



# RECULL DE PREMSA CAP DE SETMANA

26/01/2015



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

 **accesso**

# ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

80



# PRENSA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/01/15	VILLATORO: «JO, COM VA FER EL MEU AVI, TAMBÉ VULL MARXAR, PERÒ NO SEMPRE» / REGIO 7	7	1
24/01/15	IIMÁGENES DE ACTUALIDAD. Homenaje a los periodistas / LA MAÑANA DIARIO DE PONENT	8	1
25/01/15	LES MARQUES DEL CARMEL. Intents, fallits, de control informatiu / EL PUNT AVUI	9	4

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/01/15	UN CUARTO DE SIGLO DE ANTENA 3 / DIARI DE TERRASSA	14	1
24/01/15	EN EL PRIMER ANIVERSARIO DE SU MUERTE. MANU LEGUINECHE: «INTERNET HA ENFRIADO EL PERIODISMO» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	15	2
24/01/15	ELLAS SON LAS HEREDERAS DE SARA CARBONERO / EL PAIS (ED. NACIONAL)	17	1
24/01/15	LAS CONDICIONES PARA QUE TELEFÓNICA COMPRE CANAL+ AMENAZAN A PRISA / EL ECONOMISTA	18	1
24/01/15	LA FORÇA DEL DOCUMENTAL / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	19	2
24/01/15	EL MUME EXPOSA 42 FOTOS ORIGINALS DE L'EXILI DEL 39 DE L'AGÈNCIA DEL «NY TIMES» / DIARI DE GIRONA	21	1
24/01/15	PERIODISME ESPORTIU? PERMETIN! / L'ESPORTIU	22	1
24/01/15	RTVE CERRARÁ LAS CUENTAS DE 2014 CON UN DÉFICIT DE ENTRE 60 Y 70 MILLONES / ABC (EDICION NACIONAL)	23	1
24/01/15	LA MADRE DE UN PERIODISTA EN MANOS DEL EI PIDE SU LIBERTAD / DIARI DE TARRAGONA	24	1
24/01/15	EL GOBIERNO SUBE UN 15% EL GASTO EN PUBLICIDAD. / EL ECONOMISTA	25	1
25/01/15	25 AÑOS EMOCIONANDO. MULTIMEDIA, EL NUEVO MUNDO DIGITAL / LA RAZON (SUPLEMENTO ESPECIAL)	26	8
25/01/15	25 años emocionando. CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN EL GRUPO DE COMUNICACIÓN DE REFERENCIA / LA RAZON (SUPLEMENTO ESPECIAL)	34	8
25/01/15	25 AÑOS EMOCIONANDO. MÁS QUE TELEVISIÓN / LA RAZON (SUPLEMENTO ESPECIAL)	42	6

## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
25/01/15	S'HAN DE POSAR LÍMITS A LA SÀTIRA I A L'HUMOR? / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	48	2
25/01/15	TELEKREMLIN SE EXPANDE / EL PAIS (DOMINGO)	50	3
25/01/15	MENYS ESPAI PER A TV3 A LES ILLES PELS CANVIS A LA TDT / ARA	53	1
25/01/15	Francesc Serrat Pérez: «ALS 15 ANYS VAIG ANAR AL DIARI I VAIG DIR AL DIRECTOR: NO PARLEN MAI DE NAVÀS, JO HO FARÉ» / REGIO 7	54	2
25/01/15	LAS PRIVADAS CELEBRAN EL AÑO QUE TVE PERDIÓ EL MONOPOLIO / ABC (EDICION NACIONAL)	56	2
25/01/15	CAL LIMITAR LA LLIBERTAT D'EXPRESSION? (1) / ARA	58	1
25/01/15	RELIGIONS EL DEFENSOR DEL LECTOR Pep Colleldemont / EL PUNT AVUI	59	1
25/01/15	LECCIONES DE 'CIUTAT MORTA' por MILAGROS PÉREZ OLIVA / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	60	1
25/01/15	RETRAT DE L'AFGANISTAN, A 'VESTIDA DE NEGRE' / EL PUNT AVUI (PRESENCIA)	61	1
25/01/15	Europa ha d'aprendre les lliçons del drama grec / ARA	62	1
25/01/15	Els veïns europeus de Putin exigeixen a la UE que respongui activament a la propaganda de les televisions russes / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	63	1
25/01/15	CUANDO LOS PROTAGONISTAS SON LOS LECTORES, POR LOLA GALÁN / EL PAIS (ED. NACIONAL)	64	2
25/01/15	CONTENER LA DEMOCRACIA Por CHRISTOPHER WALKER / EL PAIS (DOMINGO)	66	2
25/01/15	EL PERIODISME AMB ÀNIMA NO POT SER NEUTRAL per ALBERT PLA NUALART / ARA	68	1
25/01/15	BARDAJÍ: «EXPLORAREMOS NUEVOS TERRITORIOS SIN DEJAR DE SER FI ELES A NOSOTROS MISMOS» / LA RAZON	69	1
26/01/15	EL PERIODISTA QUE DESTAPÓ LA MUERTE DE NISMAN BUSCA REFUGIO EN ISRAEL / ABC (EDICION NACIONAL)	70	1
26/01/15	ESPORTISTES I REPORTERES, UNA ATRACCIÓ IRRESISTIBLE / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	71	1
26/01/15	LIBERTAD DE EXPRESIÓN, ¿DERECHO A OFENDER? POR SALVADOR ARAGONÉS / DIARI DE TARRAGONA	72	1

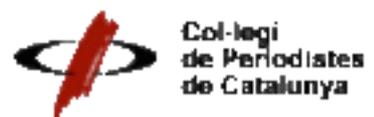
## PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

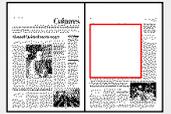
Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
26/01/15	PRIMERO UN TUIT, LUEGO LA HUIDA A ISRAEL ~GAF SOL RAY BAN, / EL PAIS (ED. NACIONAL)	73	1
26/01/15	HOLLYWOOD, AMB EL PLANETA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	74	1
26/01/15	UN TERCIO DE LOS ESPAÑOLES CONSULTA SU MÓVIL CUANDO TIENE CINCO MINUTOS LIBRES / EL ECONOMISTA (ED. LUNES)	75	1
26/01/15	CONSCIÈNCIA MOLT VIVA, PER JOAN RUEDA / EL PUNT AVUI	76	1
26/01/15	ELS PITS DE MURDOCH PER RAMÓN De España / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	77	1
26/01/15	LA XINA INTENSIFICA LA CENSURA PER ACCEDIR A INTERNET / ARA	78	1
26/01/15	EL PERIODISTA DAMIÁN PACTER / REGIO 7	79	1



# COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





# Villatoro: «jo, com va fer el meu avi, també vull marxar, però no sempre»

► El novel·lista i periodista egarenc reflexiona sobre la seva existència a partir del darrer llibre

## Crònica

ENRIC BADIA | MANRESA

**R**eflexiona serament i en veu alta sobre el seu pas, sobre les fugides que troba necessàries, sobre la decisió de marxar que van prendre alguns, com el seu avi, andalús i republicà, sobre el desprendre's de determinats entorns, en determinats moments. Vicenç Villatoro (Terrassa, 1957) va ser dijous a Manresa, en aquest cicle Pessics de Vida, que coorganitza el Centre Cultural del Casino i la Demarcació del Col·legi de Periodistes de la Catalunya Central, i que intenta despullar els personatges per presentar les persones.

En aquesta ocasió, l'encarregat d'aprofundir-hi va ser el periodista i també escriptor, com el convidat, Genís Sinca.

Villatoro es va deixar endur ben aviat cap al pensament transcendent, cap a la reflexió sobre la ubicació que les persones necessiten en cada moment i sobre el perquè del canvi, del viatge, d'aquest món de gent que va i bé, d'aquests ponts que en el cas de la seva Terrassa es van establir en els anys de postguerra amb la població andalusa de Castro del Río. El poble d'origen de la seva família per part dels Villatoro.

De fet, l'escriptor egarenc, té llibre nou, «L'home que se'n va» (l'acte també es feia amb la col·laboració de la llibreria Parcir), que tracta en bona part d'aquesta reflexió en veu alta. Centrat en la història del seu avi, en l'anar-se'n de Castro del Río de l'avi, Villatoro es retroba amb la situació de conflicte, amb la



ENRIC BADIA

Vicenç Villatoro en l'acte de dijous de Pessics de Vida al Casino

guerra, amb el paper de vencedors i vençuts, de gent han vist la seva mort escrita en un paper en un penal de Burgos, i, finalment, es posa en la pell del Villatoro avi. En aquestes angoixes, el novel·lista hi troba bona part de l'explicació dels adéus, però tampoc no totes. I aleshores, dijous, de la mà de les preguntes de l'escriptor manresà Genís Sinca,

va anar desgranant reflexions.

«Vull marxar, però no sempre vull». «Em puc llevar i voler marxar, però potser al migdia, ja no», comentava Villatoro. Ho explicava respecte d'un moment interiorment convuls, en el període posterior a la mort de la seva dona. Un trasbals interior per a qualsevol. I un moment per tenir aquestes sensa-

cions de voler marxar.

Recorda, aleshores, com l'avi, com la gent que va passar la guerra, es guardava les fotografies de família, però «estripava els papers». I explica, com per fer el llibre es va voler guiar pel relat que el protagonista triat li havia deixat gravat en un cassette: «parlava de tot, de la família, dels orígens, però hi havia un buit: la guerra». I conclou que les fotografies només guarden les bones imatges, perquè aquesta és la seva funció, però els papers expliquen les circumstàncies.

El format Pessics de Vida permet al protagonista obrir-se interiorment, però al mateix temps relatar l'anècdota, explicar que «escric les novel·les sobre paper», i en va fent versions. «De la penúltima en vaig fer 16 versions», assegura. Admet que per escriure necessita parar d'altres activitats, una situació que s'ha donat per aquest darrer treball, i, també, que no té facilitats per a imaginar gent, situacions i espais, i que té un parell de caixes plenes de retalls de cares retallades de revistes. D'allà en fa un collage abans de cada procés novel·lístic i després una tria.

I el format d'aquest cara a cara també fa fàcil que Genís Sinca es pugui treure un as de la màniga i donar-li, davant del públic, la portada i la pàgina interior d'un **Regio7** de fa 35 anys en el que explicava que un jove de 23 anys, de Terrassa, era el guanyador de la Flor Natural dels Jocs Florals de la Llum de Manresa. I ell pot rematar la passada explicant com, la seva enyorada Monserrat Olivé, de només 22 anys, va ser reina dels Jocs Florals de Manresa, acabada de casar, i estrenant un vestit per a l'ocasió.



## IMÁGENES DE ACTUALIDAD



### Homenaje a los periodistas

La delegación en Lleida del Col·legi de Periodistes de Catalunya celebró ayer un acto de reconocimiento a los presidentes y miembros de la junta de Lleida desde 1988. /FOTO: Núria García



### Coloquio sobre la corrupción

La CUP organizó ayer una conferencia sobre la corrupción en Catalunya y Lleida. Durante el debate se puso sobre la mesa el caso de La Llotja, que la agrupación denuncia. /FOTO: Núria García



### Arte y ciencia en la UdL

La Sala de Junes de la Facultat de Lletres de la Universitat de Lleida acogió ayer la conferencia Art i Ciència: fusió creativa, a cargo del divulgador científico Jorge Wagensberg /FOTO: Núria García



Desè aniversari de l'accident de les obres del metro

# Les marques de

**SINISTRE** L'esfondrament per les obres del metro, del qual farà 10 anys, va forçar una renovació del barri **DEURES**. La part més ambiciosa de la reforma, però, continua pendent

Ivan Vila  
BARCELONA

Va ser un 25 de gener, com avui. Era dimarts, i la principal notícia als diaris era el fred. Un gener gelat. La Mercedes Álvarez va tancar el quiosc a quarts de vuit i se'n va anar a casa. Un dia qualsevol. Pels volts de les deu, recorda, van picar a la porta. Els bombers: que hi havia un problema i que haurien de passar la nit a l'hotel. Ella, amb marit i filles, i les altres deu famílies que vivien al número 10 del passatge Calafell. A 35 metres per sota de l'edifici, s'havia produït un desprendiment al túnel que s'excavava per fer la cua de maniobres de la futura estació de metro del Carmel. Però res greu, es va dir, i així es va publicar. A tots els desallotjats aquell dia els van dir el mateix: que pura prevenció, que podrien tornar a casa al cap d'un o dos dies. Més de sis mesos, s'hi van estar, a l'hotel: mai més van tornar a casa seva.

El que va passar al cap de dos dies va ser que aquell desprendiment es va acabar convertint en una xemeneia des del túnel en excavació fins a la superfície, un cràter de 20 metres de diàmetre que es va empassar el garatge a tocar de l'edifici desallotjat. Dimarts farà 10 anys d'aquell sinistre que va obligar a fer un desallotjament massiu i sense precedents i que va canviar la fesomia del barri, de Barcelona i de Catalunya.

Aquell matí del daltabaix, el pànic es va fer amo

## Intents, fallits, de control informatiu

Entre les crisis encavalcades que es van donar al Carmel, no en va faltar una d'informativa. Els intents, maldrestes i majoritàriament fallits, de la Generalitat i l'Ajuntament per evitar la presència de càmeres en reunions amb els veïns i per controlar l'accés dels periodistes als afectats durant l'emergència van propiciar una pluja de crítiques. La intervenció del secretari de Comunicació del govern, Enric Marín, va ser com ruixar el foc amb gasolina, fins que la controvèrsia es va tancar amb un document del Col·legi de Periodistes que fixava com a únics límits per als informadors la seguretat i la intimitat dels afectats.

i senyor del barri. L'esfondrament va afectar conduccions de serveis i va provocar un escapament de gas. Al cap d'una estona la pudor era insuportable, també al mercat, d'on la gent va sortir a corre-cuita, recorda el que aleshores n'era el president i encara ho és avui, Frederic Olivella. "Molta gent creia que era una fuga de gas", recorda Mercedes, la quiosquera. El dia abans, un dels seus fills va convèncer un policia per treure del pis els quatre gossos que tenien. Després, ja no hi va poder tornar per a res. Feia 25 anys que hi vivia.

Al Carmel van ser desallotjades 1.289 persones, les que residien en 530 ha-

bitatges integrats en els 65 blocs més propers a l'esvoranc. Cinc d'aquests blocs, inclòs el de la Mercedes, van anar a terra. Hi vivien 81 veïns. No havien de ser tants, inicialment, però l'obertura d'un segon esvoranc, una setmana després del primer, va accentuar la gravetat de la intervenció. A coses com aquesta, o al fet de dir als veïns que van acabar perdent la casa que hi tornarien de seguida, es referia l'aleshores conseller de Política Territorial i Obres Públiques, Joaquim Nadal, quan va immortalitzar aquell oximoron que la veritat d'un dia la demetria la de l'endemà.

## Els desallotjats

"A mi la casa no em va caure, me la van tirar!", insisteix Carmen Ferrándiz, veïna de l'àtic del mateix bloc on vivia la quiosquera, i on ella s'havia instal·lat quan el van construir, 27 anys enrere. La Carmen, nascuda fa 80 anys al Carmel, al mateix passatge Calafell on continuava vivint amb el seu marit, Maximiliano, quan es va produir l'ensurt. L'home va morir fa un any. Ella segueix al barri. És una exigència que va posar. "Jo els vaig dir que no pensava marxar. Vaig néixer aquí i moriré aquí." Li van fer cas: a ella i a onze famílies desallotjades més els van donar un pis al carrer Llobregós, la via central que vertebrava el barri, a menys de 100 metres d'on tenia la que encara considera casa seva. "Aquíestic bé, però casa meva era allà", protesta.



La Carmen continua sent veïna de la Mercedes. Ara de replà i tot. Hi va haver problemes, al principi. L'edifici era un bloc acabat de construir d'habitatges socials, i evidentment hi havia qui aspirava a tenir-ne un. "Alguns ens retreien que ens haguessin donat un pis. Però a mi no em van donar res, ni jo vaig demanar res. A mi m'ho

van treure tot." Els traslladats van haver d'aguantar alguns comentaris feridors i episodis incòmodes, sobretot les primeres setmanes: interfons arrebossats amb merda, el pany de la porta de l'edifici segellat amb silicona... Coses així. Aquells mesos, alguns veïns es van unir més que mai, però també es van forjar al barri

enemistats que perduren.

Disset famílies més que van veure com els demolien la casa van optar per marxar del barri. Es van instal·lar en dues promocions de pisos protegits a la Sagrera. Vuit d'aquests veïns han estat localitzats per aquest diari, però cap no ha volgut participar en el reportatge. "Jo he girat full, i tornar a parlar-ne és re-



# El Carmel

## Les xifres

**1.289**

veïns del Carmel van ser desallotjats com a conseqüència de l'esfondrament per les obres del metro.

**67**

comerços van estar tancats durant els mesos que van durar les obres per arranjar la zona afectada.



González, i també ho afirmen altres veïns consultats. "Però això passa sempre, hi ha gent de tota mena, i llavors si deies que se t'havia trencat la nevera, te'n posaven una de nova." Els retrets, la mala maror, que persisteixen. "Hi ha gent que no em saluda pel carrer", diu González, que va viure el sotrac en primera persona.

A ell també el van desallotjar, i va passar mesos fora de casa, fins que el seu edifici va quedar reparat. Mentrestant, amb 70 anys i la dona amb depressió, com molts altres afectats, González va tractar de liderar les reivindicacions veïnals. Va topar amb molts afectats, que preferien reclamar pel seu

## Alguns veïns es van unir més, es van també es van forjar enemistats

compte i mitjançant advocats. L'associació de veïns va optar per reivindicar millores col·lectives i va esgarrapar compromisos com ara instal·lar ascensors als blocs on fos possible, millorar les façanes i fer reformes al barri. González, que havia estat fundador de l'entitat veïnal, va deixar el càrrec uns anys després del sotrac, però avui torna a presidir-la.

Potser sense l'acció de l'associació de veïns s'hauria fet igual. Però el cas és que després de l'accident es van acumular moltes intervencions pendents al barri. El Carmel va ser declarat àrea extraordinària de rehabilitació integral (Aeri) i, en els cinc anys posteriors, a banda dels

**Passa a la pàgina següent**

viure-ho tot", explica una dona que va anar allà, tres anys després va marxar de Barcelona i no vol ser esmentada. Si Carmen Ferrándiz va exigir quedar-se al Carmel, ella mai no ha tornat a trepitjar-lo, diu.

### Un metro caríssim

El trobaria canviat, tot i que perfectament identificable. Continua sent el

barri dens, costerut i destarotat que ja era, fruit de les dinàmiques de l'autoconstrucció, és a dir, de la iniciativa dels residents vinguts d'arreu de l'Estat als anys cinquanta, que van construir ells mateixos les seves pròpies cases abans que l'urbanisme del desenvolupament de la dècada següent acabés de rematar el guirgall urbanístic.

Ara ja hi ha metro. Les obres maleïdes es van reprendre, i acabar. Va costar un dineral, això sí. L'ampliació de l'L5, que abans acabava a Horta i que ara arriba fins a la Vall d'Hebron amb parades intermèdies al Carmel i la Teixonera, es va pressupostar inicialment en 94 milions d'euros, però el sinistre del 2005 va obligar a

paralitzar els treballs, que no es van reiniciar fins passats dos anys, i a refer el projecte, i en va triplicar el cost: la inversió final va ser de 320 milions.

La quantitat aplega totes les despeses que la Generalitat va tenir arran del sinistre, inclòs el cost de reallotjaments, enderroc, arranjament urbanístic de l'àrea afectada,

indemnitzacions –dels 66 milions que es van pagar, 15 van anar a càrrec del govern– i reformes. Gens menors: va tocar reformatar tretze blocs i reparar fins a l'última esquerra de l'últim habitatge de l'àrea propera al forat. "Hi va haver gent que se'n va aprofitar, és clar", diu el president de l'associació de veïns, Fernando

**Lloc on es va produir l'esfondrament**, a l'esquerra. Al costat, formigoneres al carrer Llobregós. A la dreta, a dalt, vista lateral d'un dels blocs a mig enderrocar; al mig, veïns buscant les seves pertinències entre les runes de casa seva, i a baix, una manifestació dels afectats ■ J. RAMOS / Q. PUIG / L. CRUSET / A. PUIG / T. GARRIGA / EFE



## Desè aniversari de l'accident de les obres del metro



La plaça sense nom que hi ha actualment on es va obrir l'esvoranc, vista des de dalt. A l'esquerra, a dalt, imatge virtual de com havia de quedar la plaça, amb una perspectiva lateral, que l'Ajuntament va difondre el 2008. A baix, un dels accessos al mercat del Carmel, al carrer Llobregós, aquesta setmana ■ ALBERT SALAMÉ

### Ve de la pàgina anterior

la Generalitat, l'Ajuntament hi va abocar 70 milions, i l'Estat, 16. Es van instal·lar nous trams d'escales mecàniques i fins i tot ascensors exteriors, cabdals en un barri aixecat damunt la muntanya que hi dona nom, i amb un 22% dels veïns de més de 65 anys; es van arranjant places; es va reformar i ampliar l'escola, i es va rehabilitar el 22% del parc d'habitages.

### L'arribada del metro al barri es va vendre com un punt final

L'arribada del metro, una reivindicació que ja durava dues dècades, va ser la joia de la corona i alhora la clau de volta de la transformació, i va esdevenir, cinc anys i mig després de l'esvoranc i la interrupció dels treballs, el colofó amb què es pretenia tancar definitivament "la ferida del Carmel", per insistir en una de les metàfores més usades per parlar d'aquell ensurt i les seves repercussions. La inauguració de l'estació del Carmel, el juliol del 2010, va ser venuda en termes de punt final i de

## Una falla no detectada per un cúmul d'errors que va quedar impune

El túnel del Carmel es va esfondrar perquè l'excavació va topar amb una falla no detectada, segons l'informe dels perits judicials. La falla, però, només va ser el desencadenant. A banda de la suposada falta de qualitat dels materials usats per sostenir el túnel, sobre la qual tant es va debatre, el cas és que els controls es van relaxar, tot i que els treballs es feien en un subsòl irregular. Hi ha veïns que parlen

d'operaris que entraven amb por a l'obra, i fins i tot d'algun que va plegar perquè no ho veia gens clar.

Rumors a banda, l'obra era un desori: els càlculs previs no van preveure "resistències del terreny baixes" i la inspecció sobre la marxa "no va ser prou detallada". Ni els resultats dels aparells d'auscultació del terreny —un va estar dos mesos sense emetre dades— van ser llegits correctament ni la co-

municació entre els tècnics implicats va ser "prou fluida", segons els perits. És a dir, el cúmul d'errors que també havia conclòs la comissió parlamentària d'investigació sobre el tema, en què els responsables de la direcció de l'obra i l'empresa constructora s'havien tirat els plats pel cap.

Pel sinistre, van ser impunitats el gerent d'obres de l'empresa pública Gisa, el director de l'obra, el responsable dels

estudis geotècnics i els dos caps successius que la constructora havia tingut sobre el terreny. La querella, però, es va arxivar quan la van retirar primer els afectats —a mesura que acceptaven les indemnitzacions— i després l'Ajuntament. La fiscalia hi veia indicis d'un delictes de danys, però, com que no és perseguible sense denúncia dels perjudicats, va demanar l'arxivament del cas.

hi ha qui no es va veure amb cor de tornar a arrencar i refer la clientela perduda", explica.

Després de la revifalla, però, van arribar la crisi i el degoteig de tancaments. "En molts carrers, el paisatge és gris, de persianes tancades", lamenta Mas, que assenyala la falta de relleu generacional, res exclusiu del barri, com l'argument per als que es perden molts negocis. L'actual presidenta dels

### La cronologia

27.01.05

**Esfondrament** i emergència inèdita al Carmel, dos dies després d'un primer desallotjament preventiu.

03.02.05

**L'obertura** d'un segon esvoranc agreuja la situació, i obliga a enderrocar cinc edificis en comptes dels dos previstos.

29.12.06

**Lliuren** les claus del pis als dos últims desallotjats. La majoria havien tornat o havien estrenat pis al llarg del 2005.

30.06.10

**Entra en servei** l'ampliació de l'LS i l'estació del Carmel. Les obres havien estat dos anys interrompudes.

gran avenç per al barri. També per al conseller Nadal va ser una catarsi: "M'ha tret una espina que duia a dins", va proclamar en l'acte inaugural.

#### Botigues tancades

L'estació de metro té una contrapartida, que la vida és complicada i mai res es fa a gust de tothom. "Molt bé per als veïns, però no tant per a les botigues", avisa Josep Maria Mas,

president de l'associació de comerciants del Carmel quan aquell esglai va afectar profundament el comerç. "El metro apropa el centre de la ciutat, i ara els veïns fan més compres fora del barri."

Mas va negociar juntament amb el president del mercat, Frederic Olivella, les compensacions per als comerços que van haver de tancar mentre van durar les obres per suturar

la zona, i també per als que no ho van haver de fer però van perdre bona part de la clientela durant els mesos dels hotels.

La Mercedes, la quiosquera, diu, però, que ella només va tancar un dia. El segon, quan encara estava tot de cap per avall, va dir a un policia que ella havia de treballar, i li van donar permís per obrir. Mai havia venut, ni ha tornat a vendre, tants diaris.

"Vam tenir dos o tres mesos bons de vendes, això sí", concedeix.

El consistori després va activar plans per revifar el teixit comercial, mercat inclòs. I va funcionar, segons Mas i Olivella. Amb un matís, que assenyala el primer: dels 67 comerços tancats durant l'emergència, una desena no van tornar a obrir. "Amb la indemnització que van rebre i l'edat que tenien,

### Dels 67 comerços que van tancar, una desena no van tornar a obrir

comerciants, Montse Torrejón, és, però, optimista: "En tota la crisi, no ha baixat el nombre de socis de l'associació. I ara n'anem guanyant i tot. La cosa de mica en mica es recupera. Però no podem deixar de fer coses, cal ser creatiu."

Al mercat no han deixat de ser-ho, ni de perseverar, i no els va malament, explica Olivella. Ara, a la façana, un enorme cartell: "M'he tornat boig en el di-jous boig." És la promoció actual. Hi ha alguna parada tancada, però moltes menys que en altres mercats de barri que, a força de baixes, han hagut de re-



## Les xifres

**70**

**milions** va destinar l'Ajuntament al barri del 2005 al 2010, i 16 l'Estat. La Generalitat va assumir totes les reparacions.

**320**

**milions** va costar finalment ampliar l'L5, rescabaments inclosos. Es van pagar 66 milions en indemnitzacions.

**396**

**habitatges** estan afectats pel pla urbanístic del Carmel, aprovat el 2009 i que no ha avançat des d'aleshores.

novar-se segons els paràmetres de l'Ajuntament, és a dir, reduint l'espai per parades i incrustant-hi un supermercat. El del Carmel aguanta sense haver escòmecs cap reforma des que va obrir, el 1969. Ara els paradistes estudien una remodelació per "adaptar l'oferta a la demanda, que està molt esmicolada", però més un lifting que no pas una intervenció en profunditat.

### La cicatriu

Un dels dos vestíbuls de l'estació dona al mercat. L'altre, a la plaça Pastrana, que va estar anys desmanegada perquè per allà entraven i sortien operaris i maquinària en l'obra del túnel. El pou d'atac, en termes tècnics. Es va refer sencera. A pocs metres, però, hi ha la que s'ha fet

### La plaça damunt de l'esvoranc continua sent la provisional

allà on hi havia els cinc edificis que van anar a terra. La cicatriu. Allà, per tancar la xemeneia, es van abocar 14.700 m<sup>3</sup> de formigó, damunt dels quals, d'entrada, es va arranjat una plaça provisional estrenada any i mig després de l'ensofocament. És va anunciar que més endavant s'hi faria una zona verda i de jocs, un aparcament subterrani, i un bloc amb dinou pisos socials i un equipament de barri als baixos. Tot descartat, o oblidat. Quan el metro es va inaugurar, la plaça continuava igual, tot just mitja dotzena d'arbres, uns bancs, uns sorrals i jocs infantils. I així continua, en una provisionalitat consolidada i sense nom: l'espai, deu anys després, encara no ha estat batejat.

La plaça, cicatriu que ha deixat marca, funciona com a metonímia per sintetitzar la situació al barri, on, per molts milions que es vantin d'haver-hi abo-

## El tram més profund de la xarxa de metro

L'esfondrament del Carmel va obligar a refer tot el projecte d'ampliació de l'L5. El túnel de maniobres de l'estació, que és on es va ensorrar l'obra, es va acabar fent al costat de les cotxeres de Sant Genís, entre les estacions El Coll-Teixonera i Vall d'Hebron. L'ampliació, estrenada amb quatre anys de retard respecte a la previsió inicial, que era el 2006 i que es va acabar fent amb mesures de seguretat reforçadíssimes, va suposar un considerable repte d'enginyeria: l'estació a la Teixonera, feta a 74 metres sota terra, és la més profunda de tota la xarxa de metro. La del Carmel té un vestíbul a 28 i l'altre a 43 metres de profunditat. Només en aquestes tres estacions, es van instal·lar 24 ascensors, 16 cintes transportadores i 44 trams d'escales mecàniques. La previsió inicial era que aquest tram de línia concentrés 24.000 usuaris al dia. El primer any en servei, però, ja en van ser 30.000.

cat uns i altres, la feina ha quedat a mitges. Tota aquella embranzida del primer lustre postsotrac —un lifting, també— va quedar frenada després. La mateixa crisi que va sacsejar el comerç va congelar la regeneració urbanística prevista en la segona fase dels plans d'intervenció traçats després del sinistre. L'ambició pla que havia de reinventar la zona ja va arrencar amb polèmica. L'Ajuntament, en època de Jordi Hereu, va perfilar una modificació del PGM que afectava 700 famílies del Carmel i els barris de l'entorn, famílies que se'n van assabentar per la premsa i van posar el crit al cel. El govern municipal va haver de retallar aquella primera versió del pla per poder-lo aprovar: el que finalment va entrar en vigor el 2010 preveia una

inversió pública de més de 80 milions i deixava afectats 390 habitatges en una àrea de 119 hectàrees, el 52% de la qual correspon al Carmel.

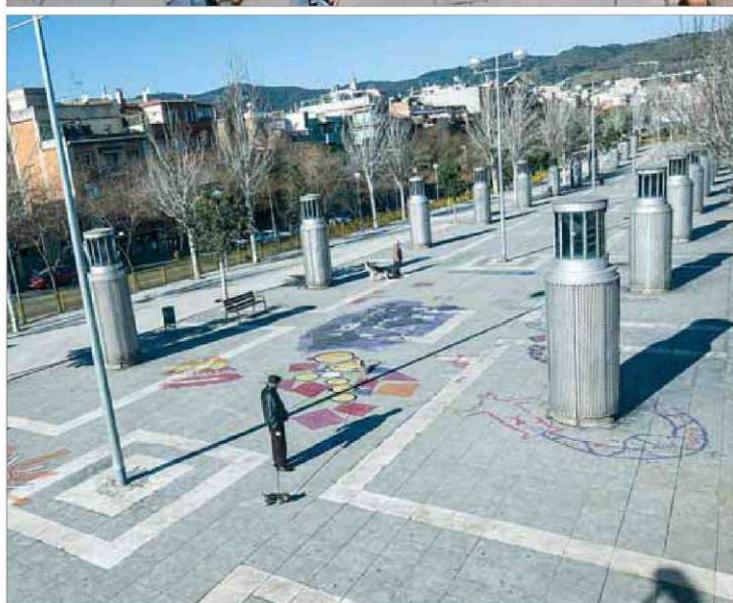
### "Un mandat perdut"

Però no s'hi ha fet res, més enllà de l'arranjament d'alguns carrers. "Han passat més de quatre anys, estem igual i no ens donen cap solució", protesta Pere Ferrer, portaveu de la plataforma d'afectats. "El Carmel ha guanyat coses des de l'accident, però aquest mandat amb Trias ha estat un mandat perdut per al barri", clou González, el president veïnal. Sempre hi queda feina pendent, al Carmel, on, explica Carmen Ferrándiz, molts dels que hi han arribat després "ni ho saben", el que va passar aquell gener gelat. I,

### L'Ajuntament no té previst fer cap acte amb motiu dels 10 anys del sotrac

dels que ho van viure, molts, també dels que es van quedar al Carmel, no en volen parlar. "Et diuen que ja va passar i que ara estem bé", diu González. "S'ha de superar, però no s'ha d'oblidar", avisa la presidenta dels comerciants. L'Ajuntament no té previst cap acte especial amb motiu dels 10 anys del sotrac, que es compleixen demà passat.

"De vegades penso que encara vam tenir sort, perquè llavors almenys encara hi havia diners per rescabalar-nos i arreglar la destrossa. Si ens arriba a passar ara, amb aquesta crisi, vés a saber!", diu la Mercedes. La quiosquera hi va perdre moltes coses, en l'esfondrament. També el marit, ja molt malalt, però que va empitjorar ràpidament i va morir al cap de dos mesos. La dona, però, és de mirar endavant. "En tot allò, no hi penso. Poca cosa s'ha de dir, la vida continua." ■



La plaça Pastrana, durant la inauguració de l'estació de metro del Carmel, el juliol del 2010. A baix, la rambla del Carmel, un dels espais pendents de remodelar ■ J. LOSADA / A. SALAMÉ

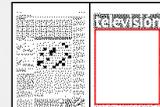


# PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





# Un cuarto de siglo de Antena 3

El lunes, la cadena privada pondrá en marcha una subasta benéfica para conmemorar su 25 aniversario

**M**omentos para el recuerdo son los que está viviendo estos días la gran familia de la cadena privada de televisión Antena 3. Y es que este mismo lunes, coincidiendo con su 25 aniversario, este canal pondrá en marcha una subasta benéfica con algunos de los objetos y experiencias más valoradas por los telespectadores, relacionados con los principales programas y series que han triunfado en la parrilla durante este cuarto de siglo. El dinero recaudado se destinará a los Bancos de Alimentos.

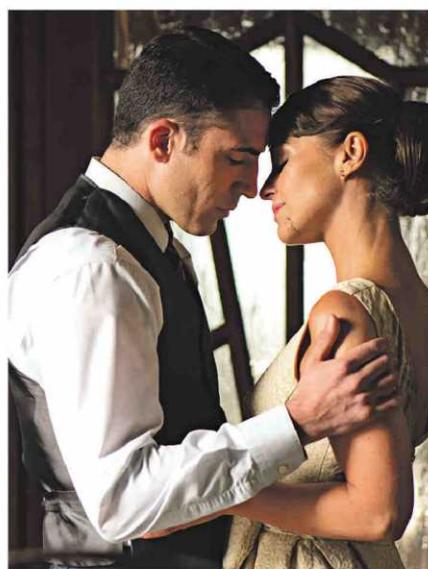
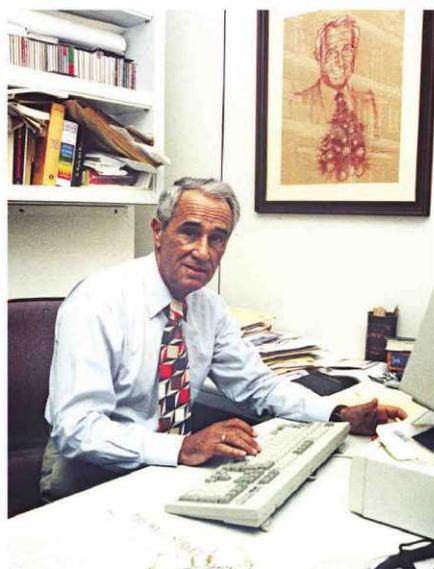
Durante varios días y a través del portal de compraventa eBay y de la página web de la cadena ([www.antena3.com](http://www.antena3.com)), los telespectadores podrán acceder a atractivas experiencias u objetos que guardan relación con sus programas, series, presentadores y actores, y a su vez contribuir con una causa solidaria.

Alberto Chicote, Susi Díaz y Yayo Daporta, los jueces de "Top Chef", donarán sus chaquetillas firmadas por ellos mismos. Además, el veterano cocinero Karlos Arguñano también aportará una de las sulas con su rúbrica. Otras colaboraciones para la subasta procederán de "El Hormiguero". Antena 3 substará las míticas Hormigas del programa y ofrecerá la posibilidad de fotografiarse en el plató junto a Pablo Motos y su equipo.

## NOTICIAS, FÚTBOL Y FÓRMULA 1

Otros elementos subastados serán las sudaderas de los protagonistas de "El Internado"; los guantes de Sandra, de "Los protegidos"; un vestido y complementos de Valeria, la protagonista de "Amar es para siempre"; maniqués de madera de la serie "El tiempo entre costuras"; y los seguidores de "El secreto de Puente Viejo" podrán pujar por una visita al plató de la serie.

Antena 3 nació el 25 de enero de 1990, a las 20 horas. Mañana, pues, es cuando se cumple exactamente este 25 aniversario. Con el paso de los años se ha convertido en el pilar del mayor grupo de comunicación audiovisual: Atresmedia. Gestionada en su creación por el Grupo Godó y, posteriormente por el



"Sorpresas, sorpresas", las noticias de Carrascal y la actual serie "Velvet", programas destacados de Antena 3.

Grupo Zeta y Telefónica, en la actualidad lo es por el Grupo Planeta De Agostini, con socios tan relevantes como RTL.

Los responsables de Antena 3 se

muestran hoy muy satisfechos de la trayectoria de esta cadena. Destacan, entre otros aspectos, "una decidida apuesta por la información de calidad con unos servicios

informativos que han cubierto los más importantes eventos y han contado a lo largo de estos años con los mejores profesionales: Matías Prats, Jesús Hermida, Mercedes

## Los datos

> Antena 3, la primera cadena privada de España nació el 25 de enero de 1990.

■ **La primera en cotizar en Bolsa.** Esta cadena ha sido la primera en cotizar en el mercado de valores. También fue pionera en emitir un debate entre candidatos a la presidencia del gobierno (Felipe González y José María Aznar).

■ **Series emitidas también en internet.** Otros hitos de Antena 3 son los siguientes: fue la primera cadena en contar con un canal en el portal Youtube, y también fue precursora en emitir sus series íntegras a través de la red de internet.

Milá, Olga Viza, Susanna Griso, Vicente Vallés, José María Carrascal...". También en Antena 3 han triunfado los más reconocidos actores, de Fernando Fernán Gómez o Alfredo Landa a Juan Echanove, Maribel Verdú o Adriana Ugarte. Series como "Farmacia de Guardia", "Compañeros", "Policías", "El tiempo entre costuras" o "Velvet" han cambiado la forma de ofrecer la ficción.

Por otro lado, el entretenimiento define también la filosofía de Antena 3, con programas que ya forman parte de la memoria colectiva, desde "Queremos saber", "Sorpresas, sorpresas" o "Lo que necesitas es amor" hasta "Tu cara me sueña". Y en la memoria colectiva de los españoles estarán para siempre personajes que llegaron a España de la mano de Antena 3, como "Los Simpson", "El príncipe de Bel Air" o "Steve Urkel" ("Cosas de casa").

Por último, merece destacarse la apuesta de Antena 3 por las transmisiones deportivas. Así, fue la primera televisión privada en emitir en exclusiva un Mundial de Fútbol, el de Corea/Japón de 2002. Además, ha emitido y sigue emitiendo diversos acontecimientos futbolísticos, así como el campeonato de Fórmula 1. ■



EN EL PRIMER ANIVERSARIO DE SU MUERTE

MANU  
LEGUINECHEPeriodista  
y escritor«INTERNET HA  
ENFRIADO EL  
PERIODISMO»

**RAÚL CONDE BRIHUEGA (GUADALAJARA)** Achacosos, en silla de ruedas y alejado del reportismo de guerra, pero con el espíritu alegre y generoso de siempre. Así concedió esta entrevista Manu Leguineche (Arrazua, Vizcaya, 1941-Madrid, 2014) el 21 de julio de 2008 en Brihuega (Guadalajara), con motivo del rodaje de un documental sobre su figura. La charla, hasta ahora inédita y que se publica como homenaje en el primer aniversario de su muerte—el pasado jueves—se desarrolló en el jardín de su casa alcazar, la misma que acogió a Margarita de Pedrosa, el amor platónico del poeta Juan Ramón Jiménez y que antes había sido la escuela de los gramáticos.

Leguineche fue el exponente máximo de un oficio que algunos consideran en vías de extinción. Dio la vuelta al mundo en varias ocasiones, escribió más de 40 libros, fundó dos agencias de noticias y rechazó la dirección de varios diarios de trón. Buscó siempre las noticias en los golpes de Estado y en las revoluciones. Al lado de las milicias, sí. Pero también de la gente anónima en los zocos del extrarradio. Era humilde, trabajador y concienzudo. Un vasco bo-nachón afincado en la Alcarria, ese país al que la gente no le da la gana de ir, según escribió Cela. Rehusaba los elogios y la etiqueta de padre de los corresponsales de guerra, pero lo cierto es que lo era. Un año después

de su muerte, recordar en una entrevista sus palabras supone tributar un homenaje al periodismo.

**Pregunta.**— En alguna ocasión ha contado que su primer viaje fue a Madrid a ver perder al Athletic de Bilbao en un partido...

**Respuesta.**— (Risas) Sí, sí, muy simbólico.

**P.**— Sin embargo, el primer viaje como periodista fue a Argelia, en 1962. Tenía usted 19 años. ¿Ahí nació su vocación por el periodismo?

**R.**— Fue al final del 62, en la guerra de Argelia que, siendo sinceros, yo no la conocía. Llegué allí, al éxodo de los franceses, que iban a Marsella. Fue un comienzo muy tranquilo y nada aparatoso, pero la vocación era muy anterior. Yo pertenezco a esa generación que nació a caballo de la batalla de Stalingrado, entre los nazis y los rusos. A mi padre le gustaba la historia y tenía unos cuantos libros y revistas. Me metí en ello, me gustó leerlo. El espíritu del tiempo, que dicen los alemanes, nos empujaba a todos a tener curiosidad por lo que pasaba entonces. Y lo que pasaba era algo tan horrible como la Segunda Guerra Mundial.

**P.**— ¿Por qué el reportismo?

**R.**— No sé, es algo que tuve que sobreponerme a ello. Era y soy muy tímido. Tenía una pasión por la historia y la curiosidad de conocer el mundo. Y eso se tradujo en viajes, en exploraciones, en conocimientos sobre el terreno, sobre todo a partir de mi primera vuelta al mundo, en 1965. En aquella época poco podía-

mos hacer en otros terrenos, yo me busqué eso de la Segunda Guerra Mundial para interesarme por lo que pasaba en el mundo.

**P.**— ¿La estrategia es: coger un tema conflictivo, documentarse y luego ir allí, a hablar con la gente?

**R.**— Pues un poco puede ser eso, sí. Como no lo hagas tú, no lo va a hacer nadie. Y por muchas lecciones y consejos que te den, si tú no te interesas por ello y no profundizas, nadie va a hacerlo por ti. Cuando me piden un consejo, les digo que lean los periódicos. ¿Cómo vas a vivir sin los periódicos o sin ver la actualidad?

**P.**— O sea, que por mucho internet y adelantos tecnológicos, la base sigue siendo la prensa.

**R.**— Todos los métodos y los sistemas de conocimiento son buenos. Lo que pasa es que ahora sólo dependes de internet. Tocas una tecla y tienes todo, pero es un medio muy frío. Si tú no buscas otras fuentes alternativas y otras maneras de ver las cosas, se queda corto.

**P.**— Javier Reverte cuenta que su línea periodística es la de Kapuscinski, la de escuchar a los otros.

**R.**— Bueno, pues es un homenaje que me hace Javier Reverte, viejo amigo y compañero de rutas. Busco una visión próxima de las gentes anónimas o nada conocidas, que no salen en los periódicos pero que son importantes y dan mejor la idea de lo que pasa que de lo que trasciende.

**P.**— «No tuvimos infancias felices, pero tuvimos Vietnam». Lo escribió Michael Herr. ¿Qué fue Vietnam pa-

Leguineche, en Egipto durante su primera vuelta al mundo, en 1965. ARCHIVO FAMILIAR

ra su generación?

**R.**— Una oportunidad barata y desgraciadamente muy dramática de conocer el mundo. Había jóvenes allí que

aquello les parecía Disneylandia. Hombre, no está mal, pero describir una guerra terrible como Disneylandia, me parece excesivo. Pero sí, tuvimos infancias felices. La tercera esposa de Hemingway, Martha Gellhorn, que fue mejor reportera que él, sostuvo que Vietnam fue la última guerra en el sentido clásico.

**P.**— ¿Qué corresponsal de guerra sería su modelo?

**R.**— A Ernie Pyle no le conoce nadie. Los americanos sí. Pyle fue muy valiente, pero no sólo se necesita valentía. El hacía un periodismo que estaba muy cerca de los soldados. Fue tal su grado de exposición al peligro que murió en una isla japonesa, en la avalancha sobre Tokio y que terminó con la bomba atómica. Era muy cálido y muy próximo.

**P.**— ¿Cómo se plantea el reto de dar la vuelta al mundo y aprovecharla para su oficio?

**R.**— Una vez, hace ya un tiempo, vino el quejica típico diciéndome: «claro, sólo ustedes pueden viajar porque les dan medios y nosotros no tenemos». Yo he viajado, pero nunca he pasado unas cuentas de gastos en las que figura hasta el alquiler de una tormenta. Hay que hacerse uno mismo por medio de lecturas y de viajes. Al que vino a verme le contes-



té: ¿quieres que te cuente lo que me ha costado el último viaje? Si ese es el argumento... Lo que te falta es vocación, muchacho. Vete a lo primero que encuentres, y fórmate.

P- Estuvo en Jordania durante la última guerra de Irak. Sin embargo, luego ha contado que las guerras ya no eran lo mismo.

R- Quizá porque ya me he hecho viejo. Aquella época más romántica y más bohemia, sin tantas televisiones, era más natural y uno se sentía más periodista, que esto que algún compañero definió como el Tour de Francia en Kosovo. ¡Había 3.000 o 4.000 periodistas! Claro, ese modo de organización ya no pertenecía a nuestra época de medios más precarios. Hay quienes echamos de menos aquel periodismo más cercano en el que tenías que hacerte con toda la información. Internet ha enfriado mucho la profesión.

P- ¿Es necesario sacrificar una familia para ser periodista?

R- No tiene por qué si las cosas están claras desde el principio. Pero es muy difícil compaginar ambas porque con este ansia de libertad que tienes no te gusta que lleguen las preocupaciones.

P- ¿Por qué eligió Guadalajara para encontrar la tranquilidad?

R- No sé, Guadalajara me eligió a mí, de modo que poca opción tuve. La conocí en parte y luego tuve la oportunidad de entrar en esta casa [Brihuega], y luego los amigos y todo eso fue componiendo una especie de flechazo, de amor a primera vista que dicen los anglosajones. La verdad es que acerté de pleno.

P- ¿Qué encontró en aquel momento en La Alcarria?

R- Un refugio fantástico. Yo pienso que el mundo es muy parecido, al final no hay grandes diferencias. Lo que buscas es un poco de cariño. Yo no me enamoro de una catedral, sino del paisaje y del paisaje. Ya es un tópico decir esas cosas. Me gusta la gente, que además resume en su forma de ser toda esa belleza que tiene alrededor. Y hay que creer en ella.

P- Primero Cela y luego usted, y antes muchos otros escritores, por ejemplo, casi todos los de la Generación del 98, se fijaron en esta tierra. ¿Qué tiene Guadalajara de literaria?

R- Es curioso porque no es un lugar muy conocido. Quizá por eso a mí me atraía poner una piedrecita en el camino, modestamente, junto a todos esos que has citado. Te atrae y te sientes a gusto, y estás lejos de follores y de cosas. Además, está la naturalidad y la búsqueda de lo auténtico.

P- ¿La entrevista que hizo a Borges fue la mejor historia de su vida?

R- Quizá más por la frustración que me produjo. Yo estaba en Buenos Aires y dictaba las crónicas a *Diario 16*. Y hubo allí alguien que metió mano en la crónica. ¡Y era exclusiva mundial! Me concedió la entrevista porque los argentinos creían que estaban ganando la guerra, incluido Borges y sus amigos. Era el gran engaño de la dictadura de un borracho llamado Galtieri. Borges era un tipo irrepetible. La versión que le di es que siempre teníamos la impresión de que estaba ganando In-



A la izquierda, el reportero vasco posa junto a un grupo de guerrilleros de la Revolución Sandinista, en Nicaragua, en 1979. Abajo, durante un viaje a Palestina, a finales de los sesenta. ARCHIVO FAMILIAR



Tras cubrir decenas de conflictos, Leguineche se fue a vivir a la Alcarria en 1986. En la imagen, en su casa de Brihuega (Guadalajara). CARLOS MIRALLES



glatterra. Joder, se bajó del guindo, se puso hecho un trapo y empezó a llamar a sus amigos diciendo: «oye, que no estamos ganando la guerra». Se cabreó y dijo: «ustedes los vascos sólo sirven para levantar las piedras». ¡Qué cabrón! Pero era de una brillantez... Me dijo que aquello era la batalla de dos calvos por un peine.

P- ¿Siguen siendo los reporteros

«VIETNAM FUE UNA OPORTUNIDAD BARATA Y DRAMÁTICA DE VIAJAR, PERO LA GUERRA MÁS ATROZ HA SIDO LA DE IRAK»

«LA ALCARRIA ES UN REFUGIO FANTÁSTICO. NO ME ENAMORO DE UNA CATEDRAL, SINO DE LA ACOGIDA DE LA GENTE Y DEL PAISAJE»

de guerra *la tribu de las tres des*?

R- Fue una chorrada que se me ocurrió, pero tuvo la repercusión inesperada que tienen estas cosas. Dipsómanos, divorciados y deprimidos. La tribu de las tres des. ¡Algo de eso hay!

P- La vida del reportero no es tan romántica como a veces se pinta. ¿Usted de qué ha trabajado?

R- ¡He sido de todo menos proxe-

meta! (Risas) ¡Pero todo llegará, que todavía no hemos terminado...! He trabajado cuidando niños en París, en un hospital en Alemania, de camarero en Inglaterra. Mi trabajo más exótico, desde luego, fue el de vendedor de píldoras australianas que hacía pasar por alemanas porque Alemania tiene desde siempre más prestigio en Asia que cualquier otro país. Yo me hacía pasar por alemán para vender las píldoras *sandre piter guay* que fabricaban en Sydney. Y convení a los chinos de que aquellas pastillas eran infalibles. Muy ingenuos.

P- ¿Dónde vio la peor atrocidad?

R- Había estado en Vietnam y otros focos de conflicto, como la guerra India-Pakistán, pero en Bangladesh vi cosas horrosas. Sin embargo, la guerra más terrible que ha habido es la de Irak. Eso no tiene nombre. No sé cómo nos hemos terminado por acostumbrar a una sangría de esas características. El hombre no ha aprendido nada. Dos guerras mundiales, una pirámide de muertos. Por Dios.

P- ¿Y dónde se comió una mona su pasaporte?

R- Joder, en el paleolítico superior... En Tailandia. Yo venía de la India con dos zoólogos franceses que traían una mona desde Nepal. Los tres íbamos a Bangkok. La mona, en el viaje, se comió todo lo que había, incluido mi plato. Había que darle todas las bandejas del vuelo. ¡Se la zampó todas! Llegamos a Bangkok y, como los tres éramos pobres, nos alojamos en la misma habitación del

Tyson Greet, que valía 10 pesetas dormir. Al volver de dar una vuelta por la ciudad, subimos a la habitación y vimos que la mona de los *collons* había roto las amarras que le ataban a la ventana de rejas y se había comido todo lo comible: mis buenos mapas Bartholomew, que eran exquisitos para el paladar, y mi pasaporte. Y ahí empezó el problema. Me

fui con la mona a la comisaría y luego a la embajada. Estaba Máximo Cajal de encargado de negocios. Me dijo: no me diga nada porque yo ya sé de la agresividad de este bicho...

P- ¿Cuál es su mejor libro?

R- *El Camino más corto*, mi vuelta al mundo. Es mi libro más optimista. ¡Yo era tan feliz huyendo de donde huía!



# Ellas son las herederas de Sara Carbonero

LAS PERIODISTAS CRISTINA PEDROCHE Y LARA ÁLVAREZ SE HAN CONVERTIDO EN LOS NUEVOS FENÓMENOS TELEVISIVOS Y DE LAS REDES SOCIALES DE LAS ÚLTIMAS SEMANAS. SUS APARICIONES EN PANTALLA Y SUS RELACIONES CON EL CHEF DAVID MUÑOZ Y EL PILOTO FERNANDO ALONSO, RESPECTIVAMENTE, LAS HAN AUPADO ANTE SUS MILES DE SEGUIDORES

por MARÍA PORCEL (Madrid)

La televisión es una máquina de crear personajes que van y vienen. Chicos majos y chicas sonrientes, presentadores de sonrisa perenne. Pero la televisión, a veces, da gente que permanece, que causa sorpresa, expectación y mueve a legiones de seguidores. Este fenómeno se apoya ahora además en un potente bastón: Twitter. La inmediatez de la Red y su fluida relación con la pantalla genera amores, odios y *trending topics*. Estos días, dos mujeres se mueven por ambos sitios como peces en el agua. Tienen experiencia, juventud, belleza. Sus movimientos, su ropa, sus parejas: todo lo cuelgan y todo se convierte en noticia. Generan la expectación que hace poco solo causaba Sara Carbonero. Porque aunque Cristina Pedroche y Lara Álvarez llevan años siendo caras conocidas, estas últimas semanas están en racha. Y lo que les queda.

Pedroche, madrileña (vallecaña, para más señas) de 26 años, lleva tres semanas imparable. Las campanadas supusieron para ella un cambio de año y de estatus: de la presentadora guapa, conocida, divertida, pasó a ser *La Chica Del Vestido*. En mayúsculas. Presentando las campanadas con Frank Blanco en la Sexta, decidió mostrar al millón largo de seguidores que la veían que no llevaba nada de ropa interior roja, la que la tradición man-

“PUES SÍ”, DECÍA LA FOTO DE TWITTER CON LA QUE PEDROCHE CONFIRMABA SU RELACIÓN CON EL RECONOCIDO CHEF

da en esta fecha, bajo su vestido negro y transparente. Se lo enseñó también al mundo entero. Último *trending topic* de 2014, primero de 2015.

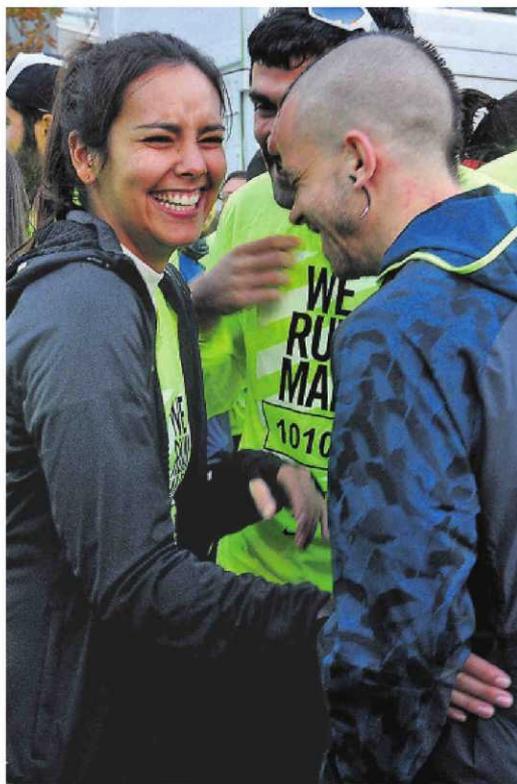
“Yo sabía que se iba a montar y que la gente iba a decir cosas del vestido de Nochevieja, pero no sabía que iba a ser tanto, que hoy seguiríamos hablando del vestido”, relata por teléfono sorprendida y sincera. El famoso vestido, llamado *Medusa* (que, curiosamente, había llevado la



Álvarez y Alonso, en la portada de la revista ¡Hola! Abajo, Pedroche y Muñoz, en la San Silvestre. / MARINAPRESS

modelo Malena Costa a unos premios pocas semanas atrás sin tanta jarana), pertenece a la colección hecha a medida de la firma Charo Ruiz Ibiza. Ellos también se han visto desbordados: “La repercusión ha sido masiva, nunca había sentido tan cerca el poder de la televisión y la inmediatez de la respuesta en las redes sociales. Me parece algo muy positivo”, explica la diseñadora Charo Ruiz por correo electrónico desde su taller de Ibiza, no sin cierto asombro. “Pero lo que más me ha sorprendido es que unas transparencias sean tan controvertidas hoy en día, y las críticas tan injustas que ha recibido una chica de 26 años profesional, guapa y sana como es Cristina; eso es lo más negativo de todo esto”.

Porque Pedroche no salió indemne. Dejó muchas bocas abiertas que no se cerraron para lanzar críticas y comentarios hirientes y machistas. Ella se sacudió el polvo y siguió para delante: “Habrà gente a la que yo le guste más y a la que le guste menos, a la que le parezca guapa y a la que le parezca fea, a la que le parezca que estoy gorda y a la que le parezca que estoy delgada... La belleza es algo muy subjetivo”. Y es que tras las críticas por el vestido llegaron otras, por su peso. Resulta que estaba



gorda. O eso dijo Twitter y su insultante etiqueta #ballena-devallecas. Ella pasa, sonríe, contesta en su blog y sigue colgando fotos para sus casi 1,8 millones de seguidores. “Lo único que me preocupa es que haya niñas que se vean reflejadas en mí y que digan: ‘Joder, si la Pedroche está gorda yo tengo que estar delgada’. Yo soy fuerte de mente, soy muy feliz con mi cuerpo y estoy muy orgullosa de él”.

Ella sabe jugar con las redes, que la convierten en tendencia a ella y a sus dos programas, *Anda ya* y *Yu*, en Los 40 Principales, y *Zapeando*, en la Sexta. Casi cada paso que da es noticia. Y la última parece que ha sido La Noticia: el martes colgó una foto en Twitter junto al cocinero con tres estrellas Michelin David Muñoz: “Pues sí”, rezaba el pie de foto. Así confirmaba su relación, con su naturalidad habitual. “Público lo que me apetece. Me preguntan por mi vida privada y ¿me pongo en plan serio? ‘No, yo de mi vida privada no hablo’ ¡Pero si soy la primera que estoy abriéndolo y se lo estoy contando a la gente! Me parece absurdo. No pasa nada”, relata.

La naturalidad también se impone para Lara Álvarez, aunque quizá con más discreción. Aun así, sus 58.000 seguidores en Twitter (y los 39.600 de Instagram) la alzaron como tema más comentado el lunes, día de

“NO ME GUSTA HABLAR DE MI VIDA, PERO ANTE LAS EVIDENCIAS...”, CUENTA ÁLVAREZ SOBRE EL PILOTO DE FÓRMULA 1

su estreno en *Todo va bien*, el programa de Cuatro que presenta en sustitución de la próxima representante española en Eurovisión, la cantante Ederne.

“Agradecí mucho el apoyo de la gente. Es maravilloso que nos podamos comunicar con quien ve nuestro trabajo, y leer directamente lo que opinan. Me gustan las redes sociales, pero es cierto que no estoy todo el día pendiente. Me parece una buena manera de compartir cosas curiosas, fotos o situaciones, pero no lo veo como una obligación”, relata la presentadora por email.

Álvarez es una cara conocida para espectadores de TeleMadrid, Antena 3, la Sexta o Cuatro, donde ha tocado muchos palos durante 10 años, especialmente centrada en los deportes. De ahí su especial comparación con Carbonero. Quizá el símil también venga por su relación, muy reciente, con un deportista: Fernando Alonso. “La verdad que no soy muy amiga de contar nada de mi vida personal... pero ante ciertas evidencias, intento tratarlo con la mayor naturalidad posible. Entiendo que pueda despertar curiosidad y lo respeto... pero no deja de ser mi vida y ese rincón de privacidad, para mí, es sagrado”. Natural, como Pedroche. Como la vida misma.



# Las condiciones para que Telefónica compre Canal+ amenazan a Prisa

El futuro del grupo depende de que la 'teleco' acepte las cláusulas de la CNMC

Antonio Lorenzo / África Semprún  
MADRID.

La viabilidad financiera del grupo Prisa depende directamente de que las condiciones de la compra de Distribuidora de Televisión Digital (DTS o Canal+) sean asumibles por parte de Telefónica. Y ahora mismo, las cosas están muy confusas. Según ha sabido *elEconomista*, de fuentes conocedoras de la situación, la compañía de telecomunicaciones no parece dispuesta a asumir los requisitos planteados por la Comisión Nacional de los Mercados de la Competencia (CNMC) para dar luz verde a la compra de Canal+ ya que están excesivamente alejados de sus expectativas.

El organismo quiere que Telefónica comparta sus contenidos con las demás *telecos* con una oferta mayorista ajustada a costes, un extremo que la filial que preside Luis Miguel Gilpérez, en principio, rechaza de plano. El tira y afloja se mantendrá durante los próximos meses, pero el pesimismo se extiende entre los protagonistas de la operación.

El gran perdedor en el supuesto de que el regulador prohíba la compra -o la apruebe con condiciones inaceptables por Telefónica- será Prisa. El grupo de comunicación se juega poco menos que la vida en la partida. No sólo está en juego la inyección de 750 millones de euros en las arcas de la compañía que preside Juan Luis Cebrián, sino también los efectos directos que en el ámbito financiero supondría el fracaso de la venta del 56 por ciento de DTS.

El regulador no lo pondrá fácil. En primera instancia, en noviembre de 2014, la CNMC rechazó la compra sin condiciones. Esa decisión dio paso a una segunda fase, que se puede alargar hasta mayo, en la que los técnicos de competencia analizan bajo lupa todos los viciuetsos de la operación y barajan obligar a Telefónica a compartir gran parte de sus contenidos. Sólo de esa forma, Orange y Vodafone podrían competir en un mercado convergente en el que las telecomunicaciones y la televisión conforman el mismo negocio.

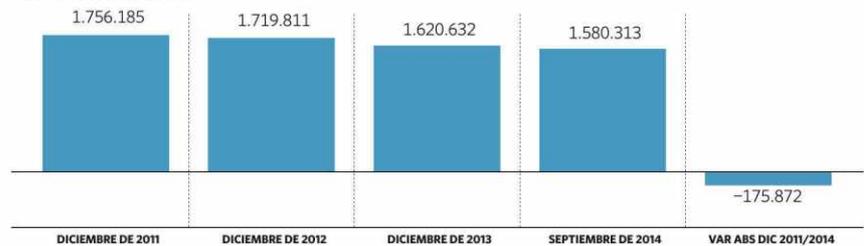
Si las condiciones impuestas por Competencia son muy duras para Telefónica puede no compensarle cerrar la compra de la plataforma de pago de Prisa, ya que el activo no deja de perder valor y no resulta vital para la estrategia de Telefónica, comentan los analistas del sector consultados por *elEconomista*. No en vano, en los últimos meses Movistar TV ha visto crecer sus abo-

## La plataforma de pago, en rojo

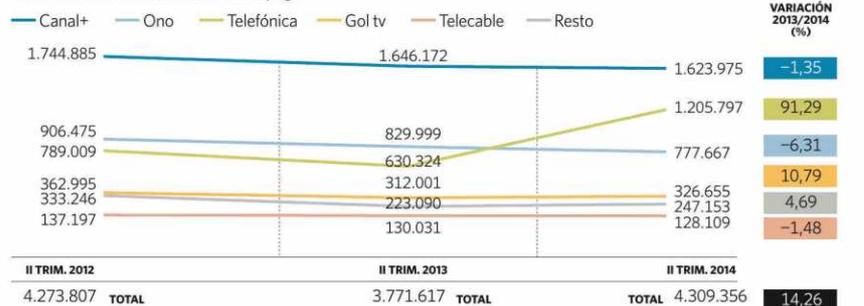
Resultados Canal+ enero-septiembre

CONCEPTO	2012	2013	2014	VARIACIÓN 2013/2014 (%)
Ingresos	779,01	869	856,5	-1,43
↳ Abonados	673,29	651,51	635	-2,53
↳ Otras plataformas y otros	105,71	221,5	217,5	-1,80
Gastos	687,59	846,3	848,2	0,22
Ebitda	163,25	22,71	8,3	-63,45
Ebit	91,42	-49,19	-53,76	-

### Abonados Satélite Canal+



### Número de accesos de televisión de pago



Fuente: CNMC y Prisa.

elEconomista

## Competencia ya frustró una venta de Prisa

Las condiciones de la CNMC para dar luz verde a la compra de Canal+ pueden dar al traste con la operación. Aunque sería la primera vez que Competencia rompe una operación del sector de *telecos* en España, no sería la primera vez que Prisa ve sus intereses truncados por la labor del regulador. En 2010, la Autoridad de la Competencia portuguesa (AdC) no autorizó la venta del 35 por ciento de Mediacapital a la lusa Ongoing. El organismo luso no permitió la operación porque la firma tenía el 20 por ciento de otra televisión privada en el país.

nados y contenidos mientras la filial de Prisa pierde clientes y aumenta las pérdidas (*ver gráfico*). "Canal+ es un buen complemento para Telefónica, pero no es necesario y no genera unas sinergias muy elevadas. La *teleco* no vería muy alterados sus planes de ofrecer *cuadruple play* si no compra Canal+ y además se ahorraría 750 millones, que le viene bien. En cambio, la retirada de Telefónica supone un duro revés para Prisa, que necesita los fondos para reducir su elevada deuda", explica Andrés Bolumburu, analista de Banco Sabadell.

### Problemas para pagar

El grupo que preside Juan Luis Cebrián necesita los 750 millones de euros de la venta de Canal+ para cumplir con lo hitos de devolución de deuda establecidos en la última refinanciación de su elevado endeudamiento de 3.301 millones de euros.

Prisa tiene que devolver a los bancos y fondos *buitre* 900 millones en

2015 y 600 millones en 2016. El grupo ya tiene casi cubierto el primer compromiso de pago, puesto que en 2014 recompró deuda con descuento por 776 millones de euros, tras vender un 13,63 por ciento de Mediaset, los sellos literarios de Santillana y cerrar una ampliación de capital de 100 millones de euros, que dio entrada al magnate mexicano Roberto Alcántara Rojas en su accionariado.

La venta de Canal+, que se estableció como una de las condiciones para cerrar la última refinanciación, es esencial para cubrir el resto de la deuda pendiente y recomprar pasivo de cara a 2016. Si la operación no llega a buen puerto y Prisa no puede cumplir con sus compromisos, los bancos y fondos pueden ejecutar la Ser, El País, parte de Santillana y Mediacapital, los activos pignoralados para garantizar el cobro de la deuda. Pese a las dudas, Prisa está convencida de que la venta se cerrará "sin problemas".



# La força del documental

Les pel·lícules reals de denúncia donen veu als més silenciats i qüestionen les versions polítiques oficials

CRISTINA SAVALL  
BARCELONA

El documental de denúncia, d'essència purament reivindicativa, es caracteritza per ser altaveu dels silenciats, aportar dades verídiques, aclarir situacions incompreses, silenciar o injustes i, el que és més important, provocar debat.

*Ciutat morta*, després de ser emès fa una setmana per El 33, ha generat dubtes i controvèrsia i ha aconseguit que ERC, CUP, ICV i Guanyem hagin demanat la reobertura del cas 4-F, que ha adquirit actualitat informativa gràcies a aquesta pel·lícula documental de Xavier Artigas i Xapo Ortega que denuncia des d'una òptica militant sense embuts l'em-

presonament d'innocents per les lesions sofertes per un guàrdia urbà el 4 de febrer del 2006, així com tortures policials.

El poder del relat audiovisual adquireix especial força quan es tracta d'una lluita entre la veu del poder i la dels protagonistes d'un sucès en què hi ha hagut víctimes. Va ser el cas de *Los fantasmas de My Lai*

(2009), sobre la matança de civils en aquell poblat vietnamita ocorreguda el 1968 que «va reobrir el cas», segons recorda Román Gubern, catedràtic de Comunicació Audiovisual de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

**PROFUNDITAT** // Gubern considera que *Ciutat morta* és polèmic perquè formula una denúncia. «Això no s'acabarà aquí. S'ha encès la metxa. Alguna autoritat acabarà compareixent davant del jutge», assegura el també crític cinematogràfic, per a qui un documental es construeix amb informació i profunditat.

Albert Solé, director de *Bucarest, la memòria perduda*, és més crític. «El documental de denúncia és una arma que pot ser perillosa. Són creadors d'opinió pública i poden establir càtedra. Són necessaris, però el públic ha de mantenir una postura crítica, perquè el cine també recorre a la manipulació», argumenta el cineasta. Sobre *Ciutat morta* diu que és el mirall d'una societat que al seu dia no va ser prou exigent. «Es mos-

tren indicis que no es va actuar amb cura. Però en el seu relat falten antagonistes. Jo no hauria filmat *Bucarest* (on revisa la trajectòria política del seu pare, Jordi Solé Tura) sense comptar amb les declaracions de Manuel Fraga o de Jordi Pujol. No es pot validar només una visió dels fets. A *Ciutat morta* no han fet tota la feina necessària. Falta investigar més», lamenta Solé.

El documental de denúncia està en ple auge. Els directors busquen històries commovedores que impliquin compromís social. A València s'està rodant *0 responsables*, que recull testimonis sobre l'accident de metro ocorregut el 2006 que va segar la vida de 43 persones i va causar ferides a 47 més. Joan Úbeda, responsable de Media 3.14, empresa especialitzada en documentals, és un dels productors executius d'aquest documental. «El documental forma part del debat democràtic. *Ciutat morta* és un exemple del que poden arribar a fer aquesta mena de pel·lícules. Ha posat de manifest que els mitjans de comunicació establerts es van alinear amb la versió oficial dels fets.



Concentració de víctimes de l'accident del metro de València.



Hadijatou Mani, amb l'equip de rodatge del documental sobre ella.



Una imatge d'"Informe general", clàssic de Pere Portabella.

**GÈNERE  
EN PLE  
AUGE****1 El 33** va demostrar el poder de la tele al programar un documental del qual ben poc s'havia parlat abans**2 Les pel·lícules sobre fets** reals solen basar-se en injustícies que commoguin l'opinió pública**3 El cost** d'un documental no sol superar els 300.000 euros, moltíssim menys que la ficció

Ha sigut un cop a la consciència col·lectiva, i passarà el mateix quan estrenem la pel·lícula sobre l'accident del metro de València i que ja va passar quan Jordi Èvole va dedicar el programa *Salvados* a aquest tema», assenyalava Úbeda.

La realitzadora Lala Gomà i la periodista Rosa Cornet, des del 2009, filmen el procés judicial emprès per Hadijatou Mani, que als 12 anys va ser venuda com a esclava i que per això va denunciar el Govern del seu país, Níger. «Tirar endavant un documental com aquest té peatges emocionals i professionals durs. Quan ets allà veus que a més a més de les precàries condicions de vida, les dones segueixen sotmeses a l'esclavitud», exposen les directores. Segueixen Hadijatou des que va guanyar el primer judici i ara presencien la seva lluita per poder recuperar els seus fills. La situació de Níger, però, no hi ajuda. «Una de les vegades que havíem de rodar, l'ambaixada ens va recomanar que desistíssim de fer-ho pels atacs terroristes d'una unitat d'Al-Qaida contra una base militar francesa que protegia una mina».

**les noves càmeres i les xarxes socials**

## La gran ajuda de la tecnologia

Internet, les xarxes socials i els avenços tecnològics en càmeres d'última generació, cada vegada més barates i fàcils de manejar, han contribuït enormement a la popularitat del gènere documental. A principis del segle XXI és molt més fàcil produir, promoció, difondre i accedir a aquesta mena de pel·lícules, la majoria de les quals no tenen accés a les sales comercials.

Fins i tot es roda amb telèfons mòbils i amb càmeres de fotografia. És el que s'anomena la democratització filmica. És la porta d'accés perquè qui vulgui filmar pel·lícula gairebé amb qualitat professional i costos reduïts. Encara que al valor artístic hi accedeixen ben pocs. «És un bon moment creatiu, però el que és difícil és fer una producció amb notorietat, perquè les re-

tallades d'ajudes han estat salvatges en el sector audiovisual. Per això, molts rodatges es realitzen amb càmeres més assequibles», explica Tono Folguera, productor de *Balseros*, documental que va ser nominat a

**Fins i tot es roda amb telèfons mòbils i amb càmeres de fotos. És el que s'anomena la democratització filmica**

l'Oscar fa 10 anys. «Ara no podria aixecar una pel·lícula així. Les subvencions són escasses i els pressupostos no arriben», assegura Folguera.

Sobre *Ciutat morta*, Folguera assegura que és la primera vegada que

un documental es promociona a través de WhatsApp. «El que va passar dissabte passat va ser un boca orella de l'era digital. No havia viscut res d'igual. Vaig rebre diversos missatges d'amics i familiars informant de la projecció per El 33 i dels cinc minuts que no es podrien veure per ordre del jutge», relata.

És habitual promocionar una pel·lícula penjant el tràiler a YouTube, de lliure accés. En les produccions modestes és la resposta de les xarxes socials és fonamental. «Emergeixen amb força circuits alternatius. *Ciutat morta* ha tingut una gran difusió per internet. La repercussió ha arribat per la seva projecció per televisió, però sense les xarxes no hauria arribat a tenir tants espectadors», afirma el realitzador i productor de documentals Joan Úbeda. ■

El Gran Wyoming és l'impulsor de *No estamos solos*, documental que dirigeix Pere Joan Ventura, que mostrarà quan s'estreni la primavera vinent persones i moviments activistes que lluiten per un món millor. «També denunciem situacions preocupants de les quals es parla poc a les televisions, com el procés de Panrico o el desmantellament de la fàbrica de Coca-Cola a Fuenlabrada (Madrid), on van acomiadar 350 treballadors», assenyalava.

**IRRENUNCIABLE** // Jordi Batlló, director del màster en Documental de Creació de la Pompeu Fabra, defensa que aquest cine és irrenunciable. «Com deia Jean-Luc Godard, s'ha de filmar políticament. Amb compromís, valentia, llibertat, obrint camins. El que ha aconseguit el documental *Ciutat morta* val un imperi. Ha mostrat uns fets des d'un punt de vista nou i això ha fet pensar», valora. Alguns alumnes formen part de l'equip de rodatge de la segona part d'*Informe general*, documental de Pere Portabella que qüestiona processos polítics i socials. ■

MIGUEL LORENZO / GEMMA ALFÓS / FERRAN NADEU



Entrevista a Ada Colau per a 'No estamos solos'.



Protesta pel 'cas 4-F', que va ser l'origen de 'Ciutat morta'.



# El MUME exposa 42 fotos originals de l'exili del 39 de l'agència del «NY Times»

► El Museu de l'Exili mostra al públic d'avui com treballaven els primers fotoperiodistes de la societat de masses

GIRONA | DANIEL BONAVENTURA

■ El Museu de l'Exili (MUME) de la Jonquera inaugurarà avui una exposició que aplega un conjunt de 42 fotografies de la retirada republicana de l'any 1939 des de Barcelona fins a la frontera fetes per tres fotoperiodistes, entre ells Robert Capa, per a l'agència de l'hegemònic diari nord-americà *New York Times*.

L'exposició *De la caiguda de Barcelona a la retirada. Report of Wide World Photo for The New York Times* presenta imatges que al seu moment van ser reproduïdes a mitjans de comunicació i van tenir un gran impacte internacional.

Es tracta de fotos d'Augustin Chauvin, David Seymour-Chim i Robert Capa, tres fotògrafs que van treballar a la zona del conflicte aquells dies d'inafausta memòria per als republicans.

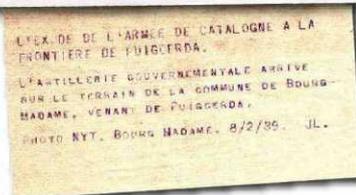
L'exposició, comissariada per Eric Forcada, no presenta còpies ampliades sinó les fotografies originals amb el seu peu de foto tal com va ser redactat a l'època, per tal de mostrar al públic d'avui com treballaven uns reporters que han passat a la història del fotoperiodisme com uns pioners, coincidint amb la formació i la consolidació d'una societat de masses, per oposició al fotògraf convencional, que treballava adscrit a un dels exèrcits enfrontats i explicava la guerra a



Com es pot llegir al peu de foto original: «L'èxode de l'armada de Catalunya a la frontera de Puigcerdà».

través de la veu del seu amo.

«L'enviament de corresponals de guerra ofereix als lectors la garantia d'una informació plural» i «qualsevol possibilitat de censura per part dels estats majors és neutralitzada», explica el text del



complet catàleg de l'exposició.

Bona part d'aquestes 42 fotos s'havien vist a la premsa de l'època, fins i tot a portada, però no totes, i algunes d'elles van romandre inèdites fins ara. L'exposició s'ha vist a la

Casa de la Generalitat a Perpinyà i no es descarta que tingui una itinerància més llarga després del seu pas pel MUME.

## Les imatges d'un èxode

Les imatges van ser preses en el context de la caiguda de Barcelona, que es va produir el 26 de gener de 1939, i els dies successius. La retirada republicana va provocar un dels primers grans èxodes massius de civils a Europa.

El departament dels Pirineus Orientals, en només dues setmanes, va passar de 250.000 habitants a quasi 800.000. A la situació d'emergència humanitària s'hi va afegir una crisi sanitària de primer ordre i es van crear els tres immensos camps de concentració per encabir 330.000 republicans.

La premsa internacional va cobrir la retirada. Un equip de més de 135 periodistes va arribar al Rosselló amb l'objectiu d'informar els lectors sobre aquest gran esdeveniment.

Una de les agències més actives va ser Wide World Photo for The New York Times, que va elaborar un seguit de reportatges de gran impacte. L'agència tenia seu a París i una delegació a Perpinyà, i venia les fotos a mitjans francesos de totes les tendències polítiques. El corresponal a Perpinyà era Augustin Chauvin i des del seu taller s'enviaven les imatges al món.



## DE CAP

# Periodisme esportiu? Permetin!

**L**a premsa esportiva, en la història del país, té un referent que tot sovint s'oblida, perquè la nostra tradició general es veu sepultada per la intenció espanyola de construir-se, aquí, no pas sobre els nostres fonaments –que ja seria tenir galtes– sinó damunt de la nostra runa.

Deixem que l'obediència i la dependència i la ignorància i la indolència s'aglutinin en una massa i ja veurem com ens en sortim, si la dictadura de la majoria s'arrapa en la xarxa espessa de la cridòria espanyola.

Fa riure –per no plorar– que la història d'Espanya encara s'expliqui en les nostres escoles com a fonament nostre i que els nostres fills hagin de perdre el temps duplicant l'estudi de la llengua com si fos un doble idioma. D'aquests mals, l'es-

quizofrènia d'ara i les conseqüències d'una xarxa escolar paral·lela, que és fruit principalment de la resistència de la burgesia catalana a desaparèixer sota

els plans assimiladors dels governs d'Espanya, i de l'oportunisme religiós d'assumir-la per contrarestar la laïcitat treballadora. D'aquí que el català –i la llengua que el defineix– s'associï sovint a una classe dirigent i que la cultura

viva o popular sorgida fora de les estructures subvencionades o concertades gairebé sempre s'iniciï en castellà o que hagi de tenir en castellà la massa crítica de l'èxit, perquè l'entrada massiva de població amb aquest substrat tenia primordialment el castellà com a llengua pròpia.

En premsa es veu ben clar, i, sobretot, en l'esportiu. Davant dels models cridaners i demagògics, estimuladors dels instints primaris i folklòrics, d'ascendència marcadament espanyola i d'obediència al món de l'esport castellà, el model d'un diari com ara

*La Rambla* que tenia com a lema “Esport i ciutadania” no és valorable perquè fos en català, sinó perquè no tractava els seus lectors com uns idiotes. És aquest el valor d'un diari esportiu; i que sigui en català, les postres.

**‘La Rambla’  
és valorable  
perquè no  
tractava els  
lectors com uns  
idiotes**



Xavier Coromina



## RTVE cerrará las cuentas de 2014 con un déficit de entre 60 y 70 millones

RTVE no recibirá ningún crédito extraordinario de Hacienda y cerrará las cuentas de 2014 con un déficit estructural de entre 60 y 70 millones de euros, dato que se conoció ayer en el consejo de administración de la corporación. Según informa Europa Press, no se trata de una denegación de Hacienda a la petición de la cadena pública,

sino que «no ha habido respuesta y ya es imposible contar con el crédito».

La última opción para lograr el crédito era el Consejo de Ministros de finales de año. «Si ahí no se aprobó, ya no puede llegar porque tiene que hacerse dentro del ejer-



J. A. SÁNCHEZ

cicio 2014. Ahora, si hay ayudas, serán de otra naturaleza», añadieron fuentes del consejo. RTVE tiene dos meses para cerrar los resultados, que deberá aprobar la SEPI antes del 30 de junio.

Por otro lado, una mayoría de consejeros se opusieron a que el Consejo de Informativos de TVE les exponga directamente su queja sobre lo que denominan

«caza de brujas» en los Informativos.



**Junko Ishido, madre de uno de los secuestrados.** FOTO: EFE

## JAPÓN

# La madre de un periodista en manos del EI pide su libertad

■ La madre del periodista japonés retenido por el Estado Islámico (EI) hizo ayer un llamamiento ante los medios para pedir la liberación de su hijo, coincidiendo con el final del ultimátum dado por el grupo yihadista para su ejecución.

«Por favor, salven la vida de Kenji», pidió al gobierno japonés en su declaración Junko Ishido, madre del periodista Kenji Goto, que compareció ante los medios en el Club de corresponsales extranjeros de Tokio. El llamamiento de Ishido se produjo el mismo día que se cumplía el plazo de 72 horas que el EI impuso a Japón para pagar 200 millones de dólares a cambio de la vida de Goto y del empresario Haruna Yukawa.

«Miembros de EI, por favor, libérenlo, (Kenji) no es vuestro enemigo», dijo la mujer con el rostro compungido y los hombros caídos. «Mi hijo es gentil desde pequeño y siempre decía que quería salvar la vida de los niños en la guerra. Trabajaba desde un punto de vista neutral sobre los conflictos», apuntó.



## En breve

### El Gobierno sube un 15% el gasto en publicidad

El Gobierno ha aprobado el Plan de publicidad de 2015, que contempla una inversión en anuncios institucionales y comerciales de 169,4 millones, un 15 por ciento más. El Ejecutivo aumenta un 19 por ciento, hasta los 48,9 millones, el gasto en publicidad de la Administración y destinará 120,5 millones a campañas comerciales de organismos públicos.



170 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

# ESTRATEGIA MULTIMEDIA

**EL NUEVO MUNDO DIGITAL**

## La televisión ya está en la Red

**Gerardo Granda**

El Grupo Atresmedia ha tenido muy claro desde el primer día, hace 25 años, que su presencia llegaría más allá de la pequeña pantalla y, hoy en día, su estrategia digital, comandada por José Manuel González Pacheco, avanza rápida y segura por las autopistas de internet. En los últimos años han aparecido multitud de pantallas y Antena 3 está en todas ellas para cumplir su objetivo de llevar contenidos de calidad a todos los públicos. En el perfil de su redacción digital, más de 70 profesionales combinan distintas especialidades, entre las que Pacheco destaca «la periodística» como núcleo que se encarga de elaborar el contenido propio y del tratamiento del que procede de la cadena. La capacidad profesional de sus integrantes garantiza una continua actualización tecnológica para enfrentarse al reto de la permanente innovación. Así, su alcance llega a foros, revistas y publicaciones especializadas, además de supervisar permanentemente lo que hacen otras empresas de las que toman referencia. Su esfuerzo continuado por participar en conferencias y su trato con «partners» de todo el mundo le aseguran una información puntual, detallada y anticipada sobre los adelantos en la red. Su estrategia digital también traspasa fronteras y fija sus referencias en los grandes «broadcasters» americanos y europeos en abierto. Siempre con los ojos muy abiertos para observar las mejores líneas de actuación de cara al futuro.





*La presencia del grupo Atresmedia va más allá de la televisión o de la radio, y su estrategia digital avanza rápida y segura por las autopistas de internet*



172 | 25 AÑOS EMOCIONANDO



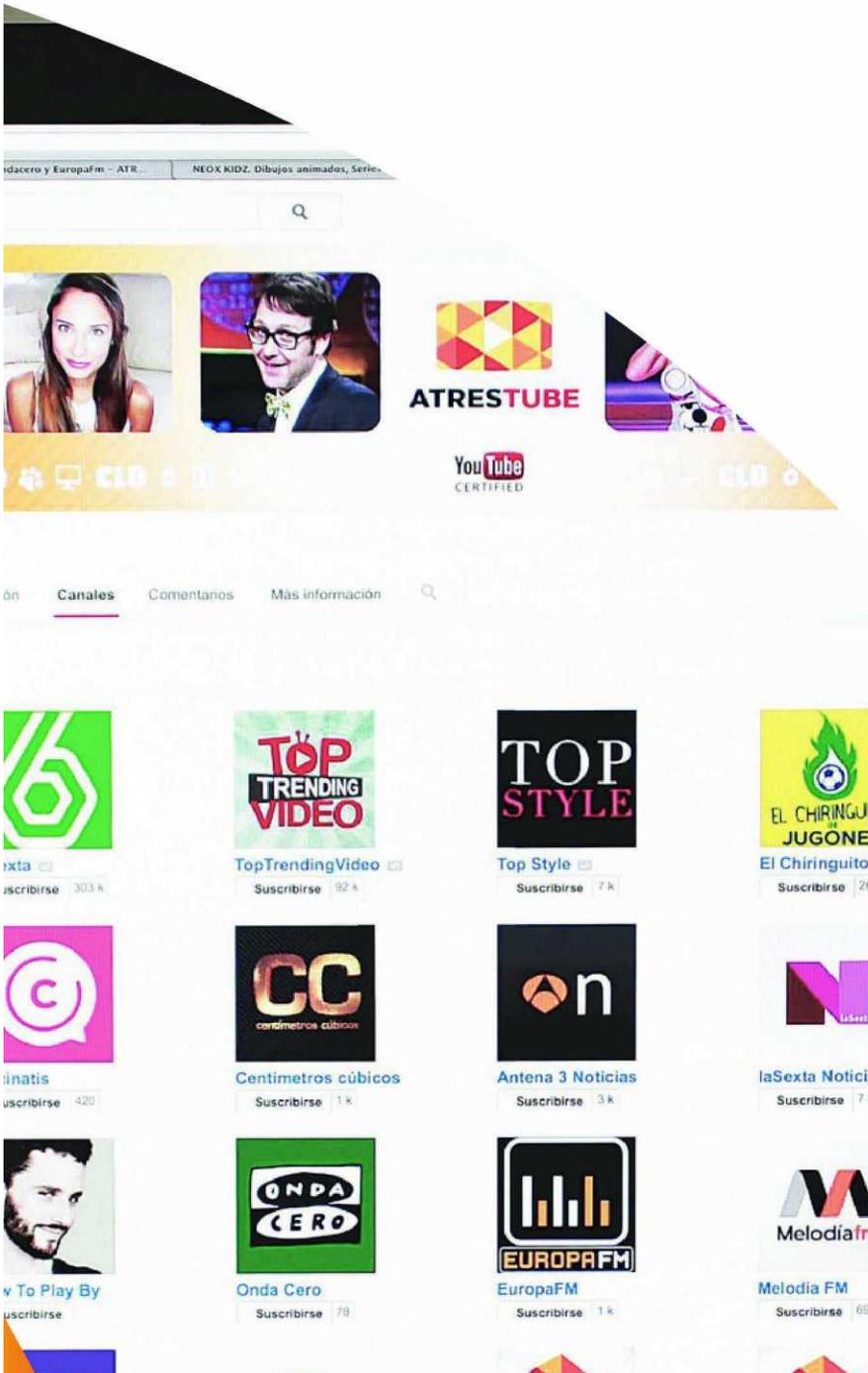
MARZO DE 2007

Antena 3 lanza su canal propio en YouTube y se convierte en la primera televisión de España y la segunda de Europa en hacerlo tras la BBC británica



MAYO DE 2007

Primera cadena en ofrecer el acceso gratuito a los capítulos íntegros de sus series, con «El internado», a través de la página web antena3.com



La andadura digital de Atresmedia comenzó en 1998 con el lanzamiento de Antena3.com y tuvo ya un primer hito en 2007 con el lanzamiento en YouTube de su propio canal, que convirtió a Antena 3 en la segunda televisión europea –la primera en España– en hacerlo, tras la BBC. Actualmente, la cadena acumula más de 75 millones de descargas mensuales en la plataforma. A lo largo de ese año y de los siguientes, fue marcando su camino con hitos tecnológicos entre los que destacan el acceso gratuito a los capítulos íntegros de sus series a través de antena3.com, un canal exclusivo para las Elecciones Generales de 2008 y conseguir ser la primera cadena española en emitir en directo su programación para ser vista desde un móvil 3G. «En este periodo se tomaron iniciativas y se fueron construyendo webs cada vez más amplias, con más contenido, y empezó a entrar el vídeo», explica González

Pacheco. En 2009, Javier Bardají, actual director general de la división de Televisión de Atresmedia, y en aquel momento, responsable de este área digital, dio el banderazo de salida con una política más intensa. Sería el germen de toda la estrategia digital que ahora sigue el grupo.

Entre 2009 y 2010 se produce una renovación de la página web que es el germen de la estrategia digital que ahora maneja Antena 3



174 | 25 AÑOS EMOCIONANDO



ENERO DE 2008

Antena 3 crea un canal en YouTube dedicado en exclusiva a la cobertura de las Elecciones Generales del 9 de marzo, en el que los políticos respondían a los internautas



SEPTIEMBRE DE 2008

Gracias a un acuerdo con Vodafone, Antena 3 es la primera televisión en nuestro país en emitir en directo su programación para ser vista en un móvil 3G

Mayo de 2009 se convierte en una fecha clave para el desarrollo multimedia del grupo de San Sebastián de los Reyes. Nace la primera televisión 3.0 de la mano de Antena 3, que se convierte en un operador global de contenidos multimedia. El modelo contempla una gestión integral y única de los contenidos de la cadena para su distribución en éste y sus dos canales más, Neox y Nova, y en las tres principales pantallas (televisión, internet y móvil). Según el director general de Atresmedia Digital, «se estaba dando el mensaje de que Antena 3 ya no sólo es una televisión o una radio, sino que en el mundo de internet tenía una prolongación». El enfoque del grupo se comenzó a materializar a través de innovaciones como la posibilidad de descargar desde la página web capítulos de las series e incluso hacer preestrenos. A esto se une que también fue una de las primeras televisiones en el mundo que, apuntando a la interacción del espectador con los mejores contenidos, lanzaron una aplicación que permitía disfrutar directamente desde la PlayStation 3 de series como «El internado» y «Física o Química».

En mayo de 2009 se lanza la televisión 3.0 y Antena 3 potencia la interacción entre el espectador y la cadena a través de múltiples pantallas



176 | 25 AÑOS EMOCIONANDO



MAYO DE 2009

Antena 3 fue la primera televisión en convertirse en operador global de contenidos multimedia, un modelo de gestión integral y única en contenidos



MARZO DE 2010

La cadena se convierte en pionera al ofrecer en exclusiva sus contenidos televisivos a través de una aplicación directa desde televisores Samsung

Uno de los principales valores del grupo es la colaboración a nivel interno entre los distintos departamentos, con continuas reuniones entre el departamento digital, el de contenidos de televisión y el área comercial de internet, en las que se ponen en común las novedades, innovaciones y tendencias en los contenidos. «En Atresmedia existe una perfecta comunión entre las distintas áreas, lo cual pensamos que es una de nuestras principales ventajas competitivas respecto a la competencia. No nos vemos como áreas independientes, sino que existe una interrelación que sirve de flujo de información en ambos sentidos», destaca José Manuel González Pacheco. Clave en la estrategia digital es la coordinación con otros sectores como el editorial, con Planeta de manera especial, con el que se

articulan comités y reuniones de carácter periódico para conocer de primera mano lo que se hace en todas las áreas. A nivel internacional, RTL, accionista del grupo, aporta experiencia en un medio como internet y en mercados más avanzados, como el francés, el alemán o el holandés, tanto en penetración como en volúmenes de negocio, con el que cada tres meses se organizan los llamados comités de sinergias que sirven para detectar las tendencias de cara al futuro y permiten una actualización continua y una anticipación a la llegada de nuevos formatos que son clave para el desarrollo de una estrategia efectiva. Todos estos detalles colocan a Atresmedia en la primera línea de la innovación y el desarrollo digital en nuestro país.

**Atresmedia no restringe su estrategia a los medios de comunicación. Su relación con otros sectores permite detectar las tendencias de cara al futuro**





178 | 25 AÑOS EMOCIONANDO



**JUNIO DE 2010**

Antena3.com se renueva totalmente y se coloca a la vanguardia de los portales de los canales en España. Nace una nueva forma de ver y hacer televisión



**SEPTIEMBRE DE 2010**

La cadena apuesta por los portales verticales y nacen Seestrena, Celebrities y Objetivo TV, en una estrategia para dar mayor segmentación y llegar a todos los públicos

En junio de 2010, Antena 3 renueva completamente su página web y se coloca a la vanguardia de los portales de los canales de televisión en España. El hito más importante es el lanzamiento del Modo Salón, que incorpora los últimos avances tecnológicos y permite a los usuarios disponer de los capítulos de todas las temporadas de las ficciones de la cadena, así como de los programas e informativos. «El Modo Salón multiplica por cuatro la audiencia del contenido de vídeo porque ofrece mayor calidad y cuidado del mismo». También es en este momento cuando se empiezan a desarrollar portales verticales propios en la web: se lanza uno de celebridades, otro de cine y de información sobre televisión. En paralelo a la aparición de los smartphones y de las tabletas se comienzan a desarrollar aplicaciones para distribuir contenidos y se llega a importantes acuerdos con «partners» de las televisiones conectadas como Samsung, Xbox y PlayStation. Aumenta la relación con el usuario y Atresmedia se dota de un equipo encargado de revisar los comentarios realizados en los distintos portales del grupo.



La renovación de la página web y el Modo Salón se convierten en un hito tecnológico y colocan a Atresmedia a la vanguardia



180 | 25 AÑOS EMOCIONANDO



FEBRERO DE 2012

Lanzamiento de Ant3.0, la primera aplicación del mundo que conecta en tiempo real los contenidos de televisión en directo con smartphones y tabletas



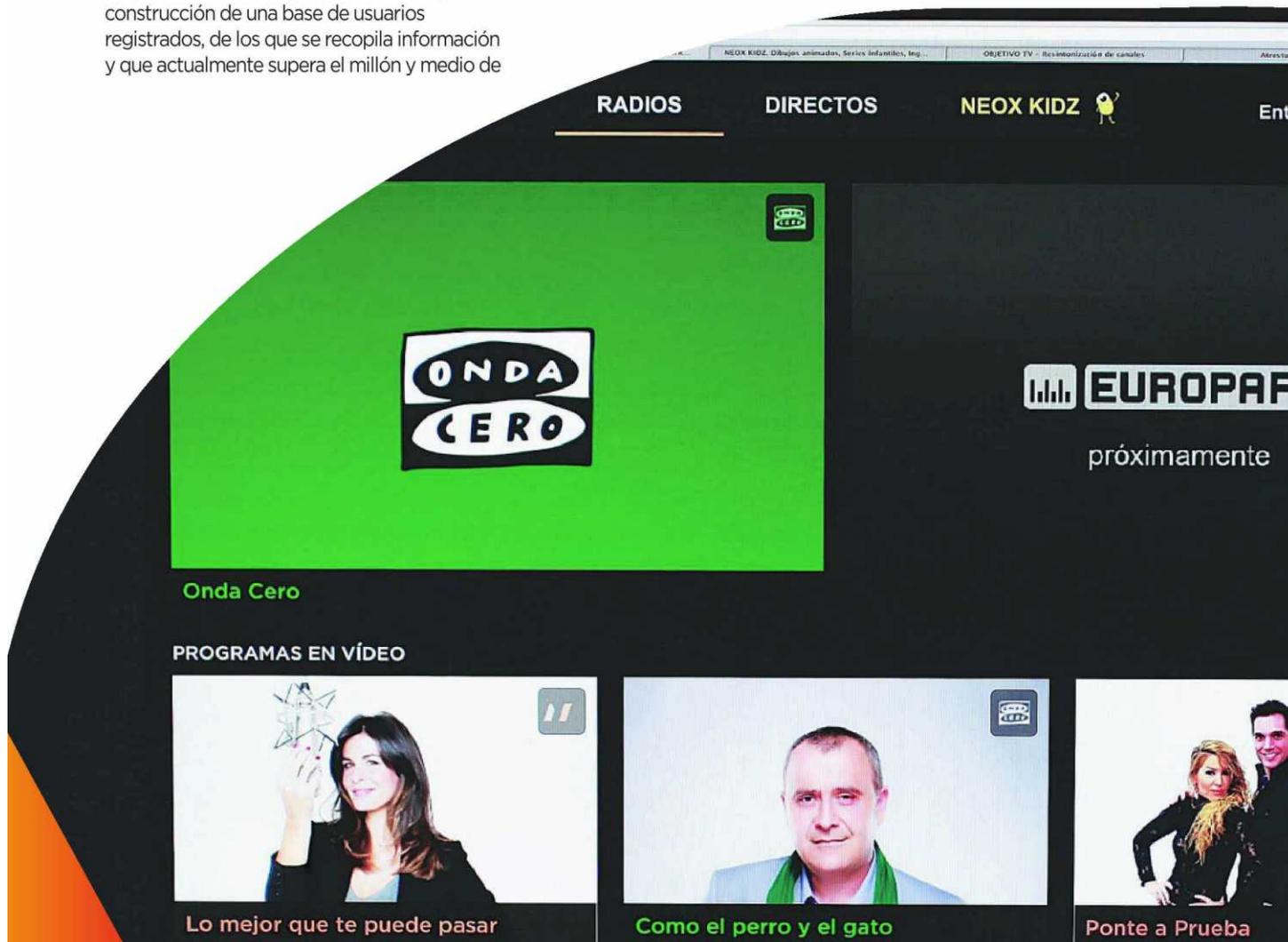
MAYO DE 2013

Nace Atresmedia Conecta, la aplicación del grupo para smartphone y tableta que permite interactuar con la emisión en televisión de cualquier contenido

Según González Pacheco, se puede establecer un calendario de ciclos de tres años para internet. Por eso en 2013, coincidiendo con el tercer aniversario de la web, «decidimos renovar completamente la plataforma de vídeo; la anterior, el Modo Salón, estaba funcionando bien pero lanzamos una nueva, Atresplayer, que tiene más calidad, funcionalidades y, sobre todo, un tratamiento editorial mucho más completo que el anterior». La iniciativa consigue una excelente acogida entre los usuarios, que se refleja en un aumento de la audiencia y permite un cambio de modelo de trabajo en el que el contenido del vídeo tiene una presencia masiva. También tomaron forma otras decisiones estratégicas importantes respecto a la distribución por ventanas y la construcción de una base de usuarios registrados, de los que se recopila información y que actualmente supera el millón y medio de

personas. El foco en los contenidos de vídeo se salda con más de 3.000.000 de descargas en la aplicación específica en las plataformas iOS y Android. En mayo de 2013 también nació Atresmedia Conecta, la aplicación de segunda pantalla, que obedece a las estadísticas que confirman que aproximadamente el 75 por ciento de las personas que ven la televisión están al mismo tiempo utilizando el móvil, con lo que la aplicación permite desde cualquier dispositivo interactuar en directo con la emisión de contenidos. El rendimiento comercial de esta operación, al igual que los datos cuantitativos y cualitativos, la sitúan en una posición de liderazgo muy destacado en comparación con las iniciativas de la competencia, a veces fallidas.

**Las nuevas tecnologías permiten una mayor interacción entre Atresmedia y sus usuarios con aplicaciones como Ant3.0 y Atresmedia Conecta**





182 | 25 AÑOS EMOCIONANDO



**DICIEMBRE DE 2013**

Llega Atresplayer, la novedosa plataforma de vídeo y audio online que sustituye definitivamente al Modo Salón, que nació en junio de 2010 y que ofrece todos los contenidos



**NOVIEMBRE DE 2014**

Atresplayer incorpora su compatibilidad con el dispositivo Chromecast de Google. Se convierte en la primera televisión privada disponible en todos los dispositivos



En este año 2014 también se ha continuado creciendo, sobre todo en el ámbito de los contenidos propios de Internet. Así, la familia de verticales web se ha incrementado hasta trece, de muy diversas temáticas (ciencia, tecnología, deportes, cocina...) y se ha lanzado una familia de más de 20 canales de vídeo (un Multichannel Networks en Youtube). Con la vista puesta en el futuro de los medios, en Atresmedia Digital se reconocen «ambiciosos» y entre sus planes más inmediatos está mantener la línea de desarrollo actual de contenidos y distribución, con énfasis en seguir creciendo en todas las direcciones. Dos ejemplos encaminados al 2015 son potenciar formatos y plataformas para el público infantil, prestando atención especial a Neox Kidz. Otro enfoque se centra en la radio, que al ser un entorno con menos movimiento en parrilla,

intentará complementar la información con contenidos de desarrollo propio como entrevistas, «making off» y potenciar el ámbito de la información local. Dos portales temáticos nuevos están en el horizonte cercano, así como acciones de «branded content» o involucrar marcas dentro de la producción de formatos. La familia digital de Atresmedia crece a pasos agigantados en una dirección en la que siempre son pioneros, fruto de 25 años de experiencia televisiva y de un equipo de profesionales permanentemente atentos a la evolución e innovación en los vastos terrenos de la televisión actual.

**Potenciar la radio, los contenidos infantiles y dos nuevos portales temáticos forman parte del futuro inmediato de la estrategia digital de Atresmedia**



234 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

# DE ANTENA 3 A ATRESMEDIA

## CRECIMIENTO Y DIVERSIFICACIÓN

### El grupo de comunicación de referencia

**Raúl Salgado**

Ha pasado de ser la primera cadena de televisión privada a convertirse en el grupo audiovisual de referencia en España. Atresmedia sopla las velas por su 25 aniversario y celebra un cuarto de siglo repleto de éxitos. Más allá de su locomotora y enseña de mayor reconocimiento, Antena 3, se trata de una corporación que acapara todos los espectros para deleitar al espectador y conquistar el mercado. No hay triunfos sin esfuerzos, y los invertidos en Atresmedia han sido de gran calibre. El Grupo ha trabajado con ahínco para crecer y operar, además de en el mercado televisivo, en el de la radio, la publicidad, el cine o internet. Silvio González, consejero delegado de la compañía, asegura que Atresmedia es actualmente una marca consolidada que goza de una imagen reconocible, basada en la pluralidad, la calidad, el respeto a la audiencia y el apoyo a la industria audiovisual. «Ha demostrado que desde el talento, la creatividad y la diversidad se puede llegar a un público variado y mayoritario». La división de Televisión, dirigida por Javier Bardají, es la gran locomotora del grupo. «Hemos conseguido hacer de la imagen de Atresmedia la mejor del mercado, tanto en la televisión como en las distintas áreas de actividad de la compañía. El conocimiento social es muy significativo». Juan Ramón Martín, director de Imagen y Creatividad de Atresmedia, no titubea al afirmar que la imagen del grupo es más moderna y atrevida que la de la competencia.

**SILVIO GONZÁLEZ**  
CONSEJERO DELEGADO  
DE ATRESMEDIA

Silvio González llega a Atresmedia en 2003 como director general de Gestión y en julio de 2008 es nombrado consejero delegado de la compañía. Su trayectoria profesional ha estado vinculada desde sus inicios a los medios de comunicación. González ha desarrollado su carrera, desde los máximos niveles de responsabilidad, en televisión pública y privada, tanto en abierto como de pago, así como en las más importantes emisoras de radio de nuestro país, como Cadena Ser, Cadena Cope y, por supuesto, Atresmedia Radio.

*Atresmedia es una marca consolidada que goza de una imagen reconocible basada en la claridad y la pluralidad*



## 236 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

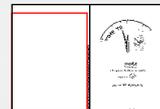
### JAVIER BARDAJÍ DIRECTOR GENERAL DE LA DIVISIÓN DE TELEVISIÓN

Bardají cuenta con una dilatada experiencia en medios de comunicación como «El Mundo», Telecinco/Atlas y Vocento. Es el responsable del actual modelo de televisión de Atresmedia. En Antena 3 ha sido director de Comunicación y Marketing Corporativo, y director general de la División Multimedia, cargos desde los que se ha encargado de la estrategia multiplataforma 3.0 o de la iniciativa Ponle Freno.

*Antena 3 fue pionera en ofrecer series ya emitidas a través de soportes como teléfonos móviles o redes sociales, algo a lo que no todas las cadenas se atrevieron*

El tránsito de Antena 3 hasta Atresmedia obviamente deja su impronta desde el punto de vista gráfico, con la idea de impulsar una evolución pero respetando valores de antaño. Tocaba renovar la imagen para seguir persuadiendo a la audiencia. No existía conexión entre los diferentes logos.

Martín, junto con el equipo de Comunicación, dirigido por Ignacio Mata, fue el responsable de englobarlos todos bajo un mismo apellido, de hilar fino para lograr un tejido consistente que permitiera una convivencia más armónica. Renovarse y evolucionar. Los cambios siempre son necesarios. E incluso, a veces, imprescindibles. Sin perder las señas de identidad, «hay que adelantarse a las preferencias de la gente, adivinar qué gustará al mercado». Martín piensa que «innovar es crear tendencias antes de que estén generalizadas». Efectivamente, Atresmedia es más que televisión. La división de radio del Grupo consta también de tres ofertas diferenciadas - Onda Cero, Europa FM y Melodía FM-, pero con una misma filosofía de equilibrio y pluralidad. Constituye el segundo grupo radiofónico de España y una referencia obligada dentro de un mercado cada día más exigente y competitivo.



## 238 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

Se trata de una radio plural, variada, próxima, cercana y participativa con aproximadamente cinco millones de oyentes. La pluralidad y cercanía suponen los mejores ingredientes de una receta que ha conseguido que las radios del Grupo Atresmedia tengan el mejor índice de rentabilidad por oyente en nuestro país. Javier González Ferrari, presidente de Atresmedia Radio, se siente un afortunado de haber vivido desde dentro la transformación del Grupo, en la que también ha tenido un papel protagonista Ramón Osorio, director general del área radiofónica. «Podemos hablar con orgullo de una historia de éxito, que ha convertido a Atresmedia en el grupo de comunicación más importante de España, el más estable y el más reconocido por sus espectadores y oyentes». Europa FM ha pasado, en apenas un lustro, de la nada a ser la tercera radio musical, con más de dos millones de oyentes. Además, Melodía FM, la última gran apuesta, crece

y está encontrando su hueco en un mundo tan competitivo como es el de las emisoras musicales. «Atresmedia se ha convertido en el espejo donde verse reflejada toda la sociedad», remarca el presidente de la división radiofónica. Los vaivenes del ciclo económico, la evolución imparable, la irrupción de las nuevas tecnologías, la digitalización, la mayor exigencia de los clientes...

Son muchos los retos a los que debe hacer frente el área de Atresmedia Publicidad, antaño denominado Atres Advertising, el motor comercial de la compañía, responsable de convertir en ingresos la millonaria audiencia de Atresmedia.

**No hay ningún secreto en la clave de Atresmedia Radio: una programación estable que se actualiza al mismo ritmo que la sociedad y vocación de pluralidad**

**JAