC (EDICION CATALUÑA)	48	1
03/11/14	LA FAPE ESTUDIA LANZAR LOS PREMIOS DE PERIODISMO 'REINA LETIZIA' / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	49	1
03/11/14	UNA 'START-UP' DE NOTÍCIAS ATREU EL 'NYT' I EL GRUP SPRINGER / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	50	1
03/11/14	ORANGE PERMITE COMPARTIR SU OFERTA DE TV CON VARIOS DISPOSITIVOS / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	51	1
03/11/14	LA PUBLICIDAD CRECE UN 45% EN LINKEDIN / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	52	1
03/11/14	YOUTUBE, DE PAGO Y SIN ANUNCIOS / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	53	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Ben Bradlee, el llegendari director del Washington Post, que va forçar la caiguda de Richard Nixon amb la publicació del cas Watergate, va haver d'alternar amb la cara i la creu del periodisme. Per **Luis M. Alonso**

Ben Bradlee

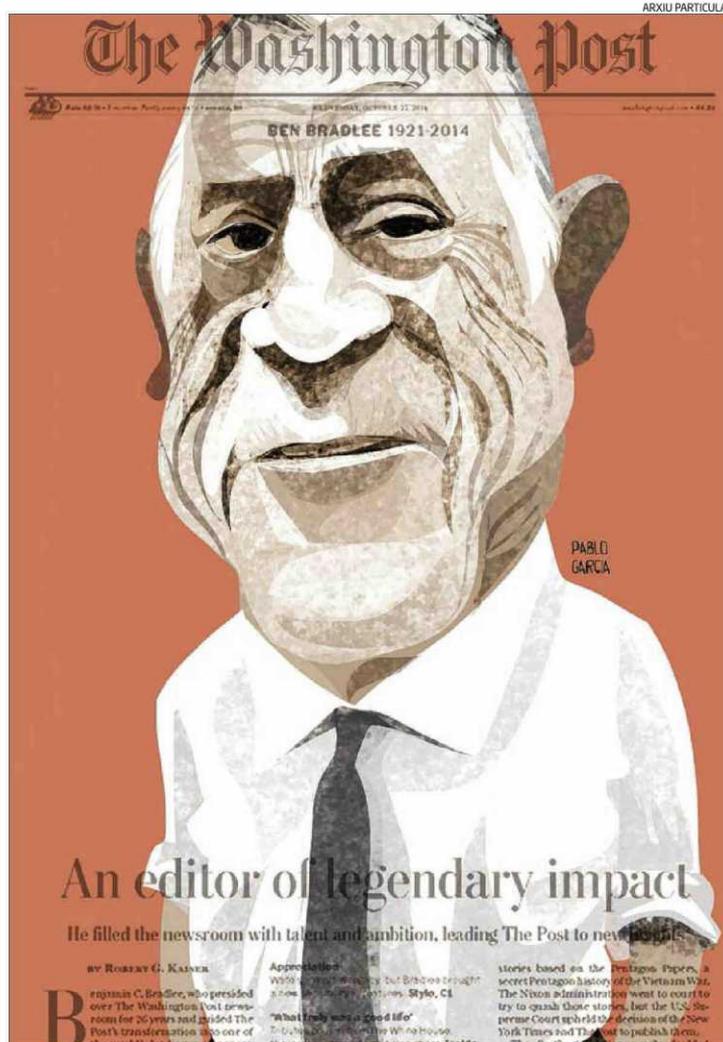
EL MÉS VALENT ENTRE MIL

El periodisme, segons Ben Bradlee, consisteix a sortir d'una història per ficar-se en una altra. Tot això prou ràpidament perquè no doni temps tot just a digerir-ho. El director del diari més carismàtic, valent i conseqüent en les dècades que van seguir la postguerra a Amèrica, va morir la setmana passada als 93 anys després d'haver manejat, entre centenars, dues històries que, com el mateix Bradlee va escriure, podrien servir per definir en essència el millor i el pitjor de l'ofici. La primera, universalment coneguda, va portar un president dels Estats Units, Richard M. Nixon, a dimidir per haver mentit i entossudir-se a amagar-ho. En la segona, la mentida d'una periodista, va condemnar el Washington Post, el diari que va enxampar el polític mentider, a la vergonya d'haver de tornar un Pulitzer. Totes dues eren rellevants i mereixien ser publicades amb tots els honors, però el mateix que una d'elles va desentranar la veritat, l'altra pertanyia al món de la ficció.

Benjamin Crowninshield Bradlee va dirigir el Washington Post entre 1968 i 1991, any en què va passar a ocupar altres càrrecs vinculats a la presidència de l'empresa. Amb ell a la direcció es van publicar, desafiant el govern federal, els Papers del Pentàgon i el cas Watergate. Aquest últim va consolidar la reputació del Post com un diari decidit a enfrontar-se a les més grans croades. El 17 de juny del 1972, un laboratori a la seu del Comitè Nacional Demòcrata a l'edifici Watergate a Washington, que la Casa Blanca es va afanyar a qualificar de «tercera categoria», va cridar l'atenció de dos reporters de la secció local, Carl Bernstein i Bob Woodward, que de seguida li van seguir la pista posant i van posar a prova les soles de les sabates i els seus contactes telefònics.

Amb l'ajuda de la redacció, de Bradlee, i l'estímul de l'editora, Katharine Graham, el Post va destapar un escàndol polític que involucrava fons secrets, espionatge, sabotatge, trucs bruts i escoltes il·legals. El diari mai es va acovardir davant els reiterats desmentiments de la Casa Blanca, les amenaces del fiscal general, que va acabar a la presó, ni davant la incòmoda sensació de trobar-se sol davant de la història del segle. Finalment, Nixon es va veure obligat a dimidir l'agost del 1974. Les cintes que ell mateix havia gravat de les converses al Despatx Oval van confirmar la veracitat de les informacions publicades. Graham va escriure a Bradlee en la seva felicitació nadalenca d'aquell mateix any que algú prou boig per gravar-se a si mateix sobre el que estava ocultant els havia salvat de desaparèixer de la faç de la terra. El Post ho havia posat tot a una sola carta i havia guanyat la partida a l'home més poderós del planeta. El periodisme es va imposar en una de les grans batalles de la història, probablement la que més va contribuir a enaldir l'ofici.

Bradlee, Woodward i Bernstein van atrapar la imaginació popular. Les seves gestes semblaven tretes d'una pel·lícula de Hollywood: dos joves reporters desafien la Casa Blanca a la recerca de la veritat, animats per un director valent, de la mena de per-



sones que gaudeixen escoltant el soroll de la rotativa en marxa, Humphrey Bogart a *El cuarto poder*. Allò era tan bo que es va traduir en un best-seller, *Tots els homes del president*, escrit per Woodward i Bernstein. El llibre, al seu torn, va deixar pas el 1976 a una pel·lícula, dirigida per Alan J. Pakula, que es va convertir en un èxit de taquilla. Jason Robards va interpretar Bradlee i va obtenir un Oscar. Sempre hi haurà persones disposades a confirmar davant els que creguin que l'actuació és una caricatura del personatge l'efervescència envanida de l'exdirector del Post, el seu timbre de veu equiparable al d'una formigonera, l'instint ferotge que el guiava davant la notícia i el suport que sempre va prestar als seus periodistes. Leonard Downie, el seu successor, va arribar a dir d'ell que a la redacció li agradava seguir-lo on fos «per sobre de qualsevol turó i en qualsevol batalla, sense importar-li el que li esperés».

Per als qui el van conèixer, Bradlee era un bostonià valent i una mica fanfarró, de principis sòlids, acolorit i profa en el seu es-

til: la marca de la casa consistia en camises de ratlles amples i coll blanc de l'exclusiva sastreria londinenca Turnbull i Asser. Va ser amic proper de JF Kennedy, del qual coneixia coses que pocs saben i de qui va escriure dos llibres. Tots dos tenien molt en comú: vigor juvenil, un port aristocràtic i una presència enlluernadora, a més d'una llibido molt desenvolupada. Bradlee va contreure tres vegades matrimoni, l'última amb Sally Quinn, redactora de les pàgines d'estil del diari, el 1978, complint la promesa que tornaria a l'altar quan un polonès presidís l'Església catòlica. Durant el mandat de Bradlee el Washington Post era un diari una mica desigual, no tenia competidors en la cobertura de la política nacional i en internacional era molt superior a altres. Disposava d'una secció d'esports forta i havia estat pioner en una barreja picant i atraient en certes cròniques que interessaven de la societat. No obstant això, també es caracteritzava per una mediocre aportació informativa cultural, no sobresortia especialment en els temes econòmics i en les no-

tícies locals. Com més gran era la història, millor era el tractament; la redacció es despistava quan l'aposta era aparentment baixa.

Per això segurament els ressons de la glòria que havia proporcionat el Watergate van venir acompanyats d'una gran decepció metropolitana que Bradlee va qualificar de l'episodi més fosc de la seva vida. Es va produir el 1981, en descobrir-se que una història publicada en portada sobre un nen de vuit anys enganxat a l'heroïna i mereixedora del premi Pulitzer havia estat inventada per Janet Cooke, la reportera que suposadament la va investigar. El director del Post es va proposar llavors aconseguir que ningú s'assabentés de res que tingüés a veure amb el cas Cooke que no fos revelat pel seu diari. Va encarregar una investigació exhaustiva al Defensor del Lector, Bill Green, de 18.000 paraules, que es va publicar en portada i en dues pàgines interiors.

El 1981 va ser un any endimoniadament cruel amb el periodisme. No només per al Post. Michael Daly, columnista del New York Daily News, va dimidir després d'haver-se inventat alguns detalls significatius de la pressió irlandesa per part de les tropes britàniques d'ocupació a l'Ulster. Es va descobrir que el canal de televisió WABC falsificava cartes dels telespectadors i dos membres de la plantilla van haver de renunciar. El New York Times Magazine va publicar un reportatge, *Al país del Khmer Roig*, amb una descripció sobre els khmers i el mateix Pol Pot que presumiblement l'autor havia captat. El Washington Post i el mateix Times van revelar més tard que el reporter, Christopher Jones, no havia sortit de casa i que havia copiat paràgrafs i paràgrafs de la revista Time i de la novel·la *El camino real*, d'André Malraux, ambientada a Cambodja. Tot això no va contribuir al fet que Bradlee se sentís millor. Com és obvi, no havia tingut encara l'oportunitat d'assistir al frau de Jayson Blair, el periodista del New York Times que s'inventava les notícies, ni de llegir les revelacions d'Artur Domoslawski sobre el mític Kapuscinski i la seva relació amb la realitat i la ficció. La ferida de Janet Cooke mai es va tancar, per molt que Gabriel García Márquez va escriure en una irònica reflexió sobre el rigor de la notícia que tan injust resultava haver-li donat a la reportera del Post el premi Pulitzer com haver-li negat el Nobel de literatura.

El que tampoc va oblidar Bradlee va ser el suport rebut pel seu editor Don Graham. En les seves memòries va escriure que el 1991, quan va abandonar la direcció als 70 anys, el llegat més valuós que deixava a Len Downie era la lleialtat de l'amo. Ell mateix acostumava a dir que no formava part de la casualitat que els millors diaris fossin els controlats per famílies, per a qui fer-los suposava una tasca sagrada.

Downie, al seu torn, si hagués sabut el que havia de venir després, hauria preferit haver de tornar a enfrontar-se al president més poderós de la Terra seguint Bradlee en la més aferrissada de les batalles, abans que afrontar els difícils moments que esperaven als grans diaris impresos.



R

REPORTATGE

QUÈ ES NECESSITA PER SER YOUTUBER

Una càmera "reflex" HD

Per enregistrar bones imatges cal tenir una bona càmera "reflex" d'alta definició. Així ens assegurarem imatges amb la qualitat suficient per editar-les i perquè les emissions arribin bé als seguidors.

Un bon micròfon de solapa

No hem de passar per alt la qualitat del so. Per molt bones imatges que tingui, si el vídeo no se sent bé perdrà seguidors.



Un programa per editar

El muntatge de les imatges també és bàsic. Tot i això es pot fer amb qualsevol dels molts programes d'edició de vídeos que existeixen actualment al mercat. La gràcia està més en el procés d'edició.

Youtubers

ELS CRACS DEL VÍDEO ONLINE

Són autèntics ídols juvenils. Divertits, bromistes i propers, els nous comunicadors es guanyen la vida creant vídeos per a YouTube.



Roc Massaguer és un periodista terrassenc que triomfa amb el seu canal Outconsumer a YouTube. Va començar com un hobby i ara és la seva professió i font d'ingressos. NEBRIDI ARÓZTEGUI.

Teresa Romero

La mirada matadora, els cabells esvalotats, la samarreta amb il·lustracions fúnebres... Avui aquest jove està disposat a menjar-se el món o, més aviat, les restes de pizza que es deixen normalment en el plat els clients d'un restaurant. I dit i fet. Acompanyat per una càmera oculta entra molt decidit al local i taula per taula busca les seves víctimes. Aquesta divertida escena, pròpia d'algú que ha perdut el nord, va donar la volta al món amb milions de reproduccions a YouTube, la plataforma de vídeos més popular d'internet.

Darrera d'aquest jove bromista, d'aspecte rebel, adolescent i "gamberro", trobem el Rubius, el

300
SÓN LES HORES DE
VIDEO QUE ES PUGEN
CADA MINUT A LA
PLATAFORMA MÉS
POPULAR D'INTERNET.

youtuber número 1 amb més seguidors de tot Espanya. El seu canal elrubiusOMG, creat fa tres anys, suma prop de 9 milions de subscriptors.

Com ell, altres joves amb imaginació i talent han guanyat molta popularitat a internet. Creen i publiquen vídeos online en els seus canals propis on han conquerit milers de seguidors a l'univers infinit de YouTube. Van aparèixer un dia a la xarxa, com per art de màgia, sense haver passat per cap càsting, i arrosseguen immenses audiències de seguidors.

Una nova professió

Internet ha despertat un fenomen nou que està revolucionant les xarxes i entusiasma el públic adolescent. També ha creat una professió nova: la dels youtubers. Els nous comunicadors del segle XXI

8,7
MILIONS ÉS EL NOMBRE
DE SUBSCRIPTORES
QUE TÉ EL RUBIUS, EL
YOUTUBER MÉS SEGUIT
DE TOT ESPANYA.

han sorgit del no-res i tenen una gràcia especial per parlar davant una càmera domèstica al saló de casa. Videojocs, receptes de cuina, consells de bellesa, modes, tendències... La temàtica dels seus vídeos personalitzats és diversa. Els canals que més "enganxen" tenen un punt d'humor freaky, infantil, frívol i absurd.

Cal tenir en compte que "cada minut es pugen 300 hores de vídeo a YouTube i és difícil tenir un registre del nombre de canals", matisa Virginia Wassmann, cap de premsa de la popular plataforma social de Google.

Què tenen d'especial aquests videocreadors? Per què triomfen? "No hi ha una fórmula màgica per aconseguir-ho. Però sí que hi ha d'haver unes condicions bàsiques.

/ Segueix a la pàg. 4 /



Perquè un vídeo agradi ha de jugar amb l'emoció, la provocació, l'humor, la motivació...", indica Daniel Feixas, realitzador audiovisual, en especial de vídeos virals de màrqueting online, i coautor del llibre "Com triomfar a YouTube" (La Galera) amb Ernest Codina i Roger Carandell.

"Per tenir èxit és necessari ser un bon comunicador, saber arribar a les teves audiències i crear un contingut original, que destaquï en alguna cosa", afegeix Virginia Wassmann, professional de YouTube, la tercera pàgina web més visitada del món.

Molt treball

Terrassencs com Roc Massaguer (canal autoconsumer) o Neus Viciàna (canal fetsquins) o la rubinenca Marta Rimbau (87romper) formen part d'aquest nou gremi de comunicadors online que han crescut com l'escuma els darrers quatre anys. Tenen perfil a Facebook, Twitter, Instagram i són superactius a les xarxes socials.

Els seus vídeos, que es propaguen com els virus per les pantalles de mòbils i portàtils, semblen

"HI HA CREADORS QUE DEDIQUEN MÉS DE 12 HORES DIÀRIES ALS SEUS CANALS", DIU VIRGINIA WASSMANN

"PERQUÈ UN VÍDEO AGRADI HA DE TENIR EMOCIÓ, PROVOCACIÓ, HUMOR, MOTIVACIÓ" INDICA DANIEL FEIXAS

espontanis, sorgits d'una tarda de diversió a casa. "Però ser creador de continguts comporta moltíssim treball: s'han de tenir idees, registrar els vídeos, editar-los, pujar-los a YouTube, donar-los a conèixer... Hi ha creadors que dediquen més de 12 hores diàries a mantenir actius i donar continuïtat als seus canals", descriu Virginia Wassmann.

Somiar amb la fama

El fenomen atrau com un caramell noies i nois que somien amb fama i fortuna. Moltes de les claus de com fer-se usuaris de YouTube són al llibre de Daniel Feixas. Però l'autor demana prudència. "Moltes joves netes de 14 anys volen ser youtubers. En el llibre els indiquem deu manaments a seguir i el primer d'ells és: 'No començaràs a fer vídeos pensant en els diners'. Si ets original, bon comunicador i ets empàtic amb la gent potser algun dia triomfaràs", explica.

A més a més, també recalca el temps de dedicació. "Per tenir un canal amb seguidors s'ha de ser constant. Els usuaris més populars estan penjant dos vídeos a la



setmana", afegeix. Aquesta plataforma a Google és un immens aparador de talent, un trampolí de promoció d'un artista, un músic, un cuiner, un mestre... de qualsevol que tingui alguna cosa a dir i a transmetre i cregui en el sistema. I les grans marques miren amb ulls comercials aquests nous comunicadors, que creen tendències i influeixen en els hàbits de consum dels joves. Més enllà d'aquest fenomen adolescent el futur de YouTube passa per "evolucionar i donar cabuda a youtubers més adults amb continguts d'interès més general, de més qualitat", vaticina el realitzador. //

ENTREVISTA

«Opino i em ric dels meus errors»



Roc Massaguer

CANAL OUTCONSUMER
601.856 SUBSCRIPTORES

No es considera un gran jugador de videojocs, ni un mestre que vol donar lliçons. Però té un talent especial que, fins i tot, li ha permès batre un rècord Guinness en un repte de youtubers. Té una forma d'expressar-se i d'explicar històries davant la càmera que té embadalit mig milió de joves internautes. Als seus 37 anys aquest gamer és tot un professional.

Quin és el seu secret per tenir aquest descomunal èxit?

Proporciono entreteniment. El videojoc és l'excusa per aportar les meves reflexions. Tinc seguidors de 15 a 25 anys i crec que els agrada com opino, afronto les dificultats i em ric dels meus errors. He aconseguit connectar amb la gent.

Quines qualitats ha de tenir un bon youtuber?

La gent valora i exigeix que el seu comunicador sigui autèntic, que mostri la seva personalitat real. Es penalitza molt la mentida i camuflar la identitat. És igual si el deco-

rat és l'habitació de casa. Volen saber coses de la teva vida.

Mostrar la vida personal i ser conegut té riscos?

Sí, però el youtuber ha de saber vigilar la seva privacitat, fins a on vol mostrar. Moltes vegades hi ha joves seguidors que m'aturen pel carrer i em pregunten pel meu fill. Ho saben pels vídeos.

Es dedica en exclusiva al canal?

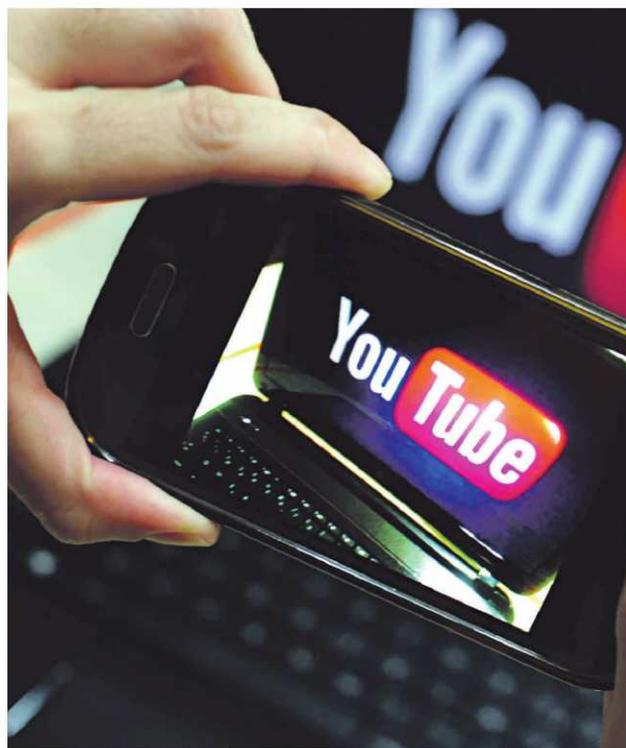
Sí. Al 2010 vaig començar a fer vídeos, però cada vegada em demanava més temps i vaig deixar la feina per dedicar-me només al canal. És una tasca solitària però puc viure del que guanyo i gaudir dels meus horaris i de la família.

Per què els videojocs?

Vinc del món del bàsquet (treballava a la lliga ACB) i m'agrada molt comentar els videojocs de la NBA. És el meu tret especial.

Què tal l'experiència televisiva?

Participar a "Fiesta suprema", a La 2, un espai de youtubers fet amb la productora Zoopa (empresa que ara em representa), va ser una bona experiència. Tot i que estic més còmode a YouTube, no m'importaria tornar a la televisió. //



TESTIMONI

Neus Viciàna

CANAL FETSQUINS.
44.795 SUBSCRIPTORES.

Diccionari per a principiants

YOUTUBER Persona que crea i penja vídeos al seu canal d'internet.

VÍDEO VIRAL És el contingut que es difon com la pólvora per la xarxa.

TROL Internauta que publica missatges provocadors. Vol molestar, fer-se notar o fer bromes.

INFLUENCERS Perfil d'individus que utilitzen el màrqueting per influir en els consumidors o compradors.

HATER Persona crítica amb el contingut que ha publicat un usuari i fa comentaris al respecte que poden ser despectius, o simplement humorístics.

POUSER Descriu algú que fingeix ser un fan o un expert en alguna cosa, per exemple, un gamer.

DUMMIE En social mèdia es refereix a algú que és novell o principiant en l'utilització de les xarxes.

COVER Versió musical que els usuaris de YouTube realitzen d'una cançó.

"Vaig començar perquè m'avorria"

Ulls blaus, rossa, bona presència, espontània, divertida, molt xerraire... Neus Viciàna és la jove a la qual moltes adolescents es voldrien semblar. A més dóna consells intel·ligents de bellesa i moda, un món que li agrada des de ben petita. Aquesta terrassenca de 28 anys i amb estudis audiovisuals és l'estrella de la xarxa amb el seu canal Fetsquins. Col·labora a TribuTV i al canal d'internet d'Atresmedia.

45 mil seguidors

Neus es declara entusiasta del món audiovisual com el seu pare, el productor Josep Viciàna. Però confessa que va començar d'amagat. "Vivia a Madrid, era seguidora de moltes noies que tenien un canal i vaig provar-ho per avorritment. Ho he portat un any d'amagat a casa", diu.

Tot i tenir quasi 45.000 seguidors la seva millor amiga va descobrir que era youtuber "perquè un dia a la plaça de Catalunya una subscriptora em va demanar fer-se una selfie amb mi". Creu que els seus vídeos agraden perquè cuida molt la producció i edició. //



TriboTv, la tele dels youtubers

El nou canal té un mes de vida i és el somni fet realitat de l'empresari Luis Sans

Divertir, emocionar, vestir a la moda, comunicar el que es veu pel carrer, parlar de videojocs, d'esports... Tot el que hi ha al món online salta a la pantalla. La televisió dels youtubers, la revolució de l'entreteniment digital ja és aquí. Es diu TriboTv i té just un mes de vida. El dia 1 d'octubre va iniciar les emissions en directe per la TDT i per la web i va rebre més de 100.000 impactes al Twitter. Un format innovador que ajunta les noves tecnologies amb la televisió tradicional i que han fet realitat directius emprenedors com Luis Sans i el seu soci José M. Garrido.

L'empresari Luis Sans explica el perquè d'aquesta aventura en una entrevista concedida a Gent dt. "Un dia em vaig veure assegut davant la tele i vaig recordar una pel·lícula dels germans Cohen. Sincerament estem avorrits, cansats, saturats de tanta televisió clàssica. Poc ha canviat els darrers 30 anys. I cada dia els nostres joves consumeixen menys televisió. Volen missatges, idees, màgia, comunicar-se i ser comunicats i el de menys és l'escenografia", explica aquest empresari, expert en negocis i màrqueting, que destaca pel seu caràcter emprenedor.

TriboTv neix com una televisió alternativa, jove i moderna que s'apunta a la forma de crear continguts a les xarxes socials. El nou canal ha iniciat les seves emissions a Madrid i el País Basc. Ben aviat es podrà sintonitzar a Catalunya i a tot l'Estat espanyol. Al 2015 farà el salt a Llatinoamèrica.

Els rostres de TriboTv no són els clàssics presentadors de la televisió. Són els nous comunicadors que triomfen a les xarxes amb els seus vídeos, blogs, canals propis... "Em vaig adonar que al meu vol-



El president de TriboTv, Luis Sans, un dels fundadors del nou canal fet només per youtubers. CEDIA

tant hi ha persones amb un talent increïble. A molts d'ells internet els ha donat l'oportunitat d'ensenyar aquest talent al món. Per què no poden tenir ara el mateix èxit per televisió en obert?", es pregunta Luis Sans. A l'hora de fer la selecció, s'ha tingut en compte "aquells tribers que tenen un talent, creativitat o capacitat únics o molt bons", indica.

La quota catalana

En aquesta lliga de nous "tribers" televisius, hi participen catalans com Patry Jordan i Neus Viciana (bellesa i salut), El Cocinero Fiel i Las Recetas de MUJ (gastronomia), Eurogamers (videojocs), Andro4all (món android) i El Chico Morera (cinema).

TriboTv no és una tele per a adolescents tot i que està pensada per a un públic més familiaritzat amb l'ús de les xarxes socials, habituat al consum ràpid i intensiu de vídeos d'internet, i aquest

"TRIBOTV NO ÉS UNA TELE PER A ADOLESCENTS PERÒ SÍ PER A USUARIS HABITUATS A INTERNET COM ELS JOVES."

"LES XARXES SOCIALS PERMETEN LA DEMOCRATITZACIÓ ABSOLUTA DEL TALENT."

perfil són joves de 14 a 25 anys, segons reconeix l'empresari.

A més dels vídeos, també es poden veure altres continguts com les millors websèries del moment, com "Princesa rota", "632", "El Círculo" o "Sin vida propia".

Luis Sans es declara un entusiasta de les xarxes socials com a fenomen cultural. "El seu paper social, informatiu i formatiu ha d'anar molt més enllà", afegeix. Les xarxes socials són "la democratització absoluta del talent. Algú, sense ser conegut, pot demostrar el que val sense filtres", afegeix. Un món a l'abast de tothom "on cadascú de nosaltres pot ser notícia, aportar continguts i compartir-los", diu.

Tot i que ara es dedica al 100% a TriboTv, aquest empresari inquiet i emprenedor ja té dues iniciatives més en marxa: una empresa de gastronomia low cost, Tu Vida Fàcil, i una ràdio digital que veurà la llum el dia 15 de gener. //

OPINIÓ

Salvador Cardús

PROFESSOR DE SOCIOLOGIA
A LA UAB I PERIODISTA

Fenomen social

El món dels youtubers com tota novetat ha de passar el sedàs del temps per comprovar quants anys durarà. Probablement, hi ha un espai -i un temps- per a aquestes pràctiques, però no tinc cap mena de dubte que per poder durar molts anys cal que se sàpiguen adaptar als canvis continus de la xarxa. El seu futur dependrà de si apareixen altres propostes en altres suports tecnològics o formats que els desplacin. Aquests nous comunicadors ja no surten de la facultat. Però això no és nou. Els bons comunicadors, o si més no els d'èxit, mai no han necessitat uns estudis universitaris. A vegades apareixen provinents del món de l'espectacle, a vegades els trobem a la política o a les esglésies.

Una altra cosa és que el bon comunicador estigui més ben informat, i sigui més reflexiu i conscient de les seves capacitats i limitacions. Les universitats tenen dificultats per seguir el ritme de la revolució digital però ensenyen els llenguatges que cal utilitzar. I la bona combinació d'estudis i d'audàcia segur que és una ajuda per a aquests joves. //

ELS MÉS SEGUITS



El Rubius

1.171 milions de reproduccions dels seus vídeos. Rubén Doblás és el rei dels youtubers a Espanya, el troll que incordia i diverteix una parròquia de 8,7 milions de fidels. El seu llibre "El libro troll", on proposa 80 reptes absurds, és un fenomen editorial. Va per les 8 edicions.



Patry Jordan

165 milions de vídeos reproduïts. Per ruquera, esteticista i monitora esportiva aquesta jove de 30 anys, nascuda a Girona, és una de les cracs del món de la moda a YouTube. Actualment gestiona un total de sis canals: de penitents, de gimnàstica, consells...



JPelirrojo

30 milions de visualitzacions. Juan Miguel Flores és un dels bloggers espanyols amb més seguidors subscrits als seus canals. És un artista molt versàtil que se serveix de la música, la poesia, la màgia o la interpretació per expressar els seus sentiments i emocions.



Vegetta777

1.580 milions de reproduccions. Darrera d'aquest canal de videojocs trobareu Samuel, un jove apassionat pels unicornis "que viu com un follet assasí a la seva habitació", segons descriu al seu portal de presentació. És el segon gameplay més seguit d'Espanya.



El procés, segon tema dels informatius de les televisions catalanes i tercer a TV3

La crisi continua sent l'afer més tractat als 'Telenotícies', amb un 14,3% del temps total

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

TV3 va rebre ahir l'ajut del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) a l'hora d'espolsar-se l'acusació recurrent de dedicar un temps excessiu al moment polític català. L'organisme regulador va presentar al Parlament el seu informe sobre el sector corresponent al 2012 i el 2013, en el qual s'evidencia que les informacions sobre l'encaix de Catalunya a Espanya van ocupar, l'any passat, un 7,4% del total del temps d'informatius. Això és, aproximadament, la meitat que el 14,3% dedicat a la crisi econòmica i les seves derivades. El procés català no és ni tan sols la segona posició, ja que la política internacional va ocupar un 9,6% del temps dels *Telenotícies*.

De fet, el CAC ha analitzat també 8TV, les emissions de TVE a Catalunya i Barcelona Televisió, tal com ha explicat el seu president, Roger Loppacher. Considerant les dades en conjunt, el procés puja aleshores a la segona posició, amb un 7,1%, per sobre de la política internacional, que es queda en el 5,8%. La primera posició continua sent per a la crisi i les seves conseqüències, que acapara el 15,1% del temps dels informatius.

El CAC examina El Punt Avui TV

Loppacher va revelar també que el CAC ha sol·licitat a El Punt Avui TV que justifiqui si està complint els compromisos concessional, que marquen un límit del 25% en la producció en cadena. De moment, ha obert un període d'informació prèvia, un acte administratiu que no pressuposa que s'obri un expedient. El canal televisiu va néixer arran d'una operació de lloguer de set freqüències locals gestionades per Canal Català.

El PP, Ciutadans i el PSC van criticar el procés pel qual el CAC va validar aquesta operació. Les crítiques es van centrar en el fet que es va aprovar amb el vot de qualitat del president (quan es tracta d'una decisió que requereix majoria absoluta) i que, a parer d'aquests partits, s'ha concedit per la porta del darrere una llicència de televisió nacional -el canal té un 80% de cobertura- aprofitant freqüències destinades a continguts locals.



COBERTURA
TV3 ha dedicat un 7,4% del temps dels *Telenotícies* a informar del procés. MANOLO GARCÍA

El pluralisme polític, al centre de la comissió de control parlamentària

'Esport club'

La tertúlia esportiva *Esport club* va ser objecte de crítiques del Partit Popular. El diputat Santi Rodríguez es va queixar que en l'espai s'abordessin qüestions polítiques. El director de TV3, Eugeni Sallent, no va considerar que es vulnerés el principi de pluralitat.

Empar Moliner

Sallent va ser interpellat pels monòlegs d'Empar Moliner al programa *Els matins* perquè fa "una burda constant del PP", en paraules de la diputada Marisa Xandri. El director de TV3 va recordar que les opinions d'una col·laboradora no representen les del canal.

12-0

El president de la CCMA, Brauli Duart, va explicar que la cobertura de la manifestació del 12-0 va ser proporcionada. De fet, va recordar que es van considerar altres factors a banda dels assistents, ja que això no hauria justificat tants minuts d'aire televisiu.

Llibre blanc

Tots els grups estan d'acord a elaborar un llibre blanc del sector audiovisual en què es fixin les estratègies del futur immediat. El diputat d'ERC Sergi Sabrià va reclamar que inclogués l'anàlisi de com una plausible independència afectaria aquest sector.

Conveni

La diputada d'ICV-EUiA Marta Ribas va reclamar que es prorrogui durant un any el conveni de TV3, a l'espera de redactar-ne conjuntament un de nou. Duart s'hi va negar, adduint incerteses pressupostàries, com ara la de l'IVA que l'Estat reclama.

Cas Pujol

Sallent va explicar que, en els 97 dies des de la confessió de Pujol, fins a 25 *Telenotícies* han obert amb l'assumpte. El diputat de Ciutadans Carlos Carrizosa va lamentar, en canvi, el que considera falta de rapidesa de reacció per part del 30 minuts i el *Cat*.

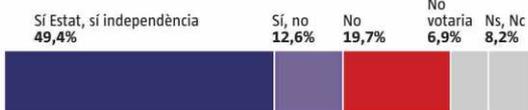


La qüestió catalana Els sondejos

Creix l'avantatge d'ERC sobre CiU i irromp Podem

Retrocés de PSC, PP, ICV i Ciutadans, segons el CEO

LA CONSULTA PEL FUTUR DE CATALUNYA



FONT: CEO

LA VANGUARDIA

CARLES CASTRO
Barcelona

Esquerra accentua l'avantatge sobre CiU. Socialistes, populars, ICV i Ciutadans retrocedeixen desigualment. I les forces de l'esquerra radical guanyen posicions: la CUP duplica els vots del 2012 i Podem irromp a Catalunya, en disputa ajustada amb el PP per la quarta posició del rànquing electoral autonòmic. Aquest pot ser el resum telegràfic de l'últim baròmetre del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO), fet

PROCÉS PARTICIPATIU

Un 49,4% donaria suport a la Catalunya independent i un 19,7% la rebutjaria

RADICALITZACIÓ ELECTORAL

CiU cauria de 50 a 32 escons, mentre que ERC n'aconseguiria 39, la CUP, 9, i Podem, 11

entre els dies 29 de setembre i 23 d'octubre, en ple debat per la impugnació de la consulta del 9-N. Una consulta, per cert, que segons el CEO donaria un resultat concloent: més del 49% votaria per una Catalunya independent, mentre que menys del 20% defensaria l'estatu quo actual.

Els pronòstics del sondeig per a les eleccions autonòmiques situen Esquerra gairebé quatre punts davant de CiU i li atorguen gairebé 40 escons (el doble que en l'actualitat). Per la seva part, la federació nacionalista cediria

més d'11 punts de la quota de vot dels comicis del 2012 i 18 diputats. Però tan rellevant com l'avanc d'Esquerra és el retrocés dels partits centrals: el PSC perdria fins a sis escons i el PP, fins a vuit. Al seu torn, ICV en cediria cinc, mentre que Ciutadans amb prou feines mantindria els nou diputats actuals o fins i tot en perdria un.

Els grans beneficiaris de l'atmosfera de crisi econòmica, política i institucional actual són la CUP, que podria triplicar la representació actual i, sobretot, Podem, una força virtual que, si es presentés a les eleccions catalanes, podria obtenir onze escons i un percentatge de vot idèntic al dels populars. I aquest mateix terratrèmol afectaria el desenllaç de les eleccions generals a Catalunya, que guanyaria Esquerra per primera vegada des del 1977, seguida a curta distància de CiU.

El pronòstic de les legislatives confirmaria també el naufragi del socialisme a Catalunya, amb un 15% d'estimació de vot; és a dir, gairebé la meitat del suport electoral que va obtenir el 2011 i una tercera part de la quota del 2008. L'enfonsament dels populars no seria menys important, ja que perdrien la meitat del sufragi que van aconseguir fa tres anys i, a més, es veurien superats per Podem (en tres punts i fins a tres escons).

Pel que fa a l'estimació de vot en el procés participatiu del 9-N, el pronòstic del sondeig reflecteix el caràcter estructural de l'impuls sobiranista que bateja en la societat catalana. La meitat dels consultats apostaria per una Catalunya independent i fins i tot un 64% per la seva conversió, almenys, en un Estat. Per contra,

un 19,7% emetria un vot negatiu, mentre que entorn del 15% dels consultats s'hi abstindria o no s'hi pronuncia. Aquesta correlació enllaça amb alguns indicadors molt estables. Per exemple, les preferències per un Estat independent es mantenen des de fa dos anys per sobre del 45%, i sembla fins i tot que s'imposi la convicció que la secessió no tindria efectes negatius. Sense oblidar la creença estesa que el Govern central no oferirà cap oferta acceptable per a la majoria dels catalans.

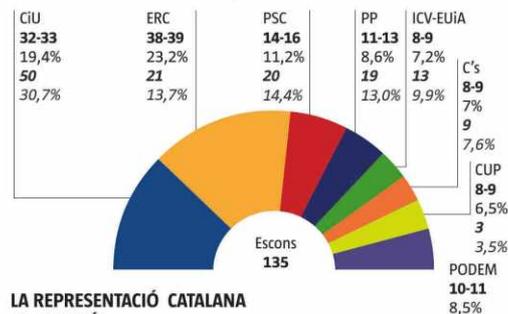
La resta d'indicadors del sondeig dibuixen una realitat coherent amb els pronòstics electorals. Així, la valoració dels líders polítics situa únicament en el terreny de l'aprovat el portaveu d'ERC a Madrid, Alfred Bosch; el de la CUP al Parlament, David Fernández, i el líder d'Esquerra, Oriol Junqueras. El president Artur Mas aconsegueix un suspens lleu (4,8), mentre que Duran Llerda (3,8) i Miquel Iceta (3,6) queden fins i tot per darrere de l'economista Joan Herrera (4,8).

L'atur i el funcionament de l'economia continuen apareixent com els problemes principals, mentre que la insatisfacció amb la política se situa en tercer lloc. I encara que el sondeig no pregunta per la corrupció, el 90% considera dolenta o molt dolenta la situació política a Espanya. Una percepció fins i tot pitjor que la de l'economia.

BARÒMETRE DEL CEO D'OCTUBRE

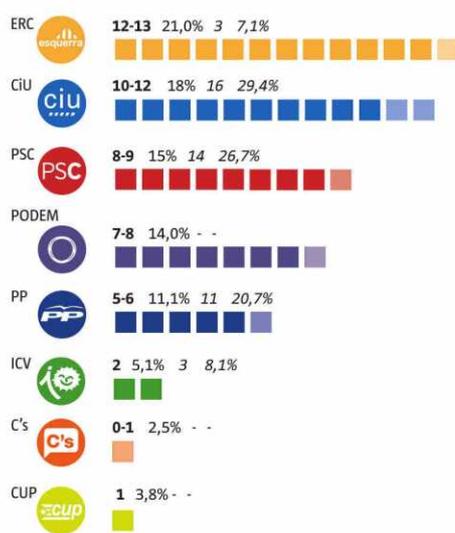
PARLAMENT DE CATALUNYA

Estimació de vots i escons. En cursiva, resultats del 2012



LA REPRESENTACIÓ CATALANA AL CONGRÉS

Estimació de vots i escons. En cursiva, escons obtinguts el 2011



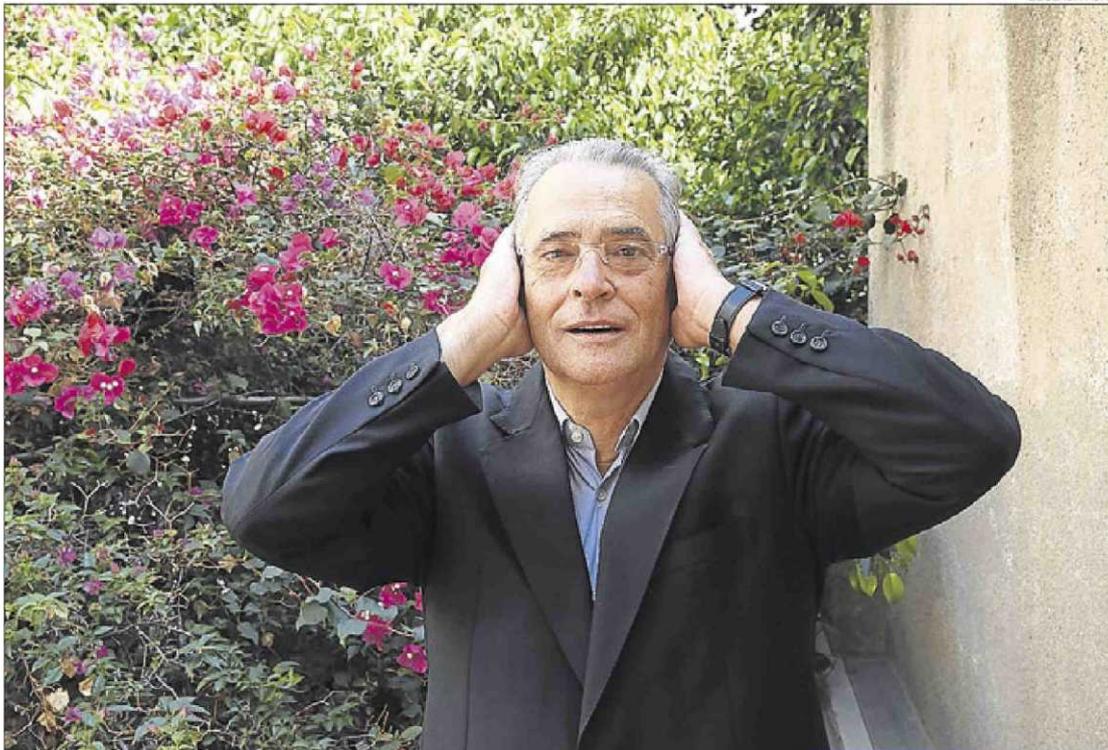
'La Vanguardia' i RAC 1, líders

La Vanguardia, en l'àmbit dels diaris, i RAC 1, en el de les emissores de ràdio, són líders d'audiència entre els mitjans d'informació que utilitzen els ciutadans catalans per informar-se, segons assenyala l'últim baròmetre del Centre d'Estudis d'Opinió. En concret, la capçalera del Grup Godó avantatja en nou punts el rotatiu següent, mentre que RAC 1 se situa gairebé 13 punts per sobre de Catalunya Ràdio i més de 25 de l'emissora següent. Així mateix, La Van-

guardia en català és el mitjà més llegit en aquesta llengua, a gran distància de les capçaleres restants. Paral·lelament, el web de La Vanguardia és també el més vist d'entre les edicions digitals dels rotatius restants. Segons el sondeig del CEO, gairebé el 80% dels catalans s'informa a través de la televisió, mentre que més del 40% ho fan també a través de la premsa impresa i una mica menys del 30% recorren a les emissores de ràdio o a internet.



«Com a periodista m'he d'esforçar el doble»



ELISENDA PONS

Aquest veterà periodista i pare de tres fills dibuixa un cercle davant la seva cara amb l'índex de la mà dreta i diu: «Aquesta és vostè, perquè té la cara rodona». Per referir-se a ell farà un altre gest que descriu algú que parla molt. Perquè Guillem va ser un nen xerraire. Va perdre l'audició als 4 anys per una meningitis i, encara que parla amb esforç, defensa amb passió els drets i la idiosincràsia de la comunitat sorda que es comunica amb la llengua de signes.

–El periodisme deu ser un dels oficis més difícils per a una persona sorda.

–Ho és. El 1973 em vaig matricular a Periodisme però no vaig durar ni un mes.

–¿Què va passar?

–Que no hi havia intèrpret de llengua de signes i encara que ho vaig exigir, perquè hi tenia dret, no vaig obtenir una resposta convincent. Em vaig sentir, en certa manera, estranger. Era molt difícil seguir el moviment dels llavis, sobretot de les persones que portaven bigoti, com Manolo Vázquez Montalbán.

–¿Vázquez Montalbán! ¿Què li deia aquest mestre de periodistes?

–Es va interessar per la meua situació injusta. No s'havia trobat mai amb una persona sorda a la universitat i no sabia què podia fer. Intentava vocalitzar i obrir més la boca, però les persones sordes –fins i tot les que porten un audífon en determinats casos– no llegim els llavis al cent per cent. A Catalunya s'aposta pel bilingüisme [els alumnes sords

han de dominar la llengua de signes i l'oral per accedir a la universitat, perquè no sempre hi ha un intèrpret. En altres països hi ha més oportunitats educatives i per això aquí hi ha menys periodistes, advocats, metges i funcionaris sords.

–¿Vostè per què volia ser periodista?

–Per vocació: el periodista neix, no es fa. Les persones sordes de la meua generació no tenien accés a una informació de qualitat. No és només que no hi puguin sentir, és que el 40% té dificultat per entendre la llengua parlada i escrita. El cas Pujol, l'operació Púnica o el procés sobiranista són notícies molt difícils de comprendre.

–Per això va fundar l'agència de notícies Sord Press ja fa 40 anys.

–Ides de fa vuit anys organitzem magazins presencials i una tribuna oberta al Col·legi de Periodistes amb protagonistes de l'actualitat. Informem a través de la llengua de signes i de manera adaptada a la comunitat sorda. Som una comunitat lingüística amb una cultura pròpia i un vincle social molt fort.

–Vostè és l'únic periodista sord col·legiat i acreditat al Parlament.

–Als debats al Parlament hi assisteixo com a fotògraf freelance perquè no puc estar amb els ulls enganxats a l'intèrpret durant hores. Els dimarts participo en les rodes de premsa del conseller Homs, però si l'intèrpret no ve o si hi envien algú sense experiència en llenguatge polític, ibufi, em perdo i no m'atreveixo a fer preguntes per por de fer el ridícul. Com a periodista he d'esforçar-me el doble, amb la vista pendent de l'intèrpret i de l'expressió facial del conseller. Sóc conscient de les meves limitacions per exercir aquest ofici.

–¿A quin polític li costa més entendre?

–Homs s'expressa molt ràpid i Junqueras ho fa amb la boca molt petita; a Mas, en canvi, l'entenc millor. Hi ha persones que tenen una lectura labial molt expressiva. Les dones, en general, teniu els llavis més definits i també teniu més paciència. Al ser més sensibles a la nostra dificultat, sou més directes i concises.

–A l'entrevista no ha portat intèrpret.

–Ho dubtava, però al final he decidit venir sol. Tenia curiositat per veure com ens entenem vostè i jo sense intermediaris. Si hi fos l'intèrpret vostè el miraria a ell (o a ella) i jo em convertiria en un subjecte passiu. Aquesta sensació no m'agrada. ≡

gentecorriente@elperiodico.com

Guillem Carles

L'únic periodista sord col·legiat i acreditat al Parlament fa 40 anys que està pendent de l'actualitat informativa.

PER
Gemma
Tramullas





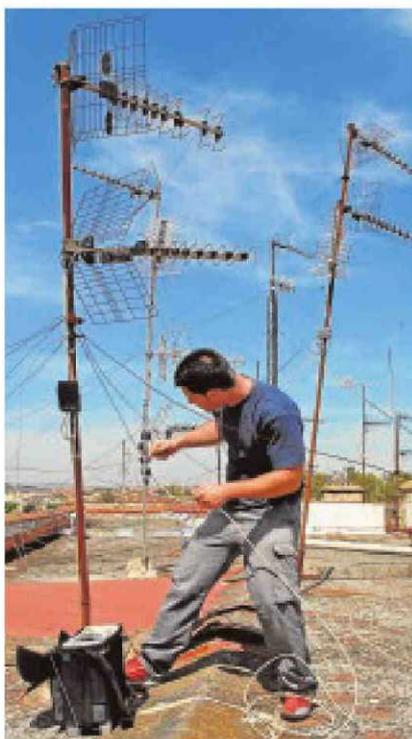
El Gobierno urge a cambiar las antenas y promete pagar luego

► El Consejo de Ministros anuncia que aprobará ayudas de unos 290 millones

F. MARÍN
MADRID

Con las elecciones en el horizonte, el Gobierno dio ayer un paso más para facilitar la temida «reantennización», un proceso que al final, según parece, no pagarán los ciudadanos. El Consejo de Ministros anunció que aprobará una partida de 290 millones de euros como ayuda para la adaptación de las antenas colectivas en los edificios de viviendas residenciales. Según los datos oficiales, 21 millones de ciudadanos, el 45% de la población, no tendrán que hacer nada. El resto deberán apresurarse, ya que si no modifican sus instalaciones antes del 1 de enero, corren el peligro (a algunos les parecerá una suerte) de dejar de ver varios canales.

La medida es consecuencia directa del proceso conocido como dividendo digital. Consiste en liberar la banda de 800 megahercios, que hasta ahora utiliza la TDT, para desplegar las nuevas redes de telefonía móvil de alta velocidad. En una nota difundida ayer por el Ministerio de Industria, se asegura que «los ciudadanos no tendrán que asumir los costes de este proceso», aunque se admite también que el real decreto que regulará estas ayudas llegará «en las próximas semanas». Casi como acto de fe, se anima a las comunidades de vecinos a que hagan cuanto antes las modificaciones, antes de que se regulen las ayudas. Industria



En muchos casos no hará falta ni subir al tejado de los edificios

publicará entonces, a través de Red.es, la convocatoria para realizar solicitudes y poder recibir el dinero.

Los destinatarios de las subvenciones serán las comunidades de propietarios de edificios o conjuntos de edificios con antena colectiva. Para acceder al dinero, por otro lado, es necesario que el trabajo lo realice un instalador registrado. El listado con las 11.000 empresas instaladoras registradas puede consultarse en la página www.televisiondigital.es. Allí también figura cada comunidad de propietarios y, dependiendo de la provincia, el número

Hacienda pone fin al déficit patrimonial de RTVE

El Gobierno también aprobó ayer una reducción de 387 millones en el capital social de RTVE, para acabar con su déficit patrimonial. El capital social pasa así de 1.510 millones a 1.122, disminución que equivale a la provisión dotada por la pérdida de valor de los inmuebles de la corporación por el desplome del mercado inmobiliario. Según Hacienda, la reducción permitirá «restablecer el equilibrio patrimonial de la sociedad». A ello contribuirá la aportación aprobada por la SEPI de 130 millones, tan reclamada por Echenique, «sin sujeción a condición alguna».

de múltiples digitales que tendrá que cambiar, lo que determinará a su vez el importe máximo de las ayudas.

Según el Ministerio, la adaptación requiere pocas horas y no es imprescindible acceder al tejado, sino que se actúa sobre los equipos amplificadores de señales, por lo general situados en el cuarto de ascensores o bajo la cubierta de los edificios. Las ayudas comenzarán a cobrarse el 1 de enero de 2015. Nada se ha dicho del próximo cambio que sufrirán los ciudadanos, en el año 2020, cuando se producirá un nuevo cambio de frecuencias.



COMPAREIXENÇA

Els 'TN' han donat 116 notícies del 'cas Pujol'

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Eugeni Sallent, director de Televisió de Catalunya (TVC), va defensar ahir al Parlament la cobertura de TV-3 després de la confessió de l'ex-president de la Generalitat Jordi Pujol que va tenir diners sense regular a l'estranger. A preguntes de CiU i Ciutadans, va detallar que des del 25 de juliol fins aquest divendres (97

dies), els *Telenotícies* n'han elaborat 116 informacions, i en 25 ocasions ha obert l'informatiu. «Hem dedicat molt temps a parlar del tema i a tractar-lo en profunditat», va dir Sallent, durant la seva compareixença en la comissió de control de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisu- als (CCMA), en què també es va precisar que la cobertura informativa de la manifestació de la Diada va te-

nir un cost de 162.000 euros, amb un 25,5% d'audiència. Després de donar aquestes dades, el president de la CCMA, Brauli Duart, va considerar que la cobertura va ser adequada i proporcionada.

Duart va aprofitar la compareixença per instar el Parlament en l'aprovació del pressupost per al 2015 dels mitjans públics, ja que l'actual «inestabilitat pressupos-



▶▶ Brauli Duart.

tària» impedeix adquirir compromisos econòmics i negociar el nou conveni laboral. L'avantprojecte de pressupostos inclou una partida extraordinària de 35 milions per compensar l'IVA que Hisenda no vol tornar a TV-3, un increment dels ingressos publicitaris i la recuperació de la paga extraordinària perduda. En total, 234,7 milions d'euros, 17,2 milions més que el del 2014.

INFORME DEL CAC // D'altra banda, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) va presentar ahir al Parlament el seu informe del 2013, en què assenyalava que TV-3 va dedicar el doble de temps a informar sobre la crisi econòmica (14,3% del temps dels TN) que sobre el sobiranisme, els diferents models d'organització política de Catalunya i la seva relació amb Espanya (7,4% del total). ≡



RTVE reduce capital en 388 millones para compensar pérdidas

Expansión. Madrid

El Consejo de Ministros aprobó ayer una reducción de capital de 387,6 millones de euros en la corporación pública RTVE, con el fin de compensar pérdidas y restablecer el equilibrio patrimonial de la compañía. En la actualidad, la sociedad tiene un capital social de 1.510,1 millones de euros, por lo que una vez se aplique la medida, su capital pasará a ser de 1.122,4 millones de euros.

La medida aprobada por el Gobierno da luz verde a la decisión tomada por el consejo de administración de la Sepi, como accionista de RTVE, y que fue confirmada por la corporación de medios de comunicación el pasado mes de junio.

Depreciación de activos

La disminución del capital corresponde, en parte, a la depreciación de los inmuebles de RTVE en línea con la evolución del mercado inmobiliario. Además, el ajuste del capital social del ente público "se justifica por la progresiva disminución que la corporación ha venido experimentando en su patrimonio neto durante los últimos años, como consecuencia de la evolución de los resultados y la acumulación de pérdidas", señaló el Ministerio de Hacienda.

La decisión pretende facilitar, de este modo, el equilibrio entre el capital social y el pa-

DÉFICIT

El problema de RTVE es que los ingresos no cubren los gastos. En 2013, **perdió 113 millones y acumula un déficit de 700 millones** en cinco años. El grupo posee el doble de plantilla que Mediaset y Atresmedia y no tiene publicidad.

trimonio neto de la entidad, a lo que contribuirá también la aportación aprobada por el consejo de administración de la Sepi por valor de 130 millones de euros, que se realizó "sin sujeción a condición alguna y con carácter no reintegrable", según ha recordado el Ejecutivo.

Esos 130 millones es la cantidad que el expresidente de RTVE, Leopoldo González-Echenique, reclamó a Hacienda para esquivar el déficit estructural de la corporación. Como la petición del ejecutivo no fue atendida, presentó su dimisión el pasado 25 de septiembre.

En el cargo le ha relevado José Antonio Sánchez, que era director general de la cadena pública Telemadrid y que ya presidió el ente público estatal entre los años 2002 y 2004.



José Antonio Sánchez, presidente de RTVE.



Brauli Duart defensa la Diada també en rendibilitat

■ La cobertura de TV3 va tenir un cost de 162.000 euros; la del 2011, 358.000

Gemma Busquets
BARCELONA

El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart, va considerar com a "adequada i proporcionada" la cobertura que TV3 va fer de la Diada i en va defensar la rendibilitat en costos i audiència. A petició del diputat de CiU Albert Batalla va informar que el cost de la cobertura de la V va ser de 162.000

euros, amb una audiència del 25,5%. Duart va comparar les dades amb les de la Diada del 2011, en la qual la programació de TV3 va costar 358.712 euros amb una audiència del 15,4%. TV3 va programar la nit de la Diada del 2011 el telefilm *Terra baixa*, a la tarda es van reemetre *Les veus del Pamano* i un concert de Sopa de Cabra. Quant a la cobertura de la mobilització de les entitats unionistes el 12 d'octubre, va contestar que si la "porció" de temps en els informatius s'hagués decidit en funció dels assistents, "la cobertura no hauria estat la mateixa". ■



TV3 pide una ampliación presupuestaria de 35 millones

Jordi Sacristán BARCELONA.

El presidente de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), Brauli Duart, acudió ayer al *Parlament* para solicitar una urgente ampliación presupuestaria de 35 millones de euros. Según el responsable de *Televisió de Catalunya* (TV3) y *Catalunya Radio*, es urgente “resolver la grave afectación que hay en tesorería por 35 millones correspondientes al no retorno del IVA deducible por parte de la administración tributaria estatal”.

En total, Hacienda exige al ente público catalán 80,5 millones, pero 35 son los que la CCMA debe desembolsar de forma inmediata. La radio y televisión pública catalana cuenta este año con un presupuesto de 290,8 millones tras haberlo recortado en más de un 35 por ciento respecto a 2010.

Duart solicitó a todos los grupos parlamentarios la aprobación de los presupuestos de 2015 para poder afrontar los retos actuales de gestión del ente público. También la negociación del nuevo convenio colectivo, hasta conocer el nuevo presupuesto.



S'aprova el pla d'ajudes a la reantenització

El consell de ministres va aprovar ahir el real decret que regula les ajudes destinades a compensar les comunitats de veïns pel cost derivat de l'adaptació de les antenes al'alliberament del dividend digital. El pla està dotat amb 280 milions d'euros, que es començaran a pagar a partir de l'1 de gener.





El conseller de CiU a RTVE no va avalar Gundín

Òscar Pierre, el membre del consell d'administració de RTVE proposat per CiU, no va votar a favor del nomenament de José Antonio Álvarez Gundín com a nou cap d'informatius de TVE, en contra del que s'havia dit inicialment. Segons l'ACN, Pierre assegura que es va abstenir perquè no tenia prou informació.

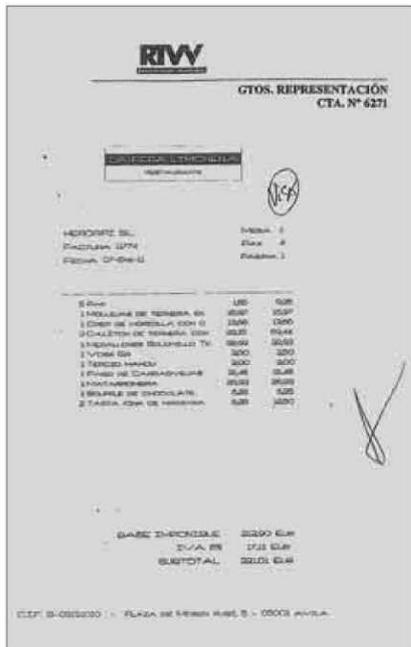




PARLAMENT

La cobertura de TV3 de la Diada va costar 162.000 €

La cobertura informativa de Televisió de Catalunya (TVC) de la manifestació en forma de V a Barcelona per la Diada va tenir un cost de 162.000 euros, segons va detallar ahir el president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), Brauli Duart. En una compareixença davant la comissió de control de la CCMA al Parlament, va assegurar que la cobertura informativa va tenir un 25,5% d'audiència i que una quarta part dels catalans va connectar en algun moment de la tarda amb TV3.



Varias de las facturas de comidas en Ávila, Valencia o Madrid realizadas en fin de semana y cargadas como gastos de representación. EL MUNDO

Canal 9 pagó comidas de fin de semana de su director general

José López Jaraba cargó facturas de hasta 400 euros con el ERE de la cadena en ejecución

JUAN NIETO VALENCIA
 El que fue director general de Canal 9 de 2010 a 2012, José López Jaraba, cargó unas facturas estratosféricas a su tarjeta de gastos de representación a la vez que se negociaba y se ejecutaba el expediente de regulación de empleo (ERE) que acabó finalmente con la desaparición de la televisión pública valenciana. Muchas de sus comidas y cenas se produjeron en fin de semana y fuera de Valencia, en viajes a Castilla y León, Cataluña o Andalucía.

Este diario ha tenido acceso a decenas de facturas de la cuenta 6271 de Radiotelevisión Valenciana. Ésta es la cuenta a la que se cargaban todos los gastos de representación de los directores generales que han pasado por la sepultada Canal 9. Unos gastos que no se fiscalizan pese a que el ente se ha alimentado de fondos públicos desde su fundación.

Las facturas que están en poder de este periódico se pagaron entre los años 2010 y 2011, cuando el cargo de director general lo ocupaba el periodista López Jaraba, hoy imputado por la titular del Juzgado de Instrucción 6 de Paterna (Valencia) en relación a la causa abierta por el agujero contable de más de 1.200 millones de euros.

Mientras se trabajaba en un pliego de condiciones para la contrata-

ción del servicio de asesoramiento jurídico para la negociación y ejecución del ERE en RTVV, que acabó siendo declarado ilegal por el Tribunal Superior de la Comunidad y motivó el posterior cierre de la empresa, el ex director general apenas redujo sus gastos de representación. Según ha podido averiguar este periódico, se estima que sólo entre los años 2010 y 2012 López Jaraba gastó más de 100.000 euros en comidas y cenas regadas con vinos y licores exclusivos, según evidencian las facturas.

Estos gastos son legales y están previstos en los departamentos contables de las empresas públicas. Varias de las comidas pagadas con los fondos asignados a la televisión, en teoría de trabajo, superan los 200 euros y en el expediente no se especifica el motivo del encuentro o la identidad del resto de comensales. Sólo hacía falta que López Jaraba guardara el recibo y el justificante de su Visa para que el servicio económico de RTVV ordenara la transferencia a su cuenta. Así de sencillo.

El 7 de enero de 2011, un día después de Reyes, López Jaraba cargó a Canal 9 una comida de 231,90 euros en un restaurante situado en el corazón histórico de Ávila. Era viernes, pero ese año se prolongó la jornada festiva hasta el lunes siguiente. En el restaurante La Pera Limonera, Ló-



José López Jaraba, en los juzgados de Paterna. BIEL ALIÑO

pez Jaraba comió mollejas de ternera (15,97 euros), cresp de morcilla (13,66), tres chuletones (69,44) o medallones de solomillo (22,92). La comida fue regada con una botella de Matarromera (Ribera del Duero) que costó más de 25 euros.

Unos días después, según esta documentación, López Jaraba viajó a Barcelona. Era el fin de semana del 14 al 16 de enero de 2011, justo cuando se conoció que la Generali-

dad, con Francisco Camps como presidente, programaba despidos masivos en la Administración ante la falta de ingresos. En apenas dos días gastó más de 500 euros en comidas y cenas por la ciudad condal.

En el Merendero de la Mari, situado en el Port Vell, el ex director general y su acompañante degustaron un arroz *pelat* (40 euros) con *catexels* (13,80) y coca (11,25). En esta comida se sirvieron dos copas de Lustau

(10,70) y un Gramona Imperial Brut (24,75), uno de los mejores representantes del espumoso español. El precio final llegó a los 117,27 euros.

Un día antes, López Jaraba cargó otros 43,9 euros por un piscochabís en una marisquería y 125,44 euros más por otra comida, esta vez, en el restaurante Semproniana. Allí probó dos atunes distintos (42,44 euros) con vino de Aalto Bodegas (46,12).

El domingo, en vez de regresar a Valencia, la documentación confirma que López Jaraba viajó a Madrid y cenó en el restaurante Virú, de alta cocina peruana. Volvió a pedir vinos de Aalto (38 euros), pulpo a la parrillada (19) o pez mantequilla (21). En total, 136,50 euros.

Dos semanas después, López Jaraba se desplazó a Sevilla, el fin de semana del 29 de enero. Esos días, los medios de comunicación publicaban que el paro rozaba los cinco millones de personas y las administraciones se apretaban el cinturón para garantizar servicios básicos. El ex director general de RTVV cenó esa noche en Casa Román, en la plaza de los Venerables, tomó varias copas de vino (8,90 euros), además de una botella de Ribera del Duero (15). Para picar una ración de jamón (17,70) y ensalada de atún (10,90).

El ex director general ya ha declarado como imputado por el caos contable del grupo audiovisual. En su etapa, según la documentación que el sindicato CGT llevó a Anticorrupción, se gastaron hasta 80 millones fuera de presupuesto. El periodista llegó a la dirección del ente tras la dimisión de Pedro García por su implicación en la trama Gürtel -este último habría recibido supuestamente 500.000 euros en comisiones a cambio de amañar el concurso de las pantallas de la visita del Papa-.

28 PRESENCIA
02.11.2014

COMUNICACIÓ

Sandra Daviu. Periodista. Copresentadora d'«Espanya directo» de La 1

“Em falta cobrir uns Jocs”



No penso que sigui un pas enrere, perquè tot el que fas t'aporta alguna cosa i més en un mitjà com la tele

GEMMA BUSQUETS

● Sandra Daviu (Barcelona, 1975) ha tornat a TVE, on va començar el 1997 treballant a Teledeporte.

Va ser reportera d'Espanya directo en la primera etapa. Com afronta ara el repte de presentar crònica social?

Espanya directo va començar el juliol del 2005 i en vaig marxar el març del 2006 perquè l'octubre del 2005 van proposar-me presentar les loteries i durant un temps ho vaig compaginar. És molt diferent del que he fet fins ara. Però els reptes m'agraden, sempre que vegi que els puc assolir. En aquest cas, m'ho van proposar i he volgut provar-ho. És un gènere que mai havia fet.

La crònica social s'ha de fer amb una mica de picardia i no ha de ser tan oficialista?

En el programa busquem que la gent sentrengui i has de donar-li un punt d'humor i ironia, d'entreteniment, però sempre sense ofendre ningú. Quan hi hagi temes més seriosos cal fer-ho amb rigor, però en altres sempre amb ironia. M'agradaria trobar el punt just, l'equilibri: sense ser excessivament banal però tampoc ser massa dens. I és complicat, a més, perquè *Espanya directo* no té tampoc tradició de tertúlia de crònica social.

És un dels canvis d'un magazín que des de sempre s'ha basat en reporters i en connexions en directe?

Sí, també s'han renovat els presentadors i col·laboradors. S'hi ha introduït també una secció de zàping televisiu però la major part del programa consistirà en l'actualitat, que és el que defineix el programa.

Els últims tres estius ha estat la substituïda de Susana Griso a Espejo público. El retorn a TVE amb Espanya directo és un pas endavant?

Al llarg de la meua vida professional he fet moltes coses i sempre intento treure la part positiva de cada una. Durant

Des del 2001 a Madrid, explica que vol tornar algun dia a Catalunya

tres anys vaig presentar *El Diario* i n'he après molt, amb el directe; és a dir, descoltar el testimoni i de saber preguntar i repreguntar. I *Espejo público*, a Antena 3, un programa de prestigi, consolidat i de referència, també m'ha aportat moltes coses. I no penso que sigui un pas enrere perquè tot el que fas t'aporta alguna cosa i així és com m'ho vull prendre, i més en un mitjà com el de la tele. Hi ha poquíssimes persones que a la tele sempre estan a dalt tot del rànquing. Un pas enrere? No ho comparteixo gaire.

Un cop t'acostumes a la visibilitat de la tele, si no hi surts, tal com es diu, ets mort. L'audiència s'oblida de tu?

Si vols fer pantalla, és evident que si durant un temps no en fas l'audiència i també els mateixos professionals del mitjà s'obliden de tu. Però no és una cosa que em preocupi. Si puc fer pantalla i presentar, perfecte. Però sóc periodista: he estat reportera, redactora, he fet de càmera... Intentaria buscar-me la vida.

No troba a faltar sortir del plató?

M'encanta fer plató i directe, però una mica sí que trobo a faltar l'oportunitat de viatjar, com quan vaig fer *Escuela de deporte* i vaig anar als Jocs Paralímpics de Sydney. També era una altra època de la meua vida: era més jove i tenia menys lligams. Viure en primera persona la notícia sempre es troba a faltar.

Li agradaria tornar als esports, els seus inicis?

M'apassionen els esports i m'agraden les competicions. I tinc una espina clavada que és cobrir uns Jocs Olímpics.

Què en pensa, de la imatge de la dona a la tele?

És veritat que en televisió es prioritza una imatge. Les cadenes intenten buscar una imatge que quadri amb uns perfils de solvència. Buscaran una imatge però que sigui solvent. Però amb els homes no passa tant; s'exigeix massa a la dona.

Li hauria agradat fer la tasca del presentador?

M'hauria agradat una presentació compartida, però quan em van fitxar ja sabia les condicions. Roberto ha estat una persona molt generosa amb mi, quan vaig començar el primer estiu a *Espejo público* i me n'alegro molt per ell. Costa de trobar suports en aquesta professió i ell em va ajudar molt el primer estiu. Me n'alegro molt per ell perquè és la seva primera gran feina com a presentador en solitari. Ens avenim molt i no és forçat, i això es traspasa a la pantalla. Sóc partidària de fer una tele més propera, sense rigidesa; m'agrada veure presentadors naturals.



Sandra Daviu ha treballat a TVE, on va començar, i a Antena 3. TVE

BIOGRAFIA

La trajectòria de Sandra Daviu ha estat lligada a TVE des del 1997 a Teledeporte. També va presentar 'La suerte en tus manos' i 'Escuela de deporte'. A Antena 3 ha presentat 'El Diario' i 'Espejo público' els tres últims estius.



Ben Bradlee recibe la Medalla Presidencial de la Libertad, la mayor condecoración civil de Estados Unidos, de manos de Barack Obama, en 2013. Foto: Evan Vucci (Associated Press)

El Ben Bradlee que conocimos

Amigo, jefe implacable y, sobre todo, un hombre en busca de la verdad: así recuerdan los periodistas del 'caso Watergate' al desaparecido exdirector de 'The Washington Post'

Por B. WOODWARD y C. BERNSTEIN

Hace 40 años, Ben Bradlee nos expuso su teoría general del periodismo y la vida: "La nariz hacia abajo, el culo hacia arriba y con paso firme hacia el futuro". Entendía el pasado y su importancia, pero estaba completamente liberado de él. El pasado era historia, de la que había que aprender. Se negaba a dejarse lastrar emocionalmente por él y a desalentarse por sus altibajos. La analogía militar, que a menudo no es más que un cliché, es válida en este caso: un gran general, tranquilo en la batalla, con el amor y el afecto de sus soldados, a los que protegía con la misma furia con la que les enviaba a su misión. Él mismo se había construido un personaje original, diferente de cualquier otra persona en su redacción: diferente por su temperamento, por su actitud, incluso por su aspecto físico y su lenguaje (una mezcla de inglés tradicional anglicano y expresiones de marino). Bradlee [falleció el 21 de octubre, a los 93 años] transformó no solo *The Washington Post*, sino también la naturaleza y las prioridades del periodismo.

No era hombre de arrepentirse. Nunca se mostraba cínico, pero siempre era escéptico. Y el hilo conductor de su vida —increíblemente, sin caer en santurronería de ningún tipo— fue el culto a la verdad. Una de las cosas que indicaban cómo ejercía Bradlee el mando era su manera de afrontar los errores y equivocaciones, tal vez la responsabilidad más incómoda de un periodista, una verdadera prueba de fuerza, competencia y compromiso con la verdad.

Nosotros compartimos las trincheras con Bradlee durante la cobertura del caso

Watergate, y en un momento dado, hace casi exactamente 42 años, cometimos un error monumental: en un reportaje de portada afirmamos que, según un testimonio prestado ante el Gran Jurado, el jefe de gabinete de Richard Nixon, Bob Haldeman, había controlado un fondo secreto utilizado para financiar la entrada de los ladrones en el hotel Watergate, además de otras actividades clandestinas e ilegales.

El reportaje, publicado cuatro meses después de que la Casa Blanca dijera que el allanamiento no había sido más que "un robo de tercera categoría", suponía un gran paso a la hora de demostrar el vínculo entre los delitos cometidos en el Watergate y el Despacho Oval. Lo malo es que ese testimonio no había existido; aunque al final se vio que teníamos razón en que Haldeman controlaba ese dinero y mucho más.

"¿Qué ha pasado?", nos preguntó Bradlee. La Casa Blanca y los partidarios del presidente estaban asaeteándonos a denuncias y refutándonos con argumentos que parecían bastante creíbles. Nosotros no sabíamos bien en qué nos habíamos equivocado aquel día de octubre de 1972 y estábamos allí, inseguros y tratando chapuceramente de salvar la cara.

"No sabéis dónde estáis", dijo Bradlee. "No tenéis los datos. Estad callados por ahora... Vamos a ver en qué acaba esto". De pronto, giró su silla, puso una hoja de papel en su vieja máquina de escribir y empezó a teclear. Después de empezar varias veces, redactó su declaración: "Reiteramos la veracidad de nuestro reportaje". No mostró ningún enfado ni rencor hacia nosotros, pese a que mucho después diría que aquel había sido uno de los peores momentos de sus 23 años como director del *Post*.

Habíamos cometido un error estúpido, de novatos. Nuestra fuente principal, el tesorero de la campaña de Nixon, sabía que Haldeman había controlado el fondo, y había prestado testimonio ante el Gran Jurado. Pero en su comparecencia no le habían preguntado por Haldeman. Nosotros supusimos que sí y, al hacerlo, violamos una regla fundamental de Bradlee: "Nunca hay que suponer nada". El respaldo de Bradlee en aquel momento tan humillante fue mucho más que un consuelo y un voto de confianza. Sabíamos que él estaba convencido de que íbamos en la buena dirección, pero habíamos sufrido un tropezón casi fatal. Y él fue un salvavidas de tranquilidad.

Para él, lo importante eran los hechos. ¿Qué datos había? ¿Estaban comprobados? ¿Quién tenía otra versión?

No le importaba nada emplear medidas melodramáticas para proteger a sus redactores

Para Ben, lo importante eran los hechos. ¿Qué datos había? ¿Estaban comprobados? ¿Quién tenía otra versión? Uno no podía considerarse reportero hasta haber tenido que pasar por un interrogatorio de Bradlee. Durante aquel vergonzoso episodio, hubo un momento en el que estábamos resumiéndole lo que nos había dicho una de nuestras fuentes. "No", insistió Ben. "Quiero oír exactamente lo que le preguntasteis y cuál fue su respuesta exacta".

Cuando desentrañamos por fin nuestro error sobre Haldeman, unos días después —y pudimos obtener más pruebas de su control del fondo secreto—, Ben ya estaba en otra cosa. Su pregunta era: "¿Qué tenéis para mañana?". En otras palabras, siempre hacia delante. La nariz hacia abajo, el culo hacia arriba. ¿Cómo pensábamos seguir explicando a los lectores —y a él— lo que estaba ocurriendo, y por qué?

Cuando el director Alan Pakula empezó a buscar a un actor para encarnar a Bradlee en la versión cinematográfica de *Todos los hombres del presidente*, Jason Robards Jr. pareció un candidato natural. Pakula nos contó después que Robards se había mostrado entusiasmado, se había llevado el guion a casa para leerlo y había vuelto perplejo:

"No puedo hacer de Ben Bradlee", dijo Robards.

"¿Por qué?", preguntó Pakula.

"No hace más que ir de un lado a otro y preguntar a los reporteros: '¿Dónde está la maldita historia?'".

"Eso es lo que hace el director de *The Washington Post*", explicó Pakula. "Es su trabajo. Lo único que tienes que hacer es encontrar 15 formas distintas y dramáticas de decir '¿Dónde está la maldita historia!'".

"¡Ah!", respondió Robards. Aceptó el pa-



pel, lo interpretó como si hubiera vivido en la piel de Bradlee toda su vida y ganó el Oscar al mejor actor de reparto. Cuando Ben se enteró de esta anécdota, se rio a carcajadas. Sí, dijo, su papel era ser el motivador jefe. Pero su trabajo consistía en algo más, añadió con ironía.

Bradlee tenía una inquietud peculiar, un rasgo que estaba presente ya en su juventud. A finales de los años treinta formó parte del famoso Estudio Grant sobre alumnos de primer curso en Harvard. Varios sociólogos y psicólogos entrevistaron y observaron a los 268 sujetos del estudio durante toda su vida. Uno de los primeros investigadores habló de su "inquietud" y añadió: "Hay ocasiones en las que bebe demasiado alcohol, pero eso no basta para satisfacerle".

En cierto sentido, nada le satisfacía por completo. Siempre exigía más a todos, empezando por sí mismo. Desde que tomó posesión como director del periódico en los años sesenta, se acostumbró a recorrer la redacción de la quinta planta en busca de actividad, o una información jugosa, o el último cotilleo. Cuando se detenía a hablar con los redactores, todos solían parar lo que estuvieran haciendo, y desde un centenar de mesas le miraban tratando de interpretar las señales. Si había dos o tres periodistas hablando en grupo, él se acercaba. A lo mejor tenían alguna historia, y quería saberlo.

Sed agresivos, insistía. "Me gustan los periodistas que presionan", nos dijo en una entrevista grabada en 1973 para el libro que estábamos escribiendo sobre el Watergate, que acabaría siendo *Todos los hombres del presidente*. "Eso me permite sentirme más cómodo, en especial por el hecho de ser un director que presiona".

No hacía el periódico pensando en sus amigos ni en la gente influyente.

Cuando estábamos investigando el papel de Henry Kissinger, consejero de seguridad nacional de Nixon, a la hora de seleccionar a 17 asesores de la Casa Blanca y periodistas a los que querían poner escuchas para encontrar la fuente de las filtraciones de noticias, informamos a Kissinger de que íbamos a citar en el periódico los comentarios que nos había hecho. "¿Qué?!", estalló. Esas no eran las normas que había seguido con otros reporteros. Fue elevando la voz. "No tengo por qué someterme a un interrogatorio de la policía sobre esto".

Nos convocaron a una reunión con varios responsables del periódico en la oficina del número dos de Bradlee, Howard Simons. Bradlee, que no estaba presente, llamó por teléfono para contarnos las novedades, en un fuerte acento alemán que pretendía imitar a Kissinger. "Acaba de llamarme Henry. Está furioso. Vosotros decidís. Yo hago de periodista y os leo lo que dijo Henry y vosotros lo utilizáis si creéis que va a ser útil".

Con la discusión que se suscitó, el reportaje quedó aplazado y se nos adelantó Seymour Hersh, de *The New York Times*, pero las palabras de Kissinger se publicaron poco después en el periódico. A Bradlee le encantó que apareciera la firma de Hersh en varios reportajes cruciales del *Times* sobre el Watergate. "Ya no éramos los únicos que controlábamos", nos dijo unos meses después. "Fue un momento feliz".

A Bradlee no le importaba nada emplear medidas melodramáticas para proteger a sus redactores. Cuando el comité para la reelección de Nixon reclamó por vía judicial nuestras notas y las de otros redactores del *Post* sobre el Watergate, como parte de una demanda civil, Bradlee y la editora del periódico, Katharine Graham, decidieron declarar que la propietaria legal de todos los documentos era ella, no sus periodistas, y que cualquier acción judicial debería ir dirigida a su persona.

"Si el juez quiere enviar a alguien a la cárcel, tendrá que enviar a la señora Graham", nos dijo Bradlee, con visible regocijo. "Y la señora dice que está dispuesta a ir! Así que allá el juez con su conciencia. ¿Os imagináis las fotos de su limusina lle-

gando al Centro de Detención de Mujeres, y a nuestra chica que sale y entra en prisión por defender la Primera Enmienda? Esa imagen se publicaría en todos los periódicos del mundo".

Hasta que entrevistamos a Bradlee en el verano de 1973, justo mientras se retransmitían por televisión a todo el país las sesiones del Senado sobre el Watergate, no fuimos plenamente conscientes de la inmensidad y el tipo de presiones que habían sufrido él y la señora Graham y hasta qué punto nos había protegido. Ni siquiera le había contado a Howard Simons que había habido varios intentos de obligar al *Post* a reducir sus informaciones sobre el tema. "Estaba empezando a comprender que lo que estaba en juego eran mis huevos", dijo. Recibía llamadas de otros directores de periódicos—colegas a los que respetaba enormemente— que le

Nixon] estaban verdaderamente deseosos de acabar con el *Post*, que la estaban siguiendo y pinchando sus teléfonos, y siguiéndome a mí y pinchando mis teléfonos, y que no se andaban con tonterías. Y entonces ella venía y me lo contaba".

Entre otras cosas, expresaba su preocupación por que los agentes de Nixon filtraran informaciones—ciertas o no— sobre la vida personal de cualquiera de los dos, nos dijo Bradlee. (En ningún momento de las investigaciones del Watergate apareció ninguna prueba de que hubieran seguido o pinchado a Graham, Bradlee ni nadie más del *Post*).

Un momento crucial, nos contó, fue la publicación de un reportaje en septiembre de 1972, tres meses después del robo, cuando John N. Mitchell, antiguo jefe de campaña y ministro de Justicia de Nixon, nos dijo en una conversación telefónica

te convocó a Bradlee al saber que el *Post* se disponía a publicar una información de que el rey Husein de Jordania cobraba un sueldo de la CIA. Carter confirmó que era verdad, pero pidió personalmente a Bradlee que no publicara la noticia. Cuando el presidente reconoció que no suponía ningún peligro para la seguridad nacional, Bradlee tomó la decisión de publicarla, lo cual enfureció a Carter.

Bradlee tenía a desconfiar cuando alguien—sobre todo los presidentes— decía que no debíamos publicar alguna información por motivos de seguridad nacional, y sus sospechas se veían confirmadas una y otra vez por argumentos espurios, como en el caso de los *papeles del Pentágono*. Ahora bien, no siempre era así.

En 1988, un modesto analista de los servicios de espionaje de EE UU acudió al *Post* con informaciones sobre programas de máximo secreto. Occidente no había ganado aún la guerra fría. Como escribió Bradlee en 1995 en sus memorias, *Una buena vida*, el analista llevaba "detalles sobre tres operaciones relacionadas con sistemas que permitían a los soviéticos controlar distintas unidades en sus fuerzas nucleares y que describían cómo EE UU había conseguido penetrar esos sistemas en tiempo real".

Bradlee se reunió con el analista y llegó a la conclusión de que dar a conocer la información "pondría en peligro la seguridad del país". Se negó a publicarla, pero le preocupó—no por espíritu competitivo, sino por la seguridad— que el analista llevara los datos a otros medios. Ben era un patriota de la vieja escuela, que había vivido intensamente sus tres años a bordo del destructor *USS Philip*, en el Pacífico, durante la II Guerra Mundial. Para neutralizarlo, Bradlee habló con el director de la CIA, William Webster, de cómo disuadir a aquel hombre: que la CIA le ofreciera un ascenso y le advirtiera de que podía acabar en prisión si revelaba los programas. Parece que el analista nunca mostró la información a ningún otro periodista.

Ben Bradlee era la esencia del periodismo. En 2008 volvió a mantener una conversación grabada con nosotros sobre el Watergate, su vida y *The Washington Post*. En ella reflexionó sobre las convulsiones que habían supuesto para los medios de comunicación, por ejemplo, el declive económico del sector de la prensa escrita, el ascenso de Internet y—algo que le preocupaba especialmente— la impaciencia y velocidad del tráfico de noticias.

Dijo que ya estaba bien de lamentarse por la posible desaparición de los periódicos. "Me horroriza. No puedo imaginar un mundo sin periódicos. No soy capaz".

Cuando escribimos *Todos los hombres del presidente* teníamos 30 años, y decir que éramos unos jóvenes impresionables es poco. Sin embargo, a medida que los años de relación se convirtieron en decenios, y la amistad y el vínculo forjados por una experiencia común y extraordinaria se volvieron indestructibles, nosotros seguimos sintiéndonos tan asombrados e impresionados por su sabiduría y la inimitable verdad de su ejemplo, y tan incrédulos ante la pura alegría y la determinación con las que parecía vivir a diario su vida como desde el primer momento de conocerle. Durante 40 años tuvimos muchas ocasiones de comprobar que lo que observamos al principio era genuino.

"¿Cómo te gustaría que te recordaran?", le preguntó Sally, su mujer durante 36 años, en una entrevista que le hizo para el *Post* en 2012. Su respuesta le define: "Como alguien que dejó un legado de honradez y vivió su vida lo más cerca que pudo de la verdad". ●

Bob Woodward y Carl Bernstein son coautores de dos libros sobre el Watergate, *Todos los hombres del presidente* y *Los días finales*.

Traducción de María Luisa Rodríguez Tapias.



Woodward (izquierda) y Bernstein escoltan a Bradlee durante un homenaje al periodista. Foto: R. C. (The Washington Post)



Ben Bradlee en su oficina del *Post* en 1971, un año antes del estallido del caso Watergate. Foto: Mike Lien (NYT)

decían que el *Post* se había "vuelto loco". A Katharine Graham la bombardeaban desde la Administración, sus amigos más queridos, como los influyentes columnistas Joseph Alsop y James Reston, y el consejo de administración.

"Llegó un momento en el que Katharine me dijo que teníamos que hablar, porque la situación era muy grave", contó Bradlee. "Le estaban haciendo la vida imposible amigos como Alsop y Reston, que le decían que el *Post* estaba cometiendo una temeridad y casi acosando al Gobierno, y preguntándose por qué no lo estaba haciendo ningún otro periódico. Ella venía a contarme todo eso. Y yo repasaba el periódico y le aseguraba" que las informaciones estaban contrastadas.

"En un par de ocasiones se preocupó", continuó Bradlee. "Para qué nos vamos a engañar. Iba a Wall Street y varios amigos suyos le decían que [los hombres de

que iba a "retorcer las tetras a Katie Graham" si se publicaba una historia que le involucrase. Y añadió que en un futuro próximo iban "a publicar una historia sobre todos ustedes". "No voy a dar detalles", continuó, pero había "presiones, presiones... Cada día más...".

"Era evidente que lo que teníamos en las manos era una bomba, ¿no? Pero todavía no tenía claro si la bomba podía destruirnos a nosotros, al presidente o a ninguno". Añadió: "Cada vez que empezabais a meteros en otra información de la policía, surgía alguna otra cosa, y la mirada de incredulidad que teniais los dos la recordaré hasta que me muera". Como director, él era quien tomaba las decisiones definitivas sobre publicar o no docenas de informaciones que podían revelar delicados secretos de seguridad nacional.

Durante el primer mes de la presidencia de Jimmy Carter, en 1977, el presiden-



LLUÍS CRUZ Periodista, presentador del programa «Té de tot» de TV Girona

«Té de tot», el magazín informatiu i d'entreteniments de TV Girona, és des de fa anys un canal obert als personatges i els fets més destacats de la zona; el seu conductor, Lluís Cruz, parla dels seus inicis a la televisió local, de l'adrenalínic directe del programa i del panorama del periodisme en l'actualitat.

TEXT I FOTOGRAFIA **MATÍAS CROWDER**

Als estudis de TV Girona se sent l'enrenou propi dels minuts previs al directe. Lluís Cruz (Lloret de Mar, 1983), la cara visible del programa *Té de tot* des de fa més d'un any, saluda els seus convidats. Des de l'estudi, a través d'un finestral, es pot veure el carrer Nou de Girona, molt concorregut a aquesta hora del migdia en què el programa surt a l'aire. Distès malgrat el ritme del programa, explica que va posar els peus a TV Girona per primera vegada el 3 de juliol de 2006, el dia de l'accident del metro de València. Poca gent recordava la data d'aquest accident abans que Jordi Évole recuperés el tema en un *Salvados*; però ell la té sempre molt present. Aquell dia començava les pràctiques com a becari a la cadena, i allò li va quedar gravat.

Va deixar la geografia per la TV, és a dir, va canviar el compàs pel micròfon... De fet, sempre vaig tenir clar que preferia el micròfon, ja des de ben petit. La geografia em va començar a agradar quan estudiava a l'institut, però després del primer any de carrera, em vaig adonar que la primera impressió, la qual havia tingut tota la vida, era la que valia. I aquí estic...

En el seu passat s'havia mogut en la premsa... De la paraula escrita a la televisiva hi ha un abisme? Tant com un abisme, no m'atreviria a dir-ho. El que sí és cert és que quan un escriu, passen dues coses. Una, que pot ser més pausat a l'hora de pensar molt bé què dir, com dir-ho, i repassar que no quedi cap matís a la lliure interpretació, o tot el contrari, deixar esquers per a possibles dobles lectures. I un altre és que quan un escriu, el text ha de ser pensat per ser llegit i entès a la primera. La paraula dita és diferent. D'entrada és espontània, és fresca i sol ser més natural (que no vol dir sincera). Quan algú és capaç d'articular un discurs de manera improvisada, sense més suport que allò que sap, i ho expressa amb claredat i de manera entenedora, és un bon comunicador.

Què és Té de Tot? Pretén ser un programa en què l'espectador sàpiga què passa a la seva ciutat i la seva comarca, i a més tingui les claus per entendre què passa al país i al món. Però a banda d'informar, també pretén ser un espai en el qual un pugui conèixer gent i llocs, d'una manera distesa i divertida. Vaig tenir clar des del principi que en el programa volíem apostar per la informació, per dir les coses pel seu nom; i per riure. Es pot tractar informativament un tema sense el «rictus» de la serietat. S'ha de ser amè, que no frívol.

Quan s'està en directe, es dispara l'adrenalina? Sí. I si no, hauria de ser així. Fa anys, quan vaig descobrir aquest món de la comunicació a Nova Ràdio Lloret, hi va haver un company, Eduard Lanzas, que em va dir una cosa que mai he oblidat: «Abans d'entrar en directe, has de notar un pessigolleig a l'estómac, no necessàriament de nervis, però sí de responsabilitat. El dia que no el notis, preocupat». Això m'ha quedat gravat. Hi ha molts dies que estàs nerviós perquè entres a l'estudi just de temps, per les presses d'última hora per tancar temes; i d'altres que entres preocupat perquè saps que hi ha algun problema tècnic que et pot passar factura, però... el directe és així, imperfecte per definició. I abans que em preguntis, sí. Hi va haver algun dia que no vaig notar aquell pessigolleig. Vaig demanar parar el que feia i canviar de rol a la tele.

La gent coneix la seva faceta de periodista. Què és el que no coneix de vostè? El que no vull que se sàpiga...! (riu) Cadascú té el seu petit gran món interior, i evidentment, jo tinc el meu. Per als assumptes personals sóc molt reservat, hi ha qui diu fins i tot que molt «recollit». No em van les masses, l'opulència, l'ostentació, o encara que sembli paradoxal, cridar l'atenció.

«El "periodisme de trinxera" s'ho menja tot»



afegeixo: «I per aquest ordre». Un no pot ser bo si no té criteri, i el criteri el dona l'experiència, i l'experiència és sòlida quan s'entén la teoria que et van explicar a la facultat.

Matías Prats es vantava que ningú sabia de quin partit o de quina tendència política és. És necessària l'objectivitat extrema? L'objectivitat, o és objectivitat, o no és res. En tot cas, prefereixo quedar-me amb el concepte de «mínima subjectivitat possible». No crec en l'objectivitat, sincerament. Ningú ho és. El que sempre dic és que un periodista ha de ser, per definició, honrat. Sincerament honrat; amb si mateix, amb la seva professió i amb el que la professió significa. Si un no és honrat, malament, tant a nivell periodístic com en qualsevol altra faceta de la vida. L'opinió que es formi qui et llegeix, o qui t'escolti, dependrà en certa manera d'allò que tu hagis explicat i de com ho hagis fet.

Quina és la notícia més dura que ha donat, i per què? La detenció i posada a disposició judicial d'un monitor infantil del meu poble, per haver abusat de menors d'edat, de nens molt petits. Un abús a un nen és cruel i si hi afegeixes el tipus d'abús, aquest es torna més cruel encara. Però per a mi, donar aquella notícia va ser especialment dur perquè va passar al meu poble, i tot i que no coneixia a les víctimes, sí que coneixia el botxí. Havíem estudiat junts a l'institut, i durant una època, havíem col·laborat en la mateixa entitat esportiva... Però quan passa una cosa així, i desperta interès general, el que et deia abans: un ha de ser honrat i explicar allò que passa, perquè se sàpiga i perquè s'entengui.

Li agradaria canviar algun aspecte del periodisme? M'agradaria que a les coses se les digués pel seu nom. Informació és informació, opinió és opinió, i desitjos són desitjos. Ara vivim un moment on el frontisme i l'anomenat «periodisme de trinxera» s'ho menja tot. El «o estàs amb mi o contra mi», o el «o ets part de la solució, o part del problema». Doncs mira, jo no estic ni amb uns ni amb altres, i no sóc ni solució ni problema de res. Jo només explico el què passa, i m'esforço a donar les claus perquè sigui entès. Mantenir la gent dividida, tensionada i intencionadament mobilitzada contra alguna cosa –mai és a favor, sempre és contra– és dolent. Aquesta mena de lluita o de guerra ferotge per destruir l'altre no està fent altra cosa que encegar el país sencer. I mentre el país segueix encenat, hi ha moltes coses que no veurà. I ara és crucial tenir els ulls oberts, fer memòria i lligar caps per entendre per què passa allò que passa, i per què passa com passa. Encara que els pesi als poderosos que han dissenyat aquesta guerra, tenim molta sort que encara hi hagi qui fa periodisme, i que ho faci malgrat tot.



«No crec en l'objectivitat, sincerament. Ningú ho és. El que sempre dic és que un periodista ha de ser, per definició, honrat. Sincerament honrat; amb si mateix, amb la seva professió i amb el que la professió significa»

Un amic em va dir: «Sent com ets, per què et dediques al que et dediques?». No ho sé, vocació, suposo. No tothom té el mateix paper al llarg del dia...

On s'aprèn més periodisme, a la Universitat o a la TV? Al carrer, això segur. I qualsevol periodista avalarà aquesta tesi. És clar que cal una formació teòrica per saber com moure, però no n'hi ha prou. La pràctica és fonamental per descobrir si la teoria s'ha entès o no. Ara que m'he posat a recordar amics i companys, et diré una altra frase que un company amb qui vaig compartir moltes tardes a la Cadena SER Osona em va dir un dia: «Un bon periodista ha d'estar format, informat, i tenir criteri». I



TV3 eixampla el domini a l'octubre

Obté la millor dada de l'últim any i mig en un mes en què 8TV i La Sexta baten rècords històrics

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

TV3 va ser el canal més vist a Catalunya durant el mes d'octubre. La televisió pública, a més, amplia lleugerament la distància respecte a la segona classificada, Telecinco, i s'anota el millor resultat des de l'abril del 2013.

TV3

Guanya nou dècimes i supera en 1,8 punts la segona classificada
TV3 ha consolidat a l'octubre la primera plaça que ja havia aconseguit al setembre després d'un estiu negre. Si fa un mes el canal públic tenia un 13,3% de quota de pantalla, ara s'ha enfilat fins al 14,2%, una xifra que millora en sis dècimes la del maig, la més alta de l'any fins ara, i que no assolida des del 14,3% de l'abril de l'any passat. TV3, a més, se separa una mica més de les seves rivals: al setembre superava la segona classificada per un punt i mig, i ara la distància és d'1,8 punts.

La televisió pública també domina clarament el rànquing de programes: tot i que se li ha escapat la primera posició, en benefici del *Salvados* amb Oriol Junqueras a casa d'una família de Sevilla, TV3 ha situat vuit emissions entre les deu primeres places del rànquing. A més, ha encapçalat la llista de programes més vistos en 28 dels 31 dies del mes, i 21 vegades ho ha fet gràcies als *Telenotícies*.

Pel que fa a la resta de canals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), el 3/24 repeteix l'1,6% del setembre –la millor dada en dos anys– i l'Esport3 també es manté estable, amb un 1,2%. El Super3 / 33 baixa una dècima i se situa a l'1,6%.

Canals privats espanyols

Telecinco recupera la segona plaça i La Sexta fa rècord

Després de dos mesos quedant per darrere d'Antena 3 –al setembre, per només una dècima–, Telecinco repren ara la iniciativa entre els canals espanyols a Catalunya, i amb una distància considerable: nou dècimes. El canal de Mediaset s'enfila des de l'11,7% fins al 12,4%, mentre que el d'Atresmedia es deixa tres dècimes i es queda amb un 11,5%, en la tercera posició.

En canvi, entre els segons canals s'imposa La Sexta, que obté a més el seu millor resultat històric, amb un



EL MÉS VIST
El *Salvados* de Junqueras a Sevilla va ser l'emissió líder de l'octubre a Catalunya. ATRESMEDIA

Programes TV3 ha liderat el rànquing d'emissions més vistes en 28 dels 31 dies del mes

6,6%, tres dècimes més que al setembre. Mentrestant, Cuatro es manté estable amb un 6,2% de *share*. Per grups, les bones xifres dels temàtics permeten a Mediaset superar clarament Atresmedia: 26,8% a 22,6%.

TVE

La 1 no millora i comença a veure amenaçat el quart lloc

La televisió pública estatal remunta una dècima des del setembre, però continua sense aixecar el cap.

Amb un 7% de quota a l'octubre, continua sense cap opció de lluitar pel lideratge i, en canvi, sent cada vegada més a prop l'alè dels canals privats petits: La Sexta està ja a només quatre dècimes de prendre-li el quart lloc a Catalunya. Tampoc no aporten bones notícies la resta de canals de Televisió Espanyola: La 2, per exemple, baixa una dècima, fins al 2,6%, i en conjunt la corporació estatal es manté estancada en el 12,3%, una xifra inferior a les de TV3 i Telecinco individualment.

8TV

La privada supera el rècord històric del setembre

Per segon mes consecutiu, el canal del Grupo Godó bat el seu rècord històric: després del 4,2% del setembre, 8TV ha pujat dues dècimes més, fins a arribar al 4,4%. El seu programa insignia, *8 al dia*, ha continuat acumulant grans resultats aquest mes i di llunes es va quedar a només 1.000 persones d'igualar el seu màxim històric de 288.000 espectadors, assolit el 18 de setembre.

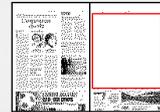
Programes més vistos a l'octubre a Catalunya

	ESPECTADORS	'SHARE'
01 <i>Salvados</i> : Família política, con Oriol Junqueras LA SEXTA 19/10	1.124.000	33,0%
02 Lliga de Campions: Barça-Ajax TV3 21/10	1.050.000	32,4%
03 <i>Telenotícies migdia</i> TV3 14/10	710.000	35,7%
04 <i>Telenotícies cap de setmana vespre</i> TV3 05/10	708.000	21,8%
05 30 minuts: Bojos per córrer TV3 05/10	675.000	19,4%
06 <i>Telenotícies vespre</i> TV3 13/10	654.000	21,9%
07 Polònia TV3 02/10	650.000	19,5%
08 Futbol: Luxemburg-Espanya LA1 12/10	616.000	19,1%
09 Crackòvia TV3 06/10	613.000	18,4%
10 Supercopa de Catalunya: Barça-Espanyol TV3 29/10	583.000	18,6%

Telecinco mana a l'Estat, on La Sexta fa rècord

Telecinco ha tancat l'octubre com a cadena líder a Espanya per segon mes consecutiu, amb un augment d'un punt respecte al setembre que la deixa amb un 15,2%. El canal de Mediaset és el que més ha pujat durant l'últim mes, de manera que el seu avantatge sobre Antena 3 s'ha eixamplat fins als 1,5 punts. El canal d'Atresmedia també ha anat a l'alça, però només ha guanyat una dècima i s'ha quedat amb un 13,7%. Mentrestant, La 1 torna a situar-se per sota dels dos dígits després de perdre una dècima i obte-

nir un 9,9%. De moment la pública no té problemes per conservar la tercera plaça malgrat el gran creixement de La Sexta, que ha guanyat vuit dècimes i s'ha enfilat fins al 8%, el millor índex mensual de la seva història, que supera en tres dècimes l'anterior rècord, assolit el maig del 2010. Atresmedia, doncs, s'imposa còmodament en el duel de segons canals: si fa un mes la distància entre La Sexta i Cuatro era d'una dècima, ara és d'un punt, després que la cadena de Mediaset hagi retrocedit del 7,1% al 7%.



Creixement rècord d'audiència de 8tv

Més d'un milió i mig de catalans segueixen diàriament la cadena del Grup Godó

BARCELONA Redacció

8tv, la televisió del Grup Godó, ha trencat per segon mes consecutiu el seu rècord d'audiència, i amb un 4,4% de *share* segueix la seva tendència constant a l'alça.

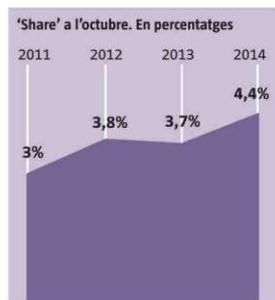
Aquest mes d'octubre, més d'un milió i mig de persones han passat diàriament per 8tv, i les audiències de la cadena han tornat a créixer a totes les províncies de Catalunya, assolint uns resultats històrics a Barcelona, on els dies laborables és habitual que les seves audiències estiguin per sobre del 7,5% de *share*, superant les de cadenes com La 1, Cuatro i La Sexta.

Al capdavant dels millors resultats de la història de 8tv trobem dos programes que ja formen part de la vida quotidiana de milions de catalans. D'una banda, l'*Arucitys* d'Alfons Arús, el magazine en català més vist als migdies, que aquest octubre ha obtingut els millors resultats de l'any, i que amb les seves noves seccions i col·laboradors s'ha convertit en el programa d'entreteniment preferit dels catalans.

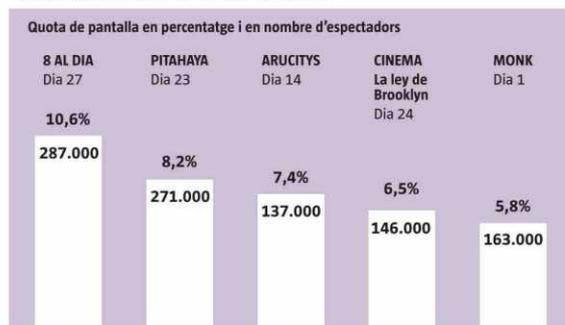
L'altre pilar sobre el qual s'ha basat aquest creixement espectacular és *8 al dia*, amb Josep Cuní, que és ara per ara l'autèntic referent informatiu dels catalans. En un moment crucial per a Catalunya, *8 al dia* s'ha consolidat com l'espai líder en opinió. Un punt de trobada on tenen cabuda tots els punts de vista i opinions, fet que l'audiència ha agraït convertint-lo en líder absolut del *prime time* en més d'una ocasió, i situant la mitjana de quota de pantalla per aquest últim mes en el 9%, rècord absolut del programa i tres punts per sobre de l'audiència del mateix període d'ara fa un any, amb una mitjana de 60.000 persones més cada dia, una clara demostració de com està seguint Cuní els espectadors.

Amb el 9-N a tocar, Josep Cuní ja està preparant un especial informatiu per fer un seguiment exhaustiu d'aquesta data històrica. A més, per commemorar el 25è aniversari de la caiguda del mur de Berlín, es farà una nit temàtica que inclourà un reportatge elaborat des de la ciutat alemanya pel mateix Cuní, i l'emissió d'una de les millors pel·lícules de Steven Spielberg, *La llista de Schindler*.

EVOLUCIÓ DE LA QUOTA MENSUAL DE 8TV



ESPAIS MÉS VISTOS A L'OCTUBRE A 8TV



convertit en la televisió de referència del bon cinema. Cada nit els espectadors de la cadena han pogut gaudir d'un gran títol del cinema recent, i durant el mes de novembre que tot just comença, la tendència seguirà sent la mateixa gràcies a títols com *L'aviador* amb Leonardo DiCaprio, *El senyor de la guerra* amb Nicolas Cage, *Sleepers* amb Robert De Niro i Brad Pitt o *The game* amb Michael Douglas.

Aquest novembre les novetats

REFERÈNCIA

L'informatiu '8 al dia' amb Josep Cuní és líder moltes nits a Catalunya

LIDERATGE

'Arucitys' d'Alfons Arús és líder del 'target comercial' en moltes de les franges

COMPETITIVA

Els dies feiners 8tv arriba a superar cadenes com La 1, Cuatro i La Sexta



ANA JIMÉNEZ / JORDI ROVIRALTA / ARXIU

Josep Cuní, amb 8 al dia, es converteix en líder d'audiències molts dies a Catalunya

En un mes especialment carregat d'estrenes a totes les televisions, l'audiència de 8tv ha respost amb entusiasme a les noves propostes de la cadena. Així, per exemple, el cicle dedicat als àliens, amb l'emissió d'una sèrie que ha comptat amb directors tan il·lustres com Ridley Scott i James Cameron, i que ha estat premiada amb diversos Oscar, ha estat un èxit rotund.

De la mateixa manera, 8tv ha

estat l'encarregada de fer l'estrena mundial a televisió de *Pitahaya*, el primer curtmetratge d'Albert Espinosa, que ha estat preseleccionat pels Oscar i del qual HBO ha comprat els drets d'emissió. Una estrena que, en franja de màxima audiència, va estar per sobre del 8% de *share* i a prop dels 300.000 espectadors.

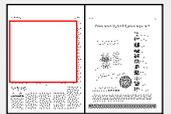
En la línia d'oferir un entreteniment per a tota la família, a la gaella de 8tv han tornat, per se-

gona temporada, espais com *El jardí de Carles Herrera*, un programa que ha arrelat molt fort entre els amants dels paratges exteriors. També ha engegat a tot gas *Pitlane*, l'espai preferit dels amants del motor. I un any més gaudirem del plaer del menjar saludable amb *Un toc de sa* amb Adam Martín.

En aquests resultats tan excepcionals també ha tingut un paper fonamental el fet que 8tv s'hagi

també estan garantides a 8tv. De dilluns a divendres podem millorar el nostre nivell d'angles amb els cursos *Vaughan*, i els caps de setmana serà el torn dels més petits de la casa amb *Kids Club*, un entretingut programa de manualitats presentat per l'adorable Andrea Vaughan. A més, descobrirem cada dia els beneficis de dormir bé amb *Descansar bé, viure bé*; i amb els reportatges de *Fer marca, fer país* coneixerem de ben a prop casos d'èxit del món de la moda i del comerç de la petita indústria catalana.

Com no podia ser d'una altra manera, aquest increment en l'audiència de 8tv també s'ha vist reflectit en la interacció dels espectadors amb la cadena a través de les xarxes socials; s'ha experimentat un important creixement tant a Facebook com a Twitter. A més, l'aplicació de 8tv ja està operativa en més de 60.000 dispositius mòbils.●



EL DEFENSOR DEL LECTOR

Pep Collelledemont



Periodista

I si Europa fes un toc?

És el darrer defensor que escric abans de l'històric 9-N. Ningú no sap què passarà, millor dit, jo sé que aniré a votar. On? No us ho sé pas dir. Fa un mes vaig vaticinar que si calgués ho fariem en algun pati d'escola o en alguna voravia dels pobles o ciutats. Els voluntaris hi són. Només els cal una taula i unes cadires, que bé poden ser de les que encara no hem endreçat de càmping d'aquest estiu passat i unes urnes que ja sortiran d'algun lloc o també les podrem fabricar sobre el terreny. Les paperetes jo ja les tinc i el que encara no en tingui que les imprimeixi amb el seu ordinador. Hem de votar, votarem, encara que sigui només per demostrar que és un dret que ningú no ens pot treure. Els que som més grans ja sabem què és no poder opinar mai. Vam estar molts anys sense poder fer-ho, cosa que pel que es veu encara n'hi ha molts que voldrien que es repetís.

DAVANT DE TANTA MISÈRIA, he volgut fer una crida en el títol de l'article: "I si Europa fes un toc?" Oficialment ens diran que és un assumpte intern i que ells no s'hi poden posar. D'acord. Però suposo que veuen tan bé com nosaltres que el pobre Rajoy -i els que l'acompanyen, és clar- no dona per més i es troba en un carrer sense sortida. Ell no ho reconeix, però les màximes autoritats europees segur que ho veuen. I em pregunto per què en to d'amic no li diuen el que ha de fer. És molt trist l'espectacle que Espanya dona arreu del món. No fa gaire temps Catalunya no era independentista, n'estic segur. Però amb la perfecta campanya que han fet Rajoy i els seus gairebé asseguraria que ara sí que formem una gran majoria. I al pas que anem Rajoy està guanyant diàriament milers de vots a l'independentisme. Veurem què passa. Quan escric aquestes ratlles encara no han arribat les prohibicions, però ja vindran, segur, no saben fer res



JORDI SOLER

més. Repeteixo, ens trobarem a votar. On? Déu dirà, però votarem.

LA CATALUNYA DEL NORD. En Sebastià Massana m'envia un correu des de la Catalunya del Nord, "on tinc l'honor de viure i treballar", en què em diu textualment: "Des de fa uns mesos m'entristeix bastant la cobertura que dona El Punt Avui de les notícies de la malaguanyada Catalunya del Nord. Les notícies del diari no són gaire nombroses i sobretot són molt poc precises." El correu d'en Sebastià m'ha despertat un rau-rau a la consciència. M'ha traslladat a aquells anys en

què ens vam treure de la màniga un setmanari editat per aquesta casa que es deia El Punt Catalunya Nord. Ens van deixar un petit local on hi havia Ràdio Arrels i vam lluitar durant un bon temps per veure si érem capaços de fer viable un setmanari en català a la Catalunya del Nord. Hi vam deixar la pell, us ho asseguro. Teníem una redacció de voluntaris, estudiants gairebé tots ells de la Universitat de Perpinyà, la correcció dels textos ens la feien uns altres voluntaris, alguns també de la universitat, i a base de posar-hi més hores que un rellotge vam anar tirant endavant el projecte. Jo

feia d'enllaç entre el diari de Girona i el setmanari, ja que llavors encara calia picar els textos i fer la compaginació, feina que portaven a terme els mateixos compaginadors d'El Punt. Us puc assegurar que mai he fet tants quilòmetres a la meua vida com durant l'aventura d'El Punt Catalunya Nord. Eren 200 quilòmetres cada dia; sortia a mig matí cap a Perpinyà i alguns dies arribava a casa a les tres de la matinada. Però quina satisfacció. En un moment determinat es va voler intentar muntar un setmanari amb cara i ulls, amb professionals i un local digne. Jo llavors ja vaig deixar de treballar-hi. Va durar un temps, s'hi perdien molts diners i no va acabar de reeixir. El nombre de lectors era insuficient per aguantar el projecte i finalment es va tancar. Es van provar altres maneres per no deixar abandonat un país germà per la història i la llengua, però d'on no n'hi ha no en raja. Amb tot, crec que vam ajudar a crear una certa consciència i hi havia gent que agraija rebre cada setmana un resum de les notícies del país en la seva llengua.

COMPARTIEXO AMB EN SEBASTIÀ que caldria donar més informació i més prope de la Catalunya del Nord en el nostre diari. "A Catalunya del Nord no falten joves estudiants que podrien començar una carrera de periodista a El Punt Avui, i que ho farien amb ganes i il·lusió." En parlem amb la direcció del diari. Certament en l'edició de paper podem dedicar un espai limitat a la informació del nostre país veí, ja que el diari tampoc no es ven en rares excepcions a Perpinyà, però en canvi tenim un web que dona molta informació del que passa a l'altre costat. Només les notícies que es consideren d'una certa importància passen al paper. Amb tot, no podem oblidar mai una realitat de fons: el nostre diari té la catalanitat com a objectiu prioritari. I la Catalunya del Nord necessita un cop de mà si no volem que el català no hi desaparegui del tot. De moment donant a conèixer als d'aquí el que passa al nostre costat. I oferint tanta informació com podem al web, que serà útil per als de la Catalunya del Nord i per als d'aquí.

Els lectors que es vulguin posar en contacte amb el Defensor del Lector ho poden fer trucant al telèfon 972 186 400, enviant un fax al número 972 186 420, per correu electrònic a l'adreça defensor@elpunt.cat, o enviant una carta al carrer Santa Eugènia, 42 - 17005 Girona. En les comunicacions escrites hi ha de figurar forçosament el nom, el domicili i el telèfon de l'autor. El Defensor del Lector les contestarà particularment, o bé per mitjà d'un article, quan consideri que tracten de qüestions d'interès general.



PERIODISMO INFORMACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

LA 'HACKATHON' DE EL MUNDO

Este diario abre las puertas de su 'app room' y propone a desarrolladores web que creen la mejor aplicación tecnológica para el diario líder de la prensa 'on line' en España

E. M. MADRID

Tic, tac, tic, tac... El segundero del reloj marca el ritmo. Una habitación de hotel convertida en una lluvia de ideas, en una carrera contrarreloj para ser el mejor. 24 horas, un día. Un ganador. EL MUNDO abre las puertas de su *app room* los próximos 28 y 29 de noviembre e invita a todos aquellos que quieran participar en la primera *Hackathon* que organiza un medio de comunicación en España.

El reto está encima de la mesa. Participar para aportar un grano de arena más en el cambio de la era de la información. 24 horas, desde las 17.00 horas del viernes 28 de noviembre, a las 17.00 horas del sábado 29, para crear la mejor *app* del mundo. Para crear la aplicación más innovadora de los medios de comunicación. Y nada menos que para el medio *on line* líder de la prensa española, que cuenta con 7,3 millones de usuarios únicos y un número de usuarios promedio diario de 1,6 millones, según datos de comScore.

La puerta para inscribirse ya está abierta. Basta con teclear www.hackathonem.com y rellenar los campos que se solicitan y responder a la pregunta ¿Qué te motiva a participar en la *Hackathon* de EL MUNDO?

Tras inscribirse es necesario configurar un equipo que constará de tres personas. Programadores, diseñadores, *makers*... Todos son bienvenidos y necesarios para desarrollar el mejor trabajo posible. En la web es posible entrar en contacto con otros interesados para formar los tríos. Los días previos a la competición será posible trabajar en el proyecto con información real relativa a la *app* de ELMUNDO.es.

«Queremos el mejor talento tecnológico en el desarrollo de aplicaciones móviles», apunta Javier Cabrerizo, director general de Unidad Editorial. «Somos los líderes y queremos que los mejores nos ayuden en el proceso de innovación y creatividad».

La *Hackathon* se celebrará en el hotel NH Ribera del Manzanares, que por un día se convertirá en una fábrica de ideas y en el epicentro de jóvenes creadores tecnológicos de Unidad Editorial. Cada equipo contará con una habitación de hotel, conexión a internet, material para su presentación, *catering* y acceso libre a todas las actividades y *workshops*. Cada participante sí deberá contar con sus ordenadores y dispositivos propios.



JORGE ARÉVALO

QUÉ. Crear una aplicación tecnológica adaptada al consumidor de información.
CUÁNDO. Desde las 17.00h del 28 de noviembre a las 17.00h del 29, en el hotel NH Ribera del Manzanares.
PREMIO. El ganador se lleva 15.000 euros y desarrollar la 'app' del medio líder 'on line'.

El objetivo, entre otros, de este gran evento tecnológico, donde prima el talento de los programadores y el tiempo que invierten en la creación del producto, es crear una aplicación tecnológica adaptada al consumidor de información.

La propiedad intelectual de todo lo que se realice durante la cita pertenecerá a sus autores, salvo el proyecto que consiga el primer premio. Sí, porque el equipo ganador, la que sea considerada como mejor

app móvil, se llevará 15.000 euros. Tendrá dos meses para desarrollar y ultimar los detalles de su trabajo. Asimismo, se entregará el Premio Especial BBVA al mejor uso y combinación de diferentes fuentes de información abierta. El reconocimiento consiste en un viaje a Silicon Valley para todos los integrantes del equipo.

Además, habrá otros premios por categorías: de formación académica, experiencias, oportunidades profesionales...

Un equipo de evaluación formado por cinco jueces -compuesto por grandes referentes en el desa-

rollo de *apps*- será el encargado de dictar sentencia. Durante toda la jornada se realizará una evaluación continua, visitando periódicamente cada habitación.

Esta *Hackathon* está patrocinada por Iberdrola, BBVA y What's Red. Asimismo, cuenta con la colaboración de CICE, la Escuela de formación en Nuevas Tecnologías de la Información.

ELMUNDO.es

► Especial:
Inscríbete en la web
<http://hackathonem.com>

CARTAS DE UN
ARPONERO INGENUO

PEDRO J. RAMÍREZ

De peces y peceras

No sabes, querido Casimiro, la alegría que me diste el sábado pasado cuando leí lo mucho que hablabas de mí en la vistosa entrevista que accediste a conceder a este periódico. Lo de menos era que algunas de tus frases —«Pedro J. es como un pez al que sacas de la pecera y lo pones en la mesa. Se muere. Ya no tiene el agua para vivir»—, no fueran precisamente simpáticas. Lo de más que por fin, al cabo de nueve meses de incomunicación sólo interrumpida el día que te invité a almorzar en casa poco antes del verano, justo cuando ya sentía el escozor de ese látigo de la indiferencia con el que sólo se fustiga desde la cima, decidiste reanudar el diálogo que mantuvimos a diario durante los treinta años en los que primero te nombré jefe de sección, después te nombré redactor jefe, después te nombré subdirector, después te nombré director adjunto, después te nombré vicedirector y por fin respaldé la decisión de la editora de nombrarte director, una vez consumada mi destitución.

Debo reconocer que me sorprendió doblemente la vía de comunicación elegida. Primero porque, siendo la línea recta el camino más corto entre dos puntos, haya hecho falta talar árboles, extraerles la pulpa, transformarla en gigantescas bobinas, imprimirlas en una nave industrial en lo que denominaste en tu discurso de la otra noche «el periódico de papel» y transportarlo hasta miles de puntos, incluida la Avenida de San Luis, donde están tu despacho y mi mazmorra, para franquear las pocas decenas de escalones que separan la primera planta de la segunda.

Tampoco se me escapaba que entre los muchos y seguramente acertados cambios que vienes introduciendo en el periódico —yo, sentimental de mí, echo de menos nuestra legendaria bola verde— has decidido poner fin a la regla que durante un cuarto de siglo apliqué a rajatabla hasta al mismísimo Umbral: nadie podía ofender, criticar o zaherir desde las páginas de EL MUNDO a los demás peces de la pecera. Porque, claro, aunque me coloques ya extramuros, aunque me veas dando las últimas boqueadas —tanto te incomoda que este ingenuo arponero te sirva de escabel dominical?—, uno todavía conserva las escamas intactas, una notable reserva de oxígeno en las branquias y, hasta excluido de la foto, sigue considerándose un poco de la casa.

Pero, oye, a nuevas normas, buena cara. Si es así como el fun-

dador de EL MUNDO —perdón, ex fundador tras lo de la foto y sus secuelas— debe dialogar con el director de EL MUNDO, cúmplanse tus designios y empecemos por el cabezal de la entrevista. Dices, Casimiro: «Ahora somos más incontrolables». O sea que antes éramos menos incontrolables. Cuando alguien utiliza el lenguaje con la precisión con que tú sueles hacerlo, la expresión deja poco margen al equívoco. Pero por si quedara alguno, el gran Rafa Álvarez lo pulveriza al acotar la comparación a «hace un año», conmigo como director. No hay vuelta de hoja: según tú, en aquel tiempo remoto, cuando publicábamos los papeles de Bárcenas y pedíamos la dimisión de Rajoy y Cospedal, cuando sacábamos los colores un día sí y otro también a la Casa Real, cuando poníamos en su sitio a Prisa y otros conseguidores, es cuando éramos más controlables. Ya. Debe ser casualidad que sea precisamente en asuntos como estos en los que salta a la vista que, como tú mismo dijiste el mes pasado, «la posición de Pedro J. Ramírez y la línea editorial de EL MUNDO no coinciden».

Si a muchos lectores les habrá sorprendido tu diagnóstico, imagino que la consiguiente explicación les habrá dejado estupefactos: «Yo tengo pocas relaciones con el poder que me coartan». O sea que tú tienes «pocas» que te «coartan» y yo tenía muchas y por lo tanto estaba coartadísimo, o al menos más coartado que tú. Caramba, caramba, con las... coartadas.

Esto nos lleva a esa metáfora de los peces y la pecera, nada cariñosa en lo que me atañe pero muy elocuente de la relación incestuosamente letal entre la prensa y el poder. Todavía recuerdo un artículo en el *New York Times* de hace cuarenta años en el que se alegaba que un periodista puede elegir qué anzuelos tragarse pero no puede salir de la pecera sin abandonar su obligación —ahí me duele tu esquel—, entre otras cosas porque eso le permite tirar a veces del sedal y zamparse al pescador completo, que en definitiva es de lo que se trata.

Es cierto que en mis últimos meses como director me sorprendió la presencia física en tu círculo íntimo de la omnipotente Sáenz de Santamaría —ora pro nobis— y que, como sabes, las omisiones en la última entrevista a María Dolores de las Mentiras me mosquearon cantidad. Supongo que te referirás a ambas cuando dices que hay «pocas relaciones con el poder» que te

«coartan»; pero de verdad creo que el *Pepito Grillo* que te corroe está poniendo el listón demasiado alto. *Quam miser est, qui excusare sibi se non potest!*

Oye, yo también te invité a celebrar mis cincuenta tacos con Suárez y Aznar toreando al alimón —qué conversación tan inolvidable— y bien sabes lo implacables que fuimos con el uno en *Diario 16* y con el otro en EL MUNDO cuando se negaba a desclasificar los papeles del CESID o cuando le canté las cien razones contra la invasión de Irak. No me cabe la menor duda de que tú harías lo mismo con la vicepresidenta si, como dice Bárcenas y publicó Ekaizer, fuera cierto que su jefa de gabinete hizo gestiones en favor del tesoro acorralado por la Justicia; o con la *Pinocho genovita* si pensaras que es imposible que alguien firme un recibo de 200.000 euros sin recibirlos. A lo mejor un día de estos EL MUNDO vuelve a pedir que se vaya Rajoy, como *in illo tempore*, y confundes mis aplausos con esos espasmos en los que me ves inmerso.

Lo inaceptable, querido Casimiro, es que tu injustificada mala conciencia por pecadillos en apariencia veniales utilice como palanca retórica la magnificación de los imaginariamente míos. Con el tiempo te irás dando cuenta de que un director de periódico o deja de cumplir con su deber o se queda más solo que la una. Así me ha pasado ya dos veces y a mucha honra. ¿Quién de tus interlocutores habituales te engañaba sobre mis «relaciones con el poder» que, según sugieres, hacían a EL MUNDO más «controlable»? ¿Acaso Ayuso te contaba que yo entraba subrepticamente en la Zarzuela? ¿Era Martínez-Castro la que te decía que Rajoy me recibía en albornoz a la hora del sudoku? ¿O Cendoya quien te desvelaba que me reunía con Botín justo cuando más agobiado estaba por el encargo de darme la boleta?

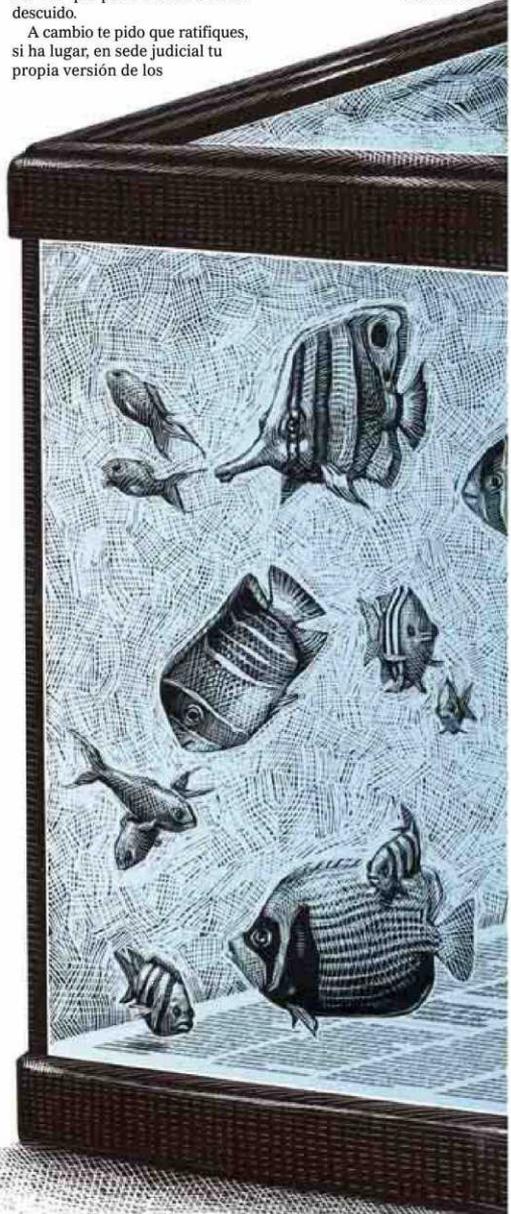
Añades, Casimiro, que he dicho cosas que no te han gustado. Parece obvio que te refieres a los tuits en los que respondí al editorial del miércoles 22 en el que EL MUNDO decía que «cedí» mi cargo como director a raíz de un «acuerdo». Yo repliqué que primero se me «borraba de la foto» y luego se «reescribía la Historia», que eso era «engañar a los lectores», y que «fui destituido del periódico que fundé junto a mis compañeros tras una brutal campaña del Gobierno». Mira, como cabe la posibilidad de que precisamente se tratara de ese único día cada cinco años en el que, por cefas o nefas, un director no lee el editorial, retiro lo del «engaño» y admito que pudo tratarse de un descuido.

A cambio te pido que ratifiques, si ha lugar, en sede judicial tu propia versión de los

hechos, coincidente con la mía, en los términos exactos en los que la reflejaste en tu primer encuentro digital como director de EL MUNDO: «Han cesado a Pedro J. porque en los últimos tiempos nuestro periódico ha publicado informaciones muy comprometidas que han afectado a instituciones, partidos políticos, sindicatos, etc. Los poderes fácticos de este país no soportaban a un director como Pedro J. A esto se suma una situación financiera complicada del periódico».

Y te digo lo de la sede judicial porque te supongo enterado de que el propietario de EL MUNDO, el grupo RCS, me ha requerido, a

SIGUE EN PÁGINA 24



RICARDO



VIENE DE PÁGINA 23

través del despacho Uría y Menéndez, el pago de 100.000 euros como penalización por haber refutado ese párrafo del editorial en los términos antedichos. Invoca para ello, de forma inapropiada –verás que sigo versallesco– el contrato que, al poner fin a nuestra relación laboral y societaria de manera amistosa, alumbró al arponero. Pero eso sucedió una vez que, con mi expresa disconformidad, el Consejo de Administración procedió a destituirme «tras» –he aquí mi adverbio– esa «brutal campaña» iniciada por el propio Rajoy en sede parlamentaria. Recordarás que así lo especifiqué durante mis despedidas ante cientos de testigos, alguno tan cualificado como el propio consejero delegado de RCS Pietro Scott-Jovane.

No creo que, como dicen algunos amigos, el propósito de RCS sea intimidarme o restringir mi libertad de expresión, vía Uría y Menéndez, pues eso supondría no conocer a quien durante tantos años ha sido su paladín en España. Más bien supongo que algún listo creará que es la mejor manera de velar por sus intereses; pero sí, como indican esos abogados, mi ultrajada negativa a apoquinar desemboca en los tribunales, apelaré a todos vosotros para que la verdad resplandezca, apoyada en la documentación pertinente. Acuérdate qué bien nos salió lo del comisario Manzano.

Es cierto, querido Casimiro, que EL MUNDO no es cualquier peceña y así se lo dije a todos los compañeros al hablarles sólo a ellos –¡oh tripulación!– como si el resto de asistentes a la cena del Palace –reyes, reinas y demás potencias– fueran transparentes. Pero, mira, sigo gozando de buena salud, tengo tres libros rodando, más requerimientos de los que puedo atender, el 12 hablo en París nada menos que en Les Invalides –supongo que lo cubriréis– y el 25 en Londres ante el *staff* de la BBC. También te pasará a ti el día que dejes de ser director.

Yerras sin embargo respecto a mis planes. «Montará un portal», dices en otra expresión freudianamente ansiosa. Oye, no tengo ningún proyecto belenístico, pero si se diera el caso cuenta con que te invitaría a participar y te dejaría elegir la figurita con la que te sintieras más identificado. Bueno, gracias de nuevo; mantengamos al menos esta línea abierta y entre tanto ponles más banderillas de fuego a los cabestros. ¡Ah! y en relación a eso que dices de que no te gustaría que dentro de diez años la gente identificara a EL MUNDO como «el periódico de Casimiro», chico, nunca se sabe qué puede caer del cielo, pero yo que tú tampoco me preocuparía demasiado. Francamente, ese peligro no lo veo.



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



TV3 fuerza la máquina

Por IGNACIO VIDAL-FOLCH

Hace algunos años el director de TV3 recibió a un grupo de barceloneses interesados en un aspecto u otro de la cultura. Estaban Baltasar Porcel, Emili Teixidor, Ernest Lluch, los tres ya muertos, pero quedamos muchos otros, éramos diez o doce. Mediada la conversación, Porcel lamentó el protagonismo en la programación de un humorista que entonces trabajaba en aquella casa. "Ese Buenafuente, con sus ji-ji, ja-ja". El director de TV3 respondió que a los telespectadores les gustaba mucho ese humorista y encogiéndose de hombros, remachó:

—Es que a más a más es diu Buenafuente Moreno! És que tenim el país que tenim! ¡Es que además se llama Buenafuente Moreno!... ¡Es que tenemos el país que tenemos!.

Lo revelador de la anécdota no es que a nadie de nosotros le llamara la atención, sino que aquel director era quizá el menos sectario y xenófobo de los mandamases de TV3, generalmente publicistas de CiU como Jordi Vilajoana —ese senador que gusta de dar saltitos en la vía pública mientras berrea "bote, bote, bote, español el que no vote"—, Albert Sáez o Mónica Terribas. Sea uno u otra, lo fundamental es que TV3 transmita de mil maneras el mensaje básico: "Los catalanes somos prácticamente daneses, y España es un suburbio de Puerto Hurraco lleno de gente sucia y bajita".

El mensaje viene emitiéndose liminal y subliminalmente desde hace 30 años por la que se llama a sí misma *La Nostra*, pero de un tiempo a esta parte, desde que Artur Mas se ha empeñado en conquistar la independencia de Cataluña, TV3 fuerza la máquina hasta extremos tan clamorosos que algunas voces asqueadas están atreviéndose a romper la *omertà*. "TV3 no es un servicio público, sino una vergüenza nacional", escribió Ramón de España; "el descrédito y la vergüenza de TV3 crecen", según Ferran Monegal, el popular comentarista de *El Periódico* de Catalunya; el *teleshownman* Risto Mejide constata que "TV3 solo deja de hablar de independencia en los anuncios"; se sonrojan incluso algunos voceros del separatismo

—Xavier Rius, director del muy transitado digital e-noticies— y hasta la sección del Sindicat de Periodistes de Catalunya en la cadena advierte: "No podemos enganar a los ciudadanos dándoles propaganda en vez de información". En los estudios de Sant Joan Despí reina un ambiente funerario. Antes, los empleados de la Corporación blasonaban de serlo. Trabajar allí era como *moderno*. Ahora para muchos es un baldón.

Al presentar al público la programación de la nueva temporada, el actual director de TV3, Eugeni Sallent, afirmó: "Los catalanes vivimos uno de los momentos más trascendentales de los últimos 300 años y desde TV3 lo mostraremos, para ser los ojos del mundo sobre la situación que vive el país". Los "300 años" son los transcurridos desde la guerra de Sucesión a la Corona, donde radican todos los males de Cataluña y su dependencia de una España carpetovetónica, "de matriz castellana", hasta estas "trascendentales" vísperas de la independencia.

Enciendo la tele, veo unas horas ese canal y constato con alipori que la brocha gorda del desprecio a cuanto suena español se alterna con pinceladas sutiles de chovinismo y que el trabajo de configuración de una "mentalidad colectiva" no se limita a la programación: impregna hasta la publicidad, como por ejemplo en este anuncio de agua mineral: "Nosaltres tre-

El canal difunde el mensaje básico: "España es un suburbio de Puerto Hurraco lleno de gente sucia y bajita"

ballem molt..." (Nosotros trabajamos mucho...), dice una voz en *off* (infiérase: los que trabajamos somos los catalanes, no esos holgazanes de allá abajo), y "Aigua de Viladrau ens dóna l'empenta per seguir sent com som" (Agua de Viladrau nos da el empuje para continuar siendo



Eugeni Sallent, director de Televisió de Catalunya, en mayo de 2012, cuando llegó al cargo. Foto: Carles Ribas

como somos). Sigue otro anuncio, este institucional: una actriz rubia, sonriente y aseadita, camina hacia la libertad: "Fuimos, somos, seremos, ¡la historia nos convoca! 1714-2014". A continuación se anuncia el programa *Sense Ficcio* con un documental sobre el Real Madrid titulado *La leyenda negra de la gloria blanca*. Para ir haciendo boca ya se nos avisa de que "El Real Madrid y Franco eran más que amigos".

En el *Telenotícies* de Ramon Pellicer —hombre prudente que despachó la confesión andorrana de Jordi Pujol diciendo que "ha decidido regularizar su situación con Hacienda"—, las corales de Lleida cantan al *tricentenari*, se habla de la opa de Gas Natural sobre una compañía gasista chilena y se menciona el hecho de que "mientras España no quiere acercar a los presos vascos ni liberar a Arnaldo Otegi, Francia está dispuesta a hablar de acercar sus presos etarras a España". ¡Vaya! Parece que se ha levantado la prohibición de

pronunciar la palabra *España* —normalmente debe ser sustituida por *l'Estat espanyol*— por lo menos para las malas noticias. En la sección de Deportes, se destacan los éxitos del motorista leridano Marc Márquez y el RCD Espanyol se manifiesta a favor del "derecho a decidir". En meteorología, el mapa de Cataluña, Valencia y Mallorca (los "países catalanes") flota en un vacío sideral.

El convidat (el invitado) es un programa de mucho éxito. El locutor se presenta con una maleta en casa de un famoso catalán, y pasa con él 24 horas. Esta vez con Lluís Llach, que vive en Senegal parte del año. Los senegaleses, dice Llach, tienen otro sentido del tiempo, de la amistad, etcétera. Tenemos mucho que aprender de ellos. Al fondo se ve a un empleado suyo: un negro musculoso a la orillita de la mar, cepillando un bonito caballo; pe-



ro tranquilos, ¡que no hay colonialismo, malpensados! Seguro que Llach tiene mucho que repetir sobre su deseo de no morir antes de ver cumplido su sueño de ver Cataluña independiente, pero no me quedo a escucharle, porque en la Sexta pasan una de Torrente.

Podría haber elegido 3/24, el segundo canal de TV3, donde cada noche se celebra una tertulia —adivine usted sobre qué temas, y en qué tonos— y esta noche cuatro o cinco periodistas, entre ellos Francesc Álvaro y Vicent Sanchis, conspicuos portavoces de Artur Mas, se comerán con patatas a Andrea Levy, una tierna diputada del PP que cubre la cuota “españolista” para fingir que esos ejercicios de matonismo político son debates plurales. A nivel intelectual, moral y estético no hay gran diferencia, pero en cuanto a diversión prefiero con mucho a Torrente y Paquirrín. •



¿Ansía Iglesias un programa de televisión?

Polémica por un titular alusivo a unas declaraciones del líder de Podemos. Quejas por la falta de información sobre la manifestación organizada coincidiendo con la visita de los Reyes a Oviedo

LOLA
GALÁN



Podemos ha revolucionado la escena política española, y EL PAÍS, consciente del interés que este movimiento despierta en sus lectores, le ha dedicado amplio espacio. Prueba de ello es el despliegue realizado entre el 18 y el 28 de octubre, coincidiendo con la celebración de la asamblea constituyente de la plataforma, y posterior proceso de votación de las ponencias sobre estructura interna y estrategia por parte de sus bases. Si no he contado mal, se han dedicado a este capítulo nueve cró-

nicas informativas, seis artículos de opinión y un editorial. Eso por lo que respecta a la edición impresa. En la digital, la cifra se incrementa considerablemente con aportaciones multimedia. De todo ese material, dos textos han provocado mensajes críticos de los lectores, el editorial del 19 de octubre, titulado *Podemos se organiza*, y una crónica publicada el lunes 27 de octubre en la edición impresa, (la noche del 26 de octubre, en la digital) bajo el título *Pablo Iglesias ansía tener un programa de televisión si llega a ser presidente*. Voy a ocuparme de la información, a la vista de las muchas reacciones que ha provocado. Ilustrada con una foto de Iglesias, ocupaba cuatro columnas y estaba firmada por EL PAÍS.

El texto hacía referencia a la entrevista al líder de Podemos emitida la noche del domingo 26 de octubre por la cadena de televisión laSexta en el programa *Salvados* del periodista Jordi Évole. En realidad, la referencia a la conversación se limitaba casi por completo a la respuesta que daba Iglesias a la pregunta que le hacía Évole sobre si le gustaría disponer de un programa de televisión para responder a los ciudadanos, caso de llegar a La Moncloa. Los lectores que me han escrito ven en el titular y en la mención que recoge el texto un deliberado intento de distorsionar el contenido de la entrevista. María Paz Salido envía un breve mensaje a la Defensora. "Escuche usted misma la entrevista de Jordi Évole a Pablo Iglesias

emitida el domingo por la noche y lea después el titular que sobre este tema sacó EL PAÍS el lunes 27: 'Pablo Iglesias ansía un programa de televisión si es presidente'. Eso es mentir".

María José Contreras se queja de que se emplee un verbo, "ansiar", que constituye, dice, "una distorsión clara que no se ajusta a lo que el político dijo. De hecho Jordi Évole tuvo que insistir en la pregunta porque Iglesias no contestaba con claridad (si lo ansiara se habría pronunciado con rotundidad)". Miguel Pousa señala: "No es razonable que del programa *Salvados* se extraiga semejante conclusión y es tremendamente exagerado utilizar la palabra *ansía*. Soy un lector habitual de este

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



¿Ansía Iglesias un programa de televisión?

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

diario y siento escribir que cada vez me cuesta más leer algunas noticias, sobre todo las relacionadas con Podemos". Otro lector, Manuel Corral, se refiere al artículo con una palabra: "Mentira". Alfonso Cebrio indica: "Cualquier persona que viera la entrevista se daría cuenta de que bajo ese titular sólo puede esconderse una intencionalidad perversa". Y añade: "Los no avisados deducirían de estas declaraciones un egocentrismo manipulador comparable (*¡Oh my God!*) al de Chávez, con el que casualmente se le vincula día sí y día también".

David Alandete, director adjunto de EL PAÍS, contesta a los lectores. "En su entrevista televisiva Pablo Iglesias fue preguntado por la posibilidad de tener un programa de televisión si llegara a ganar la presidencia. Él dijo: "¿Te imaginas?... hostia, eso molaría, dar la cara, un presidente que se junta cada mes con cinco periodistas cabrones como tú, en lugar del rollo de ahora, de pantalla de plasma o con dos preguntas de colegas. Igual sí". Empleó "la hostia", una expresión coloquial que la Real Academia describe como un vulgarismo similar a "mucho", "con abundancia",

de ahí que optáramos por el verbo "ansiar" en el titular, explicando después que en ese espacio se respondería "a los ciudadanos desde la presidencia del Gobierno". En la crónica, EL PAÍS dio detallada cuenta de muchas otras ideas y propuestas desgarradas por el líder de Podemos. No hay crítica implícita o explícita en el titular.

La entrevista de Évole a Pablo Iglesias, que me he molestado en ver, tiene 58 minutos de duración, y en la noticia aludida apenas se le dedica una veintena de líneas, encabezando un texto concebido como un previo, en el que se anunciaba que Podemos presentaría ese mismo lunes su estructura y estrategia, votadas por 190.000 personas. "Al tratarse de un previo, incluimos el elemento de la entrevista, que era novedoso, y titulamos con él. Posteriormente dimos amplia información sobre los resultados de las votaciones en Podemos", explica Alandete.

Entiendo el interés periodístico de actualizar el previo con una mención a la entrevista, pero creo que al dedicarle un titular a cuatro columnas, deberíamos haberla reflejado con más amplitud en el texto.

En cuanto al verbo ansiar, objeto principal de las críticas, su significado no es otro que "desear con ansia". Lo que nos remite al término "ansia", que el diccionario de la Real Academia define como "deseo vehemente o impaciente". El Diccionario Ideológico de Julio Casares, bajo el término "ansia" indica: "malestar, desaso-

siego". No aprecio desasosiego ni vehemencia alguna en la mencionada respuesta de Iglesias.

Otra noticia, o mejor dicho, su ausencia, ha sido objeto estos días de cartas de protesta. Algunos lectores echaron en falta una mención en el diario a la manifestación del pasado 24 de octubre organizada en Oviedo coincidiendo con la visita de los Reyes a la ciudad para entregar los Premios Príncipe de Asturias. El tema se mencionó de pasada, en un par de líneas de una crónica de la sección de Cultura.

Un lector, Francisco Carantoña, me escribe lo siguiente, "a pesar de que estoy en la cincuenta, todavía conservo cier-

Ansiar es un verbo que implica un deseo vehemente, según la RAE

ta ingenuidad y no pierdo la esperanza de que mi opinión, que seguro que es la de muchos más lectores, pueda influir en que se corrija la deriva del periódico del que soy suscriptor y lector desde su primer número. Me ha dejado asombrado que ni en la página web, ni en la edición impresa de hoy [25 de octubre] aparezca la mínima mención a la manifestación republicana que recibió ayer a los Reyes cuando se acercaron al teatro Campomór de Oviedo".

Francisco Javier García señala, por su parte, refiriéndose al mismo acto: "Se supone que hubo unas marchas por la dignidad que protestaban por los recortes a los que hemos sido sometidos desde las distintas Administraciones, y digo se supone, porque en la edición impresa del diario del día 25 de octubre, dichas protestas no tuvieron cabida, una decepción más que me llevo con el que ha sido mi periódico durante mucho tiempo. Ahora parece que tienen más cabida en él los escritos del señor Rajoy o de la señora Botín".

Jorge A. Rodríguez, responsable de Noticias, se disculpa por esta omisión. "Si los lectores echaron de menos información sobre las protestas en Oviedo es porque, sin duda, fue un error de valoración el no hacer referencia a la tradicional manifestación que acompaña a los premios, a la que sí hicimos referencia en las ediciones de 2012 y 2013. No obstante, los premios fueron cubiertos por un solo redactor, que por cuestiones de seguridad de la Casa Real, tuvo que entrar con mucha antelación en el teatro, por lo que no podía estar a la vez en el interior del auditorio y en la llegada de los Reyes. No es una excusa, dado que había teletipos, pero es la realidad". Efectivamente, las agencias, y otros medios, sí informaron de la concentración.

Los lectores pueden dirigirse a la Defensora del Lector al correo electrónico defensora@elpais.es o telefonar al número 913 378 200.



AJUNTAMENT DE BLANES

Signatura del conveni amb la fotògrafa Anna Maria Barnés i l'alcalde.

L'exposició de les dones fotògrafes bat rècords amb 16.000 visitants

► La mostra de Blanes era una selecció de les més de 31.700 imatges cedides del fons Barnés-Ros

BLANES

DdG

■ L'Arxiu Municipal de Blanes organitza des de fa uns quants anys a l'estiu una exposició amb el cada vegada més extens fons d'imatges que prové de donacions desinteressades que han fet ciutadans i ciutadanes de la vila. Són mostres que registren sempre un gran volum de visitants, ja que recorden el Blanes de fins a més d'un segle ençà, aturant-se en una o altra temàtiques determinades en funció dels seus autors. També conviden a descobrir paisatges inèdits alhora que es poden recordar personatges que perduren en la memòria col·lectiva de la vila.

Aquest 2014, el nombre de visi-

tes ha estat el més elevat registrat fins ara. Això és perquè 15.978 persones han visitat l'exposició «Apassionades per la fotografia. Anna M. Barnés & Esperança Ros, Blanes 1955-1992» composta per 175 instantànies d'aquestes pioneres de la fotografia al municipi. A més, el catàleg que es va editar amb més de 200 imatges i textos d'anàlisi sobre el fons i l'activitat de les fotògrafes, va exhaurir els 500 exemplars que es van imprimir.

L'exposició va estar allotjada tot l'estiu a la sala municipal García-Tornel del carrer Ample i la completava un audiovisual, informació de la carrera de les fotògrafes, així com dues ampliadores del seu antic laboratori. De fet, el passat 23 d'octubre, es va signar el conveni que formalitza la cessió del fons Barnés-Ros (imatges datades entre la dècada dels anys 50 i principis dels 90 Barnés-Ros) a l'Ajuntament. L'acte el van encapçalat l'alcalde de Blanes, Josep Marigó, i la fotògrafa Anna Maria Barnés.



Opinió

Joan Vall Clara
Conseller delegat del grup El Punt Avui



Donar sentit a la travessia

El Catalonia Today, en combinació amb El Punt Avui i El Punt Avui TV, engega el dilluns 10 de novembre una nova etapa de gran ambició i de vocació de servei a un país que busca el seu lloc entre els estats europeus. El projecte, que actualment consta d'una publicació mensual i unes planes setmanals a Presència, s'afegeix, a partir d'aquell dia, dues pàgines diàries, una hora diària de televisió i el web. Responem així al compromís del grup amb el concepte de "tercera llengua", que és un dels eixos estratègics que donen sentit al Catalonia Today.

Recordo, com si fos ara, la primera xerrada que la tardor del 2003 vaig

tenir sobre la idea del Catalonia Today amb en Carles Puigdemont, ara alcalde de Girona i en aquell moment director de la Casa de Cultura d'aquella ciutat. Ell i en Miquel Berga van ser el cor i l'ànima d'aquella arrencada en què El Punt Avui hi va ser com a accionista minoritari des del primer dia. Quan en Carles va aparcar la seva professió periodística per dedicar-se al servei a la ciutadania, el nostre grup en va acabar adquirint la totalitat de les accions.

Han estat anys complicats, molt complicats. No hem pogut donar al concepte del Catalonia Today tota la dimensió que volíem, però finalment ha arribat l'hora de fer un pas endavant i poder constatar que els esforços no han estat en va.

És per això que em ve molt de gust felicitar-nos com a grup per aquesta aposta estratègica i personalitzar aquesta felicitació en els que realment han fet possible arribar fins aquí: d'una banda els més de 6.000 lectors del mensual i usuaris de l'EC-Club, que han donat sentit a la travessia del desert, i de l'altra els professionals que han fet seves les dificultats, les han superat i ara s'han posat a pilotar amb decisió els nous reptes: la Marcela Topor, en Neil Stokes, en Matthew Tree, en Barney Griffiths, en Joe Hogan, la Maria Àngels Ribas i en Germà Capdevila.



**280 millones para
cambiar antenas de TDT**

El BOE publicó ayer un plan de ayudas valorado en 280 millones para que las comunidades de propietarios adapten sus antenas a la TDT. Para pedir la ayuda, el cambio debe hacerse con una de las 11.000 empresas registradas.



'Halt and Catch Fire' (izquierda) y 'The Divide' (derecha) son las dos series que estrena esta semana AMC, que no podrá contar con éxitos del pasado como 'Mad Men' o 'Breaking Bad'. AMC

MERCADO LANZARÁ SUS NUEVAS PRODUCCIONES DE EEUU

LA TV DE PAGO CONTRAATAACA

AMC, la cadena de series como 'Breaking Bad', llega mañana a España, mientras el número de abonados del sector repunta tras años de caídas

EDUARDO FERNÁNDEZ MADRID
AMC significa American Movie Classics. Al canal, más que por las películas clásicas que indican sus siglas, a día de hoy se le conoce en todo el mundo por alumbrar las series *Mad Men*, *Breaking Bad* y *The Walking Dead*. De la proyección internacional de esas producciones se han beneficiado otras cadenas, ya que, como también señala su nombre, AMC estaba focalizada en el mercado americano. Mañana inicia sus emisiones en España, una de las nuevas plazas de su expansión internacional.

«AMC operaba únicamente en el mercado doméstico de EEUU. A medida que empieza a tomar confianza sobre su capacidad creativa y de producción, decide que tiene que dotarse de una red de distribución internacional, comprando por mil millones de dólares los activos de Chello Media, operación que se materializa el 1 de febrero de este año. A raíz de esta operación, abandonamos el nombre de Chello», explica Eduardo Zulueta, director general de AMC Networks Internacional para la Península Ibérica y Latinoamérica.

Así, AMC tomó la red de canales de Chello, que abarca 120 países. Sin embargo, el canal no dependerá de sus hitos pasados, sino de los futuros. Don Draper (*Mad Men*), Walter White (*Breaking Bad*) y Rick Grimes (*The Walking Dead*), entre otros personajes para la posteridad, ya encontraron hogar fuera de la cadena. «Hay contenidos que ya han

sido vendidos y éstos nos van a aparecer en el canal AMC Internacional. La idea es que, a medida que AMC vaya estrenando nuevos productos, tengan cabida en el canal internacional y que éste vaya convergiendo hacia lo que es AMC en EEUU», cuenta Zulueta. A las 22.10 horas de este martes, la cadena estrena en España el drama ético y político *The Divide*; el jueves, a esa misma hora, *Halt and Catch Fire*, sobre el nacimiento de los ordenadores personales y con Juan José Campanella como director de tres episodios. La nueva vocación global de AMC ha quedado a su vez confirmada por la adquisición del 49,9% de BBC América, que engloba ficciones como *Broadchurch* y *Luther*.

En España, este lanzamiento se enmarca en un resurgimiento de la confianza en la televisión de pago, que desde el comienzo de 2012 no ha dejado de perder abonados. El último trimestre de 2013 cambió la tendencia. El mes pasado nació un nuevo canal, Fox Life. «Sin duda, Movistar TV está dinamizando la televisión de pago en nuestro país. Está apostando muy fuerte por su implantación. Está creciendo mucho y todo nos hace pensar que, con la compra de Canal+ por parte de Telefónica y la de Ono por parte de Vodafone, vamos a tener dos empresas muy potentes», expone Zulueta.

Según los datos de Movistar, esta plataforma contaba con 700.000 abonados en enero de este año; 1,2 millones en julio; y 1,5 millones en septiembre. Entre los próximos lanza-



Bryan Cranston interpreta a Walter White en 'Breaking Bad'. AMC

HBO Y AMC COMPARTEN FÓRMULA

No es televisión, es HBO, decía esa cadena, responsable de *Los Soprano* y *The Wire*. Los primeros dos mil millones fueron suyos. Hasta que apareció AMC y le quitó la razón: no se trataba de un espejismo; aquello era la televisión. En 2007, acabó *Los Soprano* y empezó *Mad Men*. Un año después, se despedía *The Wire* y se estrenaba *Breaking Bad*. Varias cadenas habían rechazado la serie sobre la metanfetamina, por ejemplo la propia HBO. A pesar de diferencias, como que AMC es un canal de pago con publicidad y HBO uno premium sin anuncios, hay rivalidad entre estas dos factorías y, sin duda, ha servido para elevar el nivel de exigencia del medio. En 2010, AMC pulveriza los audímetros con *The Walking Dead*. En 2011, HBO da inicio a *Juego de tronos*. Así, cuesta despegarse de la pantalla. E. F.

mientos de Movistar TV, que ha invertido sobre todo en deportes, se encuentra un canal propio de series.

El sector de la televisión de pago se ha beneficiado este año del crecimiento del llamado *quintuple play*, ofertas que engloban televisión de pago, teléfono fijo, móvil, banda ancha y banda ancha móvil. Aun así, los datos para este sector son claramente mejorables, tal y como reconoce Zulueta: «España es uno de los países con menor penetración de pago en Europa. La media europea está en torno al 50%; y en España no llega al 25%. Portugal, un país vecino con una renta per cápita inferior a la española, tiene una penetración de la televisión de pago del 77%».

AMC, que emite películas además de series, se puede ver en España en lugar del canal de cine MGM en Movistar TV, Ono, Orange y Euskaltel; se echa en falta, por lo tanto, en Canal+. «Estamos en conversaciones, pero evidentemente Canal+ está en un compás de espera para ver cuándo se materializa la compra por parte de Telefónica [Movistar], qué consecuencias va a tener esa operación y qué condiciones va a poner la CNMC. Por eso, ahora mismo no están muy por la labor de tomar decisiones que afecten su día a día. Todo apunta a que esa compra se va a cerrar en el primer trimestre del año que viene. Es muy inminente como para que Canal+ haga movimientos profundos», explica el directivo.

En el caso de las series, la televisión de pago sufre el asedio de las descargas ilegales. «Las series de AMC se estrenarán pagadas a su estreno en EEUU, de 24 a 48 horas», afirma Zulueta. Por otra parte, la ventana de explotación de las cadenas en abierto también se ha adelantado, acercándose a las de la televisión de pago y restándole a éstas valor. «A mí me interesa que esas ventanas sean cuanto más amplias mejor, pero eso tiene un coste», admite el directivo. Ésos son los nuevos retos de un sector que parece estar dispuesto a asumirlos.



Els escàndols polítics

Més enllà de Pujol i Bárcenas

0,7% de criminalitat
 Al voltant de l'any 2010, les dades de la Fiscalia apuntaven a uns **800 polítics imputats**, dels quals previsiblement acabarien

com a acusats uns **500** (una part dels quals no per corrupció). El total de **càrrecs públics** a Espanya s'acosta als **70.000**.

Zones de perill
 L'àrea de risc fonamental per a la corrupció són els **grans contractes** d'infraestructures i les subvencions

Urbanisme
 La corrupció s'ha concentrat sobretot en l'àmbit urbanístic i en les **administracions locals** i, amb menys intensitat, en

les autonòmiques. Entre el **2006 i el 2010 no hi va haver cap cas** de corrupció rellevant entre càrrecs del **Govern central**

Percepció errònia
 La majoria dels ciutadans situa més corrupció en el Govern de l'Estat, seguit dels executius **regionals i locals**

LES DADES OBJECTIVES

En la segona meitat de la dècada passada, dels **110 municipis** amb més habitants o capitals de províncies, hi va haver casos investigats en **39**. La major part d'aquests casos, vinculats a la **bombolla especulativa**

Els mitjans de comunicació i la crisi determinen el grau de percepció de la corrupció segons l'opinió pública

Notícia d'un delicte

CARLES CASTRO
 Barcelona

La corrupció ha tornat a les portades dels mitjans de comunicació, si és que mai se n'havia absentat. I amb els últims casos, la magnitud de la podridura sembla considerable; potser fins i tot més important que la que realment existeix. De fet, segons diversos estudis, les "dades objectives" sobre corrupció política amb prou feines influïren en la percepció

postea –encara que amb matisos– és que sí.

Ara bé: aquest increment d'informacions pot respondre, de vegades, a un aflorament de vells episodis. En altres paraules: una persecució "més intensa de la corrupció produeix un nombre més alt de notícies de detencions de polítics". I aquesta actuació publicitada "desferma una sensació que hi ha més corrupció que abans, quan no es perseguia". Alguns experts adverteixen fins i tot que "els mitjans contribueixen a crear un cercle viciós de desconfiança institucional", ja que "hi ha una distància important entre la percepció ciutadana de la corrupció" i la realitat objectiva del problema.

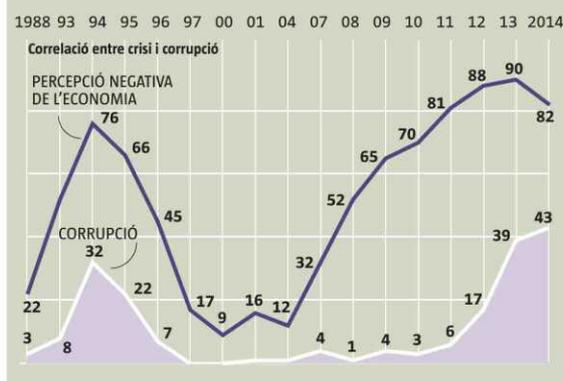
En aquest sentit, fins a la irrupció de Gürtel, Bárcenas, el frau dels ERO o les tribulacions fiscals de la família Pujol, el moment de màxima preocupació de l'opinió pública per la corrupció se situava a mitjans dels anys noranta, coincidint amb els escàndols de l'etapa socialista. I el record d'aquella època convulsa potser va instal·lar entre els ciutadans una desconfiança latent sobre el grau de corrupció en les institucions de l'Estat central que, de vegades, no es corresponia amb les dades reals, que apuntaven cap a altres instàncies i cap a altres moments.

A més, la cobertura mediàtica dels escàndols no sempre és neutral, ja que a l'hora d'enfocar-los i publicar-los entren en joc factors comercials i/o polítics. I en segon lloc, els escàndols de corrupció (i la "cultura política de l'es-

La desafecció cap a la classe política creix quan augmenten els escàndols



Els ciutadans són més sensibles a la corrupció en contextos de crisi



FONT: CIS

LA VANGUARDIA

càndol") s'han transformat "en un poderós instrument de les elits" polítiques per "guanyar la batalla electoral". Sense oblidar que a molts ciutadans "els agrada llegir notícies positives sobre el partit que voten i notícies negatives del partit de l'oposició" (i per això alguns mitjans dediquen forçosament més atenció als escàndols d'un partit que als de l'altre).

A tot això cal afegir-hi que els

casos de corrupció pertanyen a aquesta mena d'afers en què els ciutadans depenen "en gran manera" de la informació que faciliten els mitjans de comunicació. I, finalment, un factor ambiental que els estudiosos intenten delimitar, però que és sempre present: els ciutadans són més crítics amb la corrupció en contextos de crisi econòmica.

Així mateix, els estudis elabo-

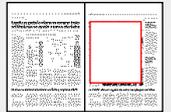
rats detecten que les notícies de corrupció exerceixen la seva influència més intensa en l'opinió pública fins a dos mesos després de la seva publicació. I davant el risc d'una certa "fatiga de l'escàndol", la hipòtesi dels estudiosos indica que la corrupció política és una qüestió que el ciutadà no viu de forma directa (atès que a Espanya el nivell de corrupció administrativa és baix). Per tant, només quan augmenta la cobertura mediàtica dels escàndols ho fa també la desafecció cap a la política o la "percepció ciutadana de la corrupció com a problema". I aquesta correlació "és alta".

Per exemple, la percepció d'irregularitats va créixer els anys 2003, 2006 i a des del 2009 (amb l'escàndol dels trànsfuges del PSOE de Madrid, el cas Malaya, l'espionatge en el PP madrileny o la trama Gürtel), i va caure el 2002 o el 2004, quan els mitjans es van centrar en "escàndols que no representaven una novetat". De fet, l'"impacte dels mitjans és especialment elevat quan apareixen escàndols de corrupció nous". Per això, algun estudi assenyalava que "la situació econòmica per si sola té un poder explicatiu baix (en la percepció de la corrupció) en contrast amb la influència que exerceixen els mitjans".

Però, això sí, "quan el percentatge de ciutadans que consideren que l'economia va malament supera el 50%, augmenta l'impacte de (les denúncies de) els mitjans sobre l'opinió pública". No en va, el febrer i el març del 2013, quan les opinions negatives sobre la conjuntura econòmica van batre rècords, la corrupció com a problema es va disparar per sobre del 40%. Ara les últimes novetats poden donar un nou impuls a aquest trist rànquing.●

ALGUNES ESTUDIS DE REFERÈNCIA

- La corrupció en España (2004-2010). Manuel Villoria i Fernando Jiménez
- El impacto de la cobertura mediàtica de la corrupció en la opinió pública espanyola. Anna M. Palau i Ferran Davesa



Movistar TV dispondrá de un canal exclusivo para las series de estreno

Comenzará su emisión antes de final de año con una veintena de grandes títulos

Antonio Lorenzo MADRID.

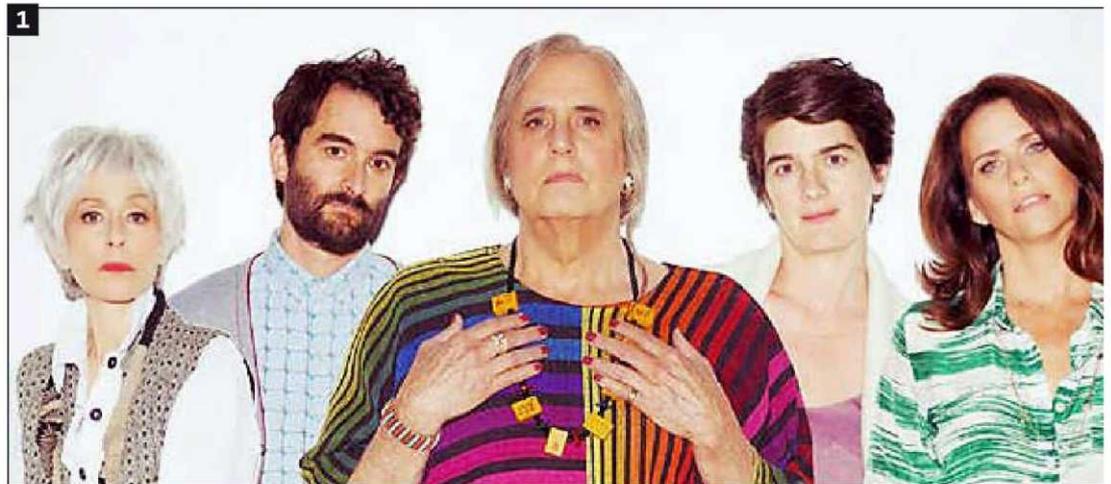
Los aficionados a las series estadounidenses de televisión están de suerte. Telefónica España prevé estrenar antes de final de año una programación dedicada a los estrenos de este género televisivo. Estos contenidos formarán parte de los próximos reclamos comerciales de Movistar TV, como ya lo son el motor o el fútbol. En esta ocasión, la *teleco* prevé reunir en un canal algunas de las series más relevantes del momento. Además, será contenidos que llegarán a España pocas horas después de su emisión en los Estados Unidos.

Según ha podido saber *elEconomista*, las series que emitirá Movistar TV en su canal dedicado tendrán carácter exclusivo en España. Asimismo, se contempla la posibilidad de comercializar ciertas series bajo la modalidad de pago por visión o taquilla.

Entre los títulos que inicialmente formarán parte de la parrilla del futuro canal sobresalen títulos como *Outlander*, *Transparent*, *Madam Secretary* y *Penny Dreadful*, entre otros. Todos ellos se ofrecerán en alta definición y con opción de disfrutarlo en versión original.

La compañía que en España preside Luis Miguel Gilpérez se ha propuesto apostar por los contenidos de calidad para así impulsar la comercialización de la televisión de pago junto con otros servicios de telecomunicaciones.

El lanzamiento de este canal dedicado a las series se producirá semanas después de la incorporación en Movistar TV del canal AMC, previsto para mañana martes (en el dial 32 de Movistar TV). Esta cabecera es una de las referencias más veteranas del género en EEUU, responsable de la emisión de *Breaking Bad*, *The Walking Dead* o *Mad Men*.



1. Plantel de actores de 'Transparent', serie estadounidense producida por Amazon Studios. 2. La actriz Caitriona Balfe es la protagonista principal de 'Outlander'.

3. Téa Leoni, en el papel de Elizabeth Faulkner McCord, secretaria de Estado de los Estados Unidos en la serie 'Madam Secretary', producida y distribuido por CBS Televisión. 4. Escena de 'Penny Dreadful', serie de terror, coproducción británico-estadounidense y escrita por el novelista John Logan. ELECONOMISTA



El confident de Picasso

PIERRE DAIX (1922-2014)

Periodista i escriptor francès

Pierre Daix, mort ahir als 92 anys, va ser el principal biògraf de Picasso i un dels grans experts en la seva obra i en art modern, però la vida de Daix és també la de les passions del segle XX, la de la lluita contra el nazisme, el fervor per la utopia comunista i el desengany dels gulags.

Daix era un estudiant a la facultat de Lletres de Rennes i afiliat a les joventuts comunistes quan els nazis van ocupar París. Va entrar a la Resistència, però va ser capturat i traslladat al camp de concentració de Mauthausen, a Àustria. Quan va tornar a França, es va convertir en el cap de gabinet del comunista Charles Tillon, al capdavant del Ministeri de la Reconstrucció.

El seu pas pel periodisme reflecteix molt bé l'evolució del seu pensament. De director del diari comunista *Ce Soir* durant la dècada dels cinquanta va passar als vuitanta a ser membre del consell de direcció de *Le Quotidien de Paris*, de tendència conservadora. També va estar des del 1948 a la revista cultural d'esquerres *Les Lettres Françaises*, fins que el 1972 la publicació va haver de tancar després que el Partit Comunista Francès li retirés la subvenció.

Daix va raonar la seva evolució ideològica en l'autobiografia *J'ai cru au matin* (1976) i en les memòries *Tout mon temps* (2001). Després de la defensa radical que va fer del comunisme i la negociació dels camps de reeducació estalinistes, va dir que la primavera de Praga li va obrir els ulls. Va denunciar la repressió als estudiants txecs i també va ser un dels principals divulgadors a Occident de l'obra del dissident soviètic Aleksandr Soljenitsin. Ell mateix va publicar diverses novel·les on reflectia les seves experiències vitals i decepcions. El 1971 va trencar definitivament amb el Partit Comunista.

Tot i això, enmig dels seus vaivens polítics, la major part de la seva obra versa sobre el món de l'art.

Daix va mantenir una bona amistat amb Picasso que va durar gairebé 25 anys, fins a la



GUILLERMINA PUIG

mort del pintor. Això li va permetre escriure diversos volums sobre la vida i l'obra del pintor. Treballs en què barrejava les seves pròpies vivències amb l'ampli coneixement que tenia de l'època i dels altres artistes amb qui es va relacionar. Dels nom-

En un llibre va revelar que el pintor va voler aconseguir la nacionalitat francesa el 1940

brósos títols que li va dedicar (alguns editats a Espanya) destaca el complet *Picasso*, del 1980, que (igual que va passar amb les seves idees polítiques) va actualitzar i va matisar anys més tard en vista d'altres assajos sobre l'artista.

Aquesta estreta relació perso-

nal li va permetre també revelar alguna de les dades més desconegudes de Picasso. Per exemple, va ser Daix qui va publicar que el pintor malagueny havia intentat aconseguir la nacionalitat francesa el 1940, i que les autoritats no hi van accedir.

Però seria injust dir que tot va ser Picasso. Daix també té tractats molt interessants sobre el cubisme, Manet, Rodin, Gauguin, Matisse... i llibres de referència com *Historia cultural del arte moderno*, editat aquí per Càtedra.

"Fins al seu últim alè, Pierre Daix va servir a la creació i l'art contemporani; va ser l'home de tots els compromisos, des del moment que servien per a la humanitat", va assenyalar el president francès, François Hollande, quan va informar de la mort de l'autor. Tenia la Gran Creu de la Legió d'Honor, entre altres distincions.

PABLO CUBÍ



TVE prepara «Hit», en busca de la mejor canción inédita

► Jaime Cantizano presentará el concurso, que premia a los compositores y no a los cantantes

F. M. B.
MADRID

Televisión Española y Europroducciones (perteneciente a Verbalia, área audiovisual de Vozcento) ya preparan el programa «Hit-La canción». Jaime Cantizano será el presentador del espacio, al que ya se han presentado 4.000 temas musicales durante el proceso de selección. La idea es encontrar la mejor canción inédita creada en España. Para ello, los responsables del concurso rastrean nuestro país en busca de compositores que a su vez persigan una oportunidad. Con la ventaja que da saber lo que ha ocurrido con los artistas lanzados hace años gracias a «Operación Triunfo», es de esperar que en «Hit» hagan acto de presencia grandes talentos desconocidos.

Por otro lado, en «Hit» participarán cantantes y grupos ya consagrados, como Melendi, Aury, Sergio Dalma, Marta Sánchez y Pastora Soler. Además de actuar en el concurso, ellos serán los jueces para cribar cada semana los temas presentados y elijan al ganador. «Hit-La canción» brindará asimismo a los autores noveles la posibilidad de que sus canciones sean



Artistas invitados. Sergio Dalma, Marta Sánchez, Melendi y Pastora Soler cantarán y elegirán los temas ganadores

interpretadas por artistas consagrados, con idea de que lleguen a convertirse en un *hit* o superéxito.

Mecánica

En cada uno de los programas, ocho compositores se disputarán ser los ganadores de la noche. Los dos artistas invitados de cada día serán los encargados de elegir las dos mejores canciones que pasarán a la final de cada emisión. La gala final reunirá a los mejores temas con sus compositores y con los artistas que las han interpretado.

De este modo, será la primera vez que un concurso de talentos español premia el trabajo de los compositores originales y de sus canciones, creadores desconocidos que son la verdadera esencia de los grandes éxitos. Supondrá un gran cambio respecto a los concursos habituales que premian a los cantantes. El formato fue creado por Vision Independent

Pictures para RTE, televisión pública de Irlanda, y es distribuido por Warner Bros. Ya se ha vendido en Holanda, Irlanda, Rusia, Francia, Noruega y China, además de España.

FORMATO
La idea se creó para Irlanda y ya ha sido vendida en Holanda, Rusia, Noruega, Francia y China



elradar

Pedrojota carrega contra el director d'El Mundo' des del mateix diari

A.C.R.
BARCELONA

L'exdirector d'El Mundo Pedrojota Ramírez va esclatar ahir contra el seu successor al capdavant del diari, Casimiro García-Abadillo, i ho va fer, ni més ni menys, des de les pàgines del mateix rotatiu. En un duríssim article, Ramírez atacava directament García-Abadillo pel tracte que li ha dispensat durant els últims mesos i especialment per les paraules que li va dedicar a l'entrevista que li feia El Mundo fa deu dies, coincidint amb el 25è aniversari de la publicació.

Ramírez retreia a Abadillo -a qui recorda que el va nomenar "primer cap de secció, després redactor en cap, després subdirector, després director adjunt, després vicedirector" i finalment va "donar suport a la decisió de convertir-lo en director"- que hagués escollit una entrevista a les pàgines del diari com a via per "reprendre el diàleg" entre ells, interromput, segons ell, des de la seva destitució, al febrer. "Però a noves normes, bona cara. Si és així com el fundador d'El Mundo ha de parlar amb el director d'El Mundo, que es compleixin els teus designis", deia l'article.

Ramírez es mostrava especialment dolgut amb el titular de l'entrevista, "Ara som més incontrolables", que llegia com una crítica a la seva etapa com a director. "Segons tu, en aquell temps remot, quan publicàvem els papers de Bárcenas i demanàvem la dimissió de Rajoy i Cospedal [a qui, més endavant, es referia com a "María Dolores de las Mentiras" o "la Pinocho genovita"], quan fèiem pujar els colors a la cara un dia sí l'altre també a la casa reial, quan posàvem al seu lloc Prisa i altres competidors, és quan érem més controlables". L'exdirector troba "inacceptable" que Abadillo, a causa de la seva "injustificada mala consciència per pecats en aparença venials", utilitzi "com a palanca retòrica la magnificació dels imaginàriament" comesos per Ramírez.

L'exdirector pronosticava també que l'etapa d'Abadillo al capdavant del diari no serà gaire reeixida. A l'entrevista, el successor de Pe-



Pedro J. Ramírez va ser destituït com a director d'El Mundo al febrer. EL MUNDO

drojota havia dit: "M'agrada un diari que d'aquí deu anys la gent anomeni El Mundo i no «el diari del Casimiro». La resposta de Ramírez era contundent: "Noi, no se sap què ens pot caure del cel, però jo de tu no em preocuparia gaire. Francament, aquest perill no el veig".

Més enllà dels atacs frontals al seu successor, Ramírez revelava que l'empresa propietària d'El Mundo, RCS, li ha requerit el pagament de 100.000 euros "com a penalització" per haver "refutat" el paràgraf de l'editorial del 22 d'octubre segons el qual, "fruit d'un acord empresarial, Pedrojota Ramírez va cedir el testimoni del diari" a Abadillo. L'exdirector insistia en la versió que va exposar aquell mateix dia a Twitter: que va ser destituït "després d'una brutal campanya iniciada pel govern de Rajoy". A més, recordava que el mateix Abadillo va coincidir en aquesta versió en la seva primera trobada digital amb els lectors com a director, i li demanava que la ratifiqui "si cal, en seu judicial" en cas que la demanda acabi als tribunals. —



En esta pecera no existe la censura

A ALGUNOS de nuestros lectores les pudo sorprender ayer la publicación de un artículo duro e injurioso contra nuestro director, escrito nada menos que por su antecesor, Pedro J. Ramírez, en su colaboración semanal. La práctica de nuestro diario es publicar todos los artículos de opinión sin ejercer nunca la censura. Y ésta es una prueba. Es una de las señas de identidad que hacen grande a EL MUNDO.

Sí, sorprende que la misma persona que ha trabajado con nuestro director durante casi 30 años, en los que, como él mismo afirma, le ha ascendido de redactor a vicedirector y ha avalado su nombramiento, acordado por unanimidad por el consejo de administración de Unidad Editorial, estime repentinamente tan escasos sus valores profesionales.

En la fiesta del XXV aniversario de EL MUNDO, Pedro J. Ramírez aludió al proyecto que «dirige con gran acierto y como factor de continuidad mi querido Casimiro García-Abadillo». ¿Cuándo no estaba diciendo la verdad Pedro J.? ¿En su discurso? ¿En su última carta? ¿En ambas ocasiones? Es muy difícil saber cuándo algunos dicen la verdad.

La transición no ha sido nada fácil. Sin duda, Pedro J. Ramírez es uno de los grandes directores de periódico que ha habido en España en los últimos 50

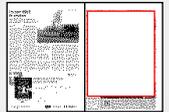
años. Y EL MUNDO es, en una parte muy considerable, obra suya.

Sin embargo, en estos nueve meses el diario ha logrado mantenerse y mejorar sus resultados sin perder su carácter y su esencia crítica con el poder. No hay relaciones incestuosas con miembros del Gobierno, como dice Pedro J. Ni el periódico protege a nadie por su relación con el director. Afirmar eso es una falsedad que daña no ya a García-Abadillo, sino a toda la redacción de EL MUNDO.

Pedro J. sostiene que está recluido en una «mazmorra», como si alguien hubiese decidido encerrarle para impedir que su opinión siguiese iluminando a los que necesitan de su luz. No hay mazmorras. El ex director de EL MUNDO puede hacer lo que le venga en gana, salvo, como es natural, pretender dirigir el diario desde otro despacho que no sea el del director.

Naturalmente que Pedro J. es y ha sido incómodo para el poder, pero la clave de su salida no fue política. El cese en sus responsabilidades se produjo fruto de un acuerdo amistoso con Unidad Editorial, que supuso para él una sustanciosa indemnización y su continuidad en la empresa con otras funciones.

Lo que vale la pena es mantener vivo el espíritu de esta maravillosa pecera, no tratar de romperla porque ha dejado de ser el reino de un solo pez.



Telemadrid perderá más de tres millones en 2015

La cadena prevé la reincorporación de 60 empleados

J. MARCOS, Madrid

Telemadrid tendrá unas pérdidas de 3,18 millones de euros en 2015, frente a los 6,58 millones de superávit con que cerrará este ejercicio, en el que se preveía un balance negativo de 2,7 millones. Los presupuestos del año que viene reflejan que el resultado de explotación caerá de los 9,3 millones del curso actual —por encima de las estimaciones realizadas en la elaboración de las cuentas de la cadena para 2014 (2,8 millones)— a unos números rojos de 1,68 millones, lo que supone una diferencia de 11 millones. El presupuesto aumenta hasta los 97,6 millones, frente a los 80,3 en que se quedó este año (200,6 millones en 2013). "Hay que pagar las indemnizaciones de los despedidos", explican en la televisión.

El Tribunal Supremo declaró el pasado marzo improcedente el Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que afectó a 861 trabajadores, el 74% de la plantilla. La decisión ratificó la sentencia del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, que declaró "no ajustado a derecho" el recorte de empleo en Radiotelevisión de Madrid. La sentencia daba a elegir a la cadena entre readmitir a los trabajadores o pagarles hasta 45 días por año trabajado, frente a los 20 días que se abonaron con un tope de 12 mensualidades.

Tras advertir que cerraría la cadena si el Supremo declaraba nulo el ERE, el Gobierno regional, satisfecho con el fallo del Supremo, ha destinado unos 20 millones de euros a indemnizar a los afectados. Los gastos de personal suben precisamente de 18,34 a 39,27 millones, un aumento muy parecido a las indemnizaciones a abonar. Para 2015, Telemadrid contempla reincorporar a 60 empleados.

Al igual que en los anteriores presupuestos, el Ejecutivo autónomo contempla la reducción del contrato-programa, la principal fuente de financiación del ente, de nuevo en un 1,6% (de 69,87 a 68,78 millones). El ente se propone unos objetivos muy poco ambiciosos: que el *share* de Telemadrid alcance el 5% y el 0,9% en la Otra. Y espera una mejora de los ingresos comerciales por publicidad del 11,1% respecto a 2014.

Telemadrid empezó su decadencia con Esperanza Aguirre como presidenta (2003-2012) y llegó al colapso en octubre de 2012, ya con Ignacio González

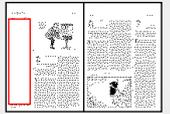
de presidente, que recortó su presupuesto un 35%, reduciendo los gastos de explotación de 131 a 84,5 millones. La cadena llegó a acumular una deuda financiera de 262 millones, mientras los ingresos publicitarios se desplomaban y las entidades financieras cortaban el crédito.

La representación legal de los trabajadores del ente públi-

co rechazó en octubre la propuesta, aprobada solo por los miembros del PP en el Consejo de Administración, del nombramiento de Ángel Martín Vizcaíno como director general en lugar de José Antonio Sánchez. Subdirector general desde hace 10 años, los sindicatos le consideran el "autor intelectual" del ERE.



Protesta de trabajadores por el ERE en Telemadrid en 2012. / ULY MARTÍN



LLUVIA ÁCIDA

DAVID
GISTAU

LA PRESIÓN

El periodista no debería decidir en función de sus prejuicios qué existe y qué no, eso corresponde al intelectual

DESDE que ejerzo esta profesión, la mayor presión ambiental que he conocido es la que sugiere que es mejor no publicar –o comentar– los hechos que perjudican valores colectivos superiores, tales como la Democracia, o la Constitución, o el Estado, al mismo tiempo que fortalecen a sus adversarios. Supongo que tener sobre la mesa la información sobre el GAL representa el paradigma de esta encrucijada. La presión regresa cada cierto tiempo. Ahora la están ejerciendo los que dicen que habría que tapar la corrupción en lugar de denunciarla para no participar en la caída de un gobierno, el colapso del sistema y el advenimiento de una fuerza política extremista que se nutre de lo mismo que destroza a las demás. Estos, por cierto, también dicen que de Podemos no se debería hablar: ¿de verdad sería un ejercicio de honestidad periodística fingir que no existe el primer partido español en intención de voto, que no está ocurriendo algo que involucra a millones de personas? El periodista no debería decidir en función de sus prejuicios qué existe y qué no, eso corresponde al intelectual.

La presión a la que me refiero también proviene ahora del problema independentista en Cataluña. Por ejemplo, un lector convencido de que el periodismo debe autocensurarse ante informaciones veraces u opiniones derivadas de estas que perjudican al Estado frente al independentismo no aprobaría que yo dedique el próximo párrafo a decir que el Ministerio del Interior está practicando guerra sucia al filtrar a los medios dossieres fabricados únicamente para desacreditar, destruir el prestigio de políticos relacionados con el nacionalismo catalán. Que los periódicos, fatuamente, llamen a esto periodismo de investigación es solo un señuelo comercial. Más grave es que al Ministerio del Interior ni siquiera le preocupa que algunos de estos dossieres contienen informaciones falsas, verdaderas difamaciones, como parece ser el caso –aún por confirmar del todo– del que alude al alcalde de Barcelona, Trías. El ministro del Interior en persona ha avalado esta información ante diversos periodistas. ¿Qué hacemos con él si resulta ser falsa? ¿Qué hará con su propia conciencia el periódico que la publicó, «El Mundo», sin exponerla a cualquiera de las honestas maniobras de contraste que bastaron a Javier Chicote para descartarla?

La conclusión evidente es que estas artimañas de las alcantarillas ponen en duda moral todas las diligencias abiertas al nacionalismo, sobre todo las que rompieron una impunidad de décadas concedida por el propio Estado. Tal vez sea conveniente agregar a esto la inquietud que me produce saber que el Estado dedica recursos a aplastar por motivos políticos las vidas y las honras de individuos. Este gobierno consigue que incluso cuando se trata de un valor colectivo superior uno termine dudando estar en el bando de los honorables.



La Fape estudia lanzar los premios de periodismo 'Reina Letizia'

La federación registró en octubre los nombres de los Reyes

Á. S. MADRID.

La Reina Letizia está cada vez más cerca de tener su propio premio de periodismo. La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (Fape) registró el pasado mes de octubre el nombre de la monarca y de su esposo, el Rey Felipe con el objetivo de crear dos galardones con los que premiar la publicación de reportajes y noticias, tanto en papel, como Internet, radio y televisión, así como las actividades deportivas y culturales, tal y como consta en el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial (BOPI). Desde la Fape explicaron a este diario que se ha puesto sobre la mesa la opción de crear estos premios y "por eso se registraron los nombres *Premio del Periodismo Rey Felipe* y *Premio del Periodismo Reina Letizia*, aunque todavía no hay nada concre-

La Reina Letizia es periodista de carrera y presentó los informativos de TVE.



El Rey Felipe VI acaba de llegar al trono y ha heredado los premios Rey de España.



to por lo que no verán la luz a corto plazo", aseguran.

El lanzamiento de estos galardones sería un gran hito para nueva reina de España ya que, ante de casarse con el, por aquel entonces, Príncipe de Asturias, ella era periodista en TVE. En este sentido, ambos monarcas han demostrado en varias ocasiones su buena relación con la prensa.

Hasta ahora existen los Premios de Periodismo Rey de España que organizan la Agencia Efe y la Agencia Española para el Desarrollo (Aecid). Estos galardones, que acumulan XXXII ediciones, van dirigidos tanto a periodistas españoles como extranjeros ya que se pueden presentar 22 países de Latinoamérica así como de EEUU, Filipinas, Guinea Ecuatorial, el Principado de Andorra y Marruecos.



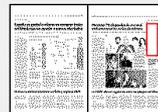
Una 'start-up' de notícies atreu el 'NYT' i el grup Springer

BARCELONA Redacció

El diari dels Estats Units *The New York Times* i el grup de mitjans alemany Axel Springer esperen que la poc coneguda *start-up* holandesa Blendle sigui la clau per guanyar diners amb les notícies a internet. De fet, entre els dos grups han aportat tres milions d'euros a una plataforma que disposa d'un dels sistemes de vendes més innovador de la indústria de continguts informatius. En a penes mig any, una cinquena part dels més de 130.000 usuaris registrats han pagat ja pels articles.

Blendle és una de les *start-up* més interessants. La plataforma holandesa ha ideat un original sistema per posar a disposició dels usuaris els articles dels mitjans adscrits a aquest servei. Coneguda com "l'iTunes de les notícies", segons el *Financial Times*, ha triomfat entre els editors ja que els permet fixar els preus i quedar-se amb un 70% dels ingressos generats. Però també entre els holandesos, que per quantitats que van des dels 10 als 90 cèntims poden trobar els continguts que més els interessin i, si no queden satisfets, sol·licitar la devolució dels seus diners.

Blendle assegura que els diners possibilitaran a la *star-up* accelerar els seus plans de creixement internacional en dos anys en aquells països en què els editors mostrin interès. A més de mitjans holandesos, ja s'han adscrit a aquest servei quatre publicacions belgues i el setmanari britànic *The Economist*.●



Orange permite compartir su oferta de TV con varios dispositivos

elEconomista MADRID.

Orange podrá a disposición de sus clientes de móvil el servicio multidispositivo de *Orange TV*, que permite disfrutar de los contenidos de su plataforma de televisión en distintos terminales, según ha informado la compañía, que hace un año lanzó este servicio asociado a las tarifas de banda ancha y convergentes. En concreto, desde seis euros al mes durante los seis primeros meses y, una vez finalizado el periodo promocional, desde 12 euros al mes, los clientes de cualquiera de las tarifas móviles de Orange podrán disfrutar de los contenidos de su *smartTV* o en cualquier dispositivo conectado a Internet, como tableta, smartphone y ordenador, a través de las redes 3G y 4G de la compañía.



La publicidad crece un 45% en LinkedIn

LinkedIn se hace un hueco en el mercado de la publicidad. La red social profesional ha visto como sus ingresos mejoraban en el tercer trimestre de su año fiscal gracias al impulso de los anuncios. La rama que firma llamar soluciones de marketing aumentó sus ingresos un 45 por ciento con respecto al año, hasta los 190 millones de dólares (151,9 millones de euros). La facturación total de la compañía también se disparó un 45 por ciento, hasta los 568 millones de dólares (454,3 millones de euros). Pese a la mejora de la facturación, LinkedIn ha perdido 4,3 millones de dólares (3,4 millones de euros). La dirección justifica las pérdidas por las grandes inversiones.



Youtube, de pago y sin anuncios

YouTube está trabajando en un modelo de suscripción que permitirá a los usuarios acceder a todos los vídeos sin tener que ver previamente la publicidad, según ha anunciado la consejera delegada de la compañía durante la *Recode Mobile Conference*, recoge *EP*. Asimismo, ha apuntado que el servicio de música en *streaming* de la plataforma llegará "pronto". La plataforma de vídeo *streaming*, según ha comentado la consejero delegado, Susan Wojcicki, ofrecerá un nuevo modelo de suscripción libre de anuncios, así como un modelo de soporte de publicidad que daría a los usuarios más opciones.



INTERNET

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

Col.legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
01/11/14	Els professionals de la comunicació sense titulació podran col·legiar-se / Rubi Informa	57	1
01/11/14	Els professionals de la comunicació sense titulació podran col·legiar-se / Terrassa Informa!	58	1
02/11/14	Guillem Carles: "Com a periodista m'he d'esforçar el doble" / El Periódico de Catalunya	59	2

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/11/14	Antena 3: falta de respeto y dignidad / Periodistas en Español	62	1
02/11/14	Qué es la fotografía, repaso sistemático a una mentira que se quiere verdad / Periodistas en Español	63	3
03/11/14	Broadfy, el mercado audiovisual de los ciudadanos / Periodismo Ciudadano	66	1



Col·legi de Periodistes de Catalunya

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Els professionals de la comunicació sense titulació podran col·legiar-se

Sábado, 1 de noviembre de 2014

Periodisme, publicitat, disseny i audiovisuals Germà Godó, Conseller de Justícia de la Generalitat // Imatge del web de la Generalitat El passat dimecres 29 doctubre , el conseller de Justícia, Germà Godó , va presentar en sessió plenària al Parlament, el Projecte de Llei de modificació de les lleis de creació dels col·legis professionals de l'àmbit de la comunicació a Catalunya : el Col·legi Professional de Periodistes de Catalunya; el Col·legi de Publicitàries i Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya; el Col·legi Professional de Disseny Gràfic de Catalunya, i el Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya. Godó va manifestar que el temps transcorregut des de la creació d'aquests col·legis i les complexes demandes a què ara senfronten els professionals i les corporacions de dret públic requereixen una resposta col·lectiva que permeti adaptar les seves estructures i ajudi a cercar noves oportunitats de valor als respectius àmbits professionals . El conseller va recordar que els col·legis professionals són els representants de la professió davant de les administracions públiques i va insistir en que són competents per vetllar per la bona pràctica de l'exercici professional, no només en benefici de les persones col·legiades, sinó també de les persones consumidores . Segons Godó la nostra societat demana, cada cop més, professionals qualificats i en aquest sentit el Projecte de Llei que es va sotmetre el passat dimecres vol contribuir a satisfer aquesta demanda . El text, aprovat amb el suport del conjunt de representants de la cambra , un cop abordada la seva tramitació en lectura única , té com a objectiu la modificació dels requisits d'accés a la col·legiació , que permetrà que molts professionals d'aquest camp, amb anys d'experiència però sense titulació, puguin fer aquest tràmit. Aquest Projecte de Llei sorgeix del fet que, quan es van crear els quatre col·legis, la major part dels professionals que els integren, no disposaven de la titulació universitària específica i exercien la seva professió amb uns estudis diferents o a partir de la pròpia experiència en el camp de la comunicació. Per tal de permetre la seva col·legiació, es va establir un període durant el qual s'admetia la incorporació de professionals que acreditessin certa experiència en l'exercici de la professió encara que no tinguessin els estudis corresponents, però molts dells no van ser informats d'aquesta opció, i no es van col·legiar. Ara, un cop aprovat aquest projecte, els professionals que exerceixen aquestes professions i que ho desitgin, podran col·legiar-se en els respectius col·legis en un termini màxim que finalitzarà el 31 de desembre del 2015 . Aquest article pertany al diari Rubí Informa! Rubí Informa!

Els professionals de la comunicació sense titulació podran col·legiar-se

Sábado, 1 de noviembre de 2014

Periodisme, publicitat, disseny i audiovisuals Germà Godó, Conseller de Justícia de la Generalitat // Imatge del web de la Generalitat El passat dimecres 29 doctubre , el conseller de Justícia, Germà Godó , va presentar en sessió plenària al Parlament, el Projecte de Llei de modificació de les lleis de creació dels col·legis professionals de l'àmbit de la comunicació a Catalunya : el Col·legi Professional de Periodistes de Catalunya; el Col·legi de Publicitàries i Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya; el Col·legi Professional de Disseny Gràfic de Catalunya, i el Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya. Godó va manifestar que el temps transcorregut des de la creació d'aquests col·legis i les complexes demandes a què ara s'enfronten els professionals i les corporacions de dret públic requereixen una resposta col·lectiva que permeti adaptar les seves estructures i ajudi a cercar noves oportunitats de valor als respectius àmbits professionals . El conseller va recordar que els col·legis professionals són els representants de la professió davant de les administracions públiques i va insistir en que són competents per vetllar per la bona pràctica de l'exercici professional, no només en benefici de les persones col·legiades, sinó també de les persones consumidores . Segons Godó la nostra societat demana, cada cop més, professionals qualificats i en aquest sentit el Projecte de Llei que es va sotmetre el passat dimecres vol contribuir a satisfer aquesta demanda . El text, aprovat amb el suport del conjunt de representants de la cambra , un cop abordada la seva tramitació en lectura única , té com a objectiu la modificació dels requisits d'accés a la col·legiació , que permetrà que molts professionals d'aquests camps, amb anys d'experiència però sense titulació, puguin fer aquest tràmit. Aquest Projecte de Llei sorgeix del fet que, quan es van crear els quatre col·legis, la major part dels professionals que els integraven, no disposaven de la titulació universitària específica i exercien la seva professió amb uns estudis diferents o a partir de la pròpia experiència en el camp de la comunicació. Per tal de permetre la seva col·legiació, es va establir un període durant el qual s'admetia la incorporació de professionals que acreditessin certa experiència en l'exercici de la professió encara que no tinguessin els estudis corresponents, però molts dells no van ser informats d'aquesta opció, i no es van col·legiar. Ara, un cop aprovat aquest projecte, els professionals que exerceixen aquestes professions i que ho desitgin, podran col·legiar-se en els respectius col·legis en un termini màxim que finalitzarà el 31 de desembre del 2

Guillem Carles: "Com a periodista m'he d'esforçar el doble"

Domingo, 2 de noviembre de 2014

Dissabte, 1 de novembre del 2014 Aquest veterà periodista i pare de tres fills dibuixa un cercle davant la seva cara amb l'índex de la mà dreta i diu: «Aquesta és vostè, perquè té la cara rodona». Per referir-se a ell farà un altre gest que descriu algú que parla molt. Perquè Guillem va ser un nen xerraire. Va perdre l'audició als 4 anys per una meningitis i, encara que parla amb esforç, defensa amb passió els drets i la idiosincràsia de la comunitat sorda que es comunica amb la llengua de signes. -El periodisme deu ser un dels oficis més difícils per a una persona sorda. -Ho és. El 1973 em vaig matricular a Periodisme però no vaig durar ni un mes. -¿Què va passar? -Que no hi havia intèrpret de llengua de signes i encara que ho vaig exigir, perquè hi tenia dret, no vaig obtenir una resposta convincent. Em vaig sentir, en certa manera, estranger. Era molt difícil seguir el moviment dels llavis, sobretot de les persones que portaven bigoti, com Manolo Vázquez Montalbán. -¡Vázquez Montalbán! ¿Què li deia aquest mestre de periodistes? -Es va interessar per la meva situació injusta. No s'havia trobat mai amb una persona sorda a la universitat i no sabia què podia fer. Intentava vocalitzar i obrir més la boca, però les persones sordes -fins i tot les que porten un audiófon en determinats casos- no llegim els llavis al cent per cent. A Catalunya s'aposta pel bilingüisme [els alumnes sords han de dominar la llengua de signes i l'oral] per accedir a la universitat, perquè no sempre hi ha un intèrpret. En altres països hi ha més oportunitats educatives i per això aquí hi ha menys periodistes, advocats, metges i funcionaris sords. -¿Vostè per què volia ser periodista? -Per vocació: el periodista neix, no es fa. Les persones sordes de la meva generació no tenien accés a una informació de qualitat. No és només que no hi puguin sentir, és que el 40% té dificultat per entendre la llengua parlada i escrita. El cas Pujol, l'operació Púnica o el procés sobiranista són notícies molt difícils de comprendre. -Per això va fundar l'agència de notícies Sord Press ja fa 40 anys. -I des de fa vuit anys organitzem magazins presencials i una tribuna oberta al Col·legi de Periodistes amb protagonistes de l'actualitat. Informem a través de la llengua de signes i de manera adaptada a la comunitat sorda. Som una comunitat lingüística amb una cultura pròpia i un vincle social molt fort. -Vostè és l'únic periodista sord col·legiat i acreditat al Parlament. -Als debats al Parlament hi assisteixo com a fotògraf freelance perquè no puc estar amb els ulls enganxats a l'intèrpret durant hores. Els dimarts participo en les rodes de premsa del conseller Homs, però si l'intèrpret no ve o si hi envien algú sense experiència en llenguatge polític, ¡buf!, em perdo i no m'atreveixo a fer preguntes per por de fer el ridícul. Com a periodista he d'esforçar-me el doble, amb la vista pendent de l'intèrpret i de l'expressió facial del conseller. Sóc conscient de les meves limitacions per exercir aquest ofici. -¿A quin polític li costa més entendre? -Homs s'expressa molt ràpid i Junqueras ho fa amb la boca molt petita; a Mas, en canvi, l'entenc millor. Hi ha persones que tenen una lectura labial molt expressiva. Les dones, en general, teniu els llavis més definits i també teniu més paciència. Al ser més sensibles a la nostra dificultat, sou més directes i concises. -A

Audiencia: 59.765

Ranking: 5

VPE: 418

Página: 2

Tipología: online

l'entrevista no ha portat intèrpret. -Ho dubtava, però al final he decidit venir sol. Tenia curiositat per veure com ens enteníem vostè i jo sense intermediaris. Si hi fos l'intèrpret vostè el miraria a ell (o a ella) i jo em convertiria en un subjecte passiu. Aquesta sensació no m'agrada.



Periodisme i Mitjans de comunicació

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Antena 3: falta de respeto y dignidad

Domingo, 2 de noviembre de 2014

Con la atención que requieren tanto el periodista como su entrevistado, el pasado domingo no me pude perder el encuentro en Ecuador entre Pablo Iglesias y Jordi Évole . Para atajar y dejarlo claro ante quienes se dispongan a leer este post con buen ánimo, creo que no hay nadie en España hoy capaz de superar en interés a ninguno de estos dos ciudadanos como personajes públicos en sus respectivos ámbitos. Jordi Évole y Pablo Iglesias en Ecuador Pese a la política de la ranciedumbre, el encastamiento y la falsía que nos aqueja y es incapaz de reconocer sus valores personales y comunicacionales, a Iglesias lo caracteriza la clara y razonada exposición de sus ideas, en sintonía con un cada vez más creciente sector de ciudadanos, según consta en las encuestas. A Évole, como profesional del periodismo, nadie lo cuestiona como ejemplo a seguir entre quienes esperan licenciarse en las facultades de Ciencias de la Información. Era lógico, pues, que la conversación entre ambos resultase de una excelencia inequívoca, tal como lo demuestran los casi cinco millones de televidentes que se dieron cita para ver Salvados, todo un récord dentro de las ya notables índices de audiencia que registra ese programa. Es de una indignidad rayana en la simpleza, por lo que de necia puede tener una tergiversación en la interpretación de las declaraciones de Iglesias escuchadas por casi cinco millones de oyentes, que la televisora Antena 3 -perteneciente al mismo grupo empresarial que La Sexta, productora del programa de Jordi Évole-, haya ofrecido en uno de sus informativos una lectura tan aviesa y falaz de las palabras del dirigente de Podemos. El propio Jordi Évole ha tenido que insertar, como necesaria y justa réplica a la información malvertida por sus compañeros, el fragmento del vídeo en el que Iglesias dice algo muy distinto a lo intepretado por Antena 3, que una vez más hace propaganda del líder de Podemos a costa de las mentiras y denuestos que la España de cerrado y sacristía vierten tanto sobre su persona como sobre su formación política. Echamos de menos, tanto entre los profesionales de la información como entre los políticos de una y otra banda que lo combaten, que uno solo al menos de unos y otros deje de recurrir a tretas tan bajas y utilice contra Pablo Iglesias -en la pugna dialéctica y crítica- una argumentación tan sólida como la que él mismo emplea para defender sus criterios. Si esto ya es un valor, hacerlo sin faltar a sus adversarios es en el líder de Podemos una costumbre, merecedora al menos de la misma correspondencia. ¿O es ya es tanta la decadencia de cierta clase de periodismo de alquiler y cierta clase de política amondongada que resulta inútil pedirles al menos a sus profesionales un poquito de respeto y algo más de dignidad? PS.- El secretario general de los socialistas felicita al líder de Podemos por los resultados obtenidos por su programa para la formación, tres meses después de que Iglesias le diera la enhorabuena por su nombramiento. Hay que mejorar esos reflejos, Pedro Sánchez Pérez-Castejón.

Qué es la fotografía, repaso sistemático a una mentira que se quiere verdad

Domingo, 2 de noviembre de 2014

El día que cumplió 50 años, Victoria pidió a sus amigos que se dejaran de bombones y flores y le regalaran una fotografía. Ahora, en la pared de un rincón de su casa tiene expuesta toda una galería de personas a las que quiere: marcos que encierran retratos de medio cuerpo, cabezas fijas de fotomatón, imágenes de grupo, incluso algún fotomontaje. Su regalo de aniversario se ha convertido en un homenaje al amor, la memoria y el tiempo de acuerdo con la definición sociocultural de la fotografía (tecnología comunicativa que permite fijar ópticamente un fragmento del universo de un tiempo dado, para perpetuarlo bidimensionalmente a través del tiempo y del espacio y procurar a sus destinatarios una experiencia óptica vicarial relativa a una escena alejada en el tiempo y acaso en el espacio) que el profesor Francisco Rodríguez Pastoriza (1) incluye en el libro *Qué es la fotografía, historia breve y muy completa, manual casi enciclopedia y memoradum de los principales nombres que ha dado el octavo arte en el siglo y medio que lleva de andadura*. Yo misma, durante el tiempo que duró mi entusiasmo por una espléndida Polaroid tamaño casi natural daba el alto en la puerta a todos los familiares y amigos que acudían a mi domicilio, que no pasaban hasta no haber posado para una instantánea (y nunca el nombre tuvo mejor aplicación); todas ellas, que van perdiendo la gracia y el color con el paso de los años, se encuentran encaramadas dispersas por las estanterías que también albergan mis libros (especie, igualmente, de fotofijas de otros tiempos y otros espacios; de esas otras vidas que pudimos vivir). ¿Qué pretendemos al hacer (tomar, sacar, guardar) una fotografía? Un imposible: apresar un instante; una quimera: fijar la realidad. Porque el instante, la realidad, no son estáticos, estaban ahí y han pasado, lo que queda en el cliché ya no existe igual que en la definición de Heráclito se establece la imposibilidad de bañarse dos veces en el mismo río. El icónico Richard Avedon, para muchos el mejor fotógrafo de moda hasta la fecha, desmitificó definitivamente la fotografía el día que aseguró que ninguna foto dice la verdad, exactitud irrefutable aunque contestada en parte por un intelectual de la talla del filósofo y semiólogo Roland Barthes, para quien aunque la imagen no es real, es el analogon perfecto de la realidad. Joan Fontcuberta, uno de los más celebrados fotógrafos catalanes actuales, considera que la fotografía supone una traición visual para el espectador porque hace pasar por verdadero lo que no es sino fruto de una convención. Así que las fotografías de los amigos no son pedazos de realidad colgados de nuestras paredes sino algo que se asemeja remotamente al recuerdo de una realidad irrepetible. Imposturas en fin de cuentas. Pero, en todo caso, todo esto es muy antiguo (en el sentido en que mi hijo, cuando todavía era casi un bebé, me decía cuéntame cosas antiguas de cuando tu eras pequeña; lo que resultaba ciertamente chocante teniendo en cuenta que apenas nos llevamos dos décadas); la segunda revolución industrial, la de la tecnología, ha hecho viejas, casi obsoletas, las fotos colgadas en paredes, pegadas en álbumes, guardadas celosamente en armarios, escondidas en cajas de zapatos ahora las fotos están en los ordenadores, en los teléfonos móviles,

en las tabletas, en los discos duros y los pen-drive, navegando por Internet o colgadas en la nube. ¿Esto es lo mismo que decir en ninguna parte más que en nuestros recuerdos? Entre la llegada al mercado de la primera cámara fotográfica al alcance del ciudadano de a pie, la legendaria Kodak (¿queda alguien más que recuerde el cajón Kodak como un ansiado regalo de cumpleaños?), en los últimos años del siglo XIX, y los aparatos digitales de hoy que han banalizado la fotografía poniéndola al alcance de todos, e incluso la han pervertido porque la técnica permite retocar, mejorar e incluso transformar la imagen inicial hay poco más de un siglo y un larguísimo camino recorrido. También hay que precisar que detrás hay varias décadas de trabajos que comienzan en 1826 cuando Niépce (2) consiguió con una piedra litografiada, betún y luz solar- lo que se considera las primeras fotografías de la historia. Imagen fija en el tiempo y el espacio, pese a contar solamente con dos dimensiones la fotografía es también muchas más cosas si tenemos en cuenta el aspecto sentimental (el más hondo de todos), si valoramos lo que realmente nos impacta cuando nos situamos frente a la representación de algo conocido, vivido o simplemente sabido (aunque esto sería materia de tratado más sociopsicológico y probablemente menos pedagógico que el que nos ocupa). Desde la aparición de las Bellas Artes, la fotografía es el primer medio de reproducción de la realidad verdaderamente revolucionario, asegura el autor de *Qué es la fotografía*, libro que se ocupa de lo más relevante ocurrido en el universo fotográfico a lo largo de casi dos siglos: desde los primeros daguerrotipos y los pioneros, hasta los paparazzi o las tendencias actuales, pasando por el fotomontaje, la fotografía de moda, el retrato o la fotografía conceptual. El tratamiento erudito y pedagógico del volumen incluye textos biográficos y sobre la obra de más de 200 fotógrafos, españoles y extranjeros, junto con explicaciones de los diferentes géneros y estilos; todo lo cual lo convierte en un volumen de consulta, y también un posible libro de texto para estudiantes, y de contemplación y lectura para aficionados. En este libro está casi todo lo que siempre quisimos saber sobre fotografía y muchas veces no supimos a quién preguntar, ni dónde buscar. La historia de la fotografía que, si la medimos por su edad apenas acaba de comenzar, tiene ya algunos protagonistas que han venido para quedarse: fotografías han dado la vuelta al mundo, se han publicado en todos los países, han pasado a integrar el imaginario colectivo y se reproducen sin cesar: estoy hablando de la imagen de Che Guevara con boina, la del pequeño John Kennedy Jr. en el entierro de su padre, Picasso con camiseta rayada en su estudio, el cadáver de Lenin, el miliciano republicano español inmortalizado por Robert Capa, el beso del marine en Times Square celebrando la victoria sobre Japón, como el de la pareja que pone el broche de oro a la liberación de París, en la misma guerra; el almuerzo de los obreros en la viga que sobrevuela el cielo de Nueva York, el museo de las calaveras del genocidio camboyano, las imágenes del holocausto judío, el abrazo de John Lennon y Yoko Ono que fue portada del semanario Rolling Stone; el testimonio gráfico de la mesa redonda de un programa radiofónico único, en la que participaron los tres grandes de la chanson, George Brassens, Jacques Brel y Léo Ferré; y los innumerables clichés (palabra que está apunto de desaparecer del lenguaje dada su pérdida de vigencia) firmados por artistas pluridisciplinarios como Man Ray, Robert Mapplethorpe o William Klein, y los españoles Martín Santos Yubero, Ramón Masats, Enrique Meneses No están todos los que son pero son todos los que están: algunas de sus fotografías más emblemáticas aparecen también en

Audiencia: 8.380

Ranking: 4

VPE: 18

Página: 3

Tipología: online

el libro. Francisco Rodríguez Pastoriza, periodista, compañero en Periodistas en español, más de veinte años haciendo Cultura en TVE y más de diez como adjunto a la Jefatura de esa área; profesor de Fotografía Informativa en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense (también imparte Comunicación e Información Audiovisual e Información Cultural). Es autor de los Libros Periodismo cultural (2006), Cultura y televisión. Una relación de conflicto (2003), La mirada en el cristal (2003) y Perversiones televisivas (1997). Colabora en diversas publicaciones diarias y semanales, tanto en prensa convencional como digital. Joseph Nicéphore Niépce, terrateniente francés, químico, litógrafo y científico aficionado inventor, junto a su hermano, de un motor para barcos y, con Louis Daguerre, el primer proceso fotográfico exitoso que se conoce. Qué es la fotografía Breve historia de los géneros, movimientos y grandes autores del a

Broadfy, el mercado audiovisual de los ciudadanos

Lunes, 3 de noviembre de 2014

Broadfy es una plataforma donde cualquier persona puede poner a la venta todas sus fotos y vídeos sobre hechos noticiables de los que hayan sido testigos. Desde PC ya os hemos informado en otras ocasiones sobre webs similares que pretenden convertirse en auténticas agencias ciudadanas. En el caso de Broadfy todo aquel material audiovisual con interés público puede ser objeto de venta. Como ellos mismos afirman: Creemos que el periodismo ciudadano responde a la demanda de un tipo de información presencial e instantánea. Precisamente, uno de sus objetivos es promover la venta de historias de última hora, subidas por ciudadanos que se encuentran en el lugar de los hechos y que pueden aportar su testimonio gráfico de aquello que están presenciando. Cada contenido pasa por un grupo de editores que lo validan y lo ponen a la venta. Sin embargo, lo más curioso para el comprador es lo siguiente: a cada fotografía o vídeo subido se le asigna un valor determinado en tres categorías (relevancia, calidad y popularidad). Además, hay una última variable que corresponde a la valoración que otros usuarios han dado a ese material. Las mediciones se presentan gráficamente a través de una serie de porcentajes. Actúa como un clasificador objetivo del contenido para que los compradores se decidan más fácilmente. También, al dejar al resto de usuarios dar su propia calificación, se fomenta la participación y la retroalimentación. Una vez que el autor ha conseguido una persona interesada en adquirir su contenido, esta recompensación económica que recibe se traduce en un 50% para él mismo y otro 50% para Broadfy. Eso sí, el creador conserva sus derechos de autor. Los precios a los que se está vendiendo estos materiales oscilan entre los 5 y los 49 euros. Cada usuario dispone de su propia página personal, con su foto y una breve descripción, desde la que se puede acceder íntegramente a todos sus trabajos subidos a esta web. La plataforma, nacida en la primavera de este año, posee colaboradores mayoritariamente españoles. Sin embargo, tiene una clara vocación de crecimiento y pretende convertirse en un Marketplace abierto a cualquier ciudadano del mundo. Tal y como han señalado en declaraciones a Periodismo Ciudadano, en un par de meses tienen previsto el lanzamiento de su App móvil, tanto para IOS como para Android. De momento, siguen trabajando y animando a los ciudadanos a colaborar. Para nosotros, una opción más a la hora sacarle partido a todas esas fotos y vídeos con interés noticioso para el resto de personas.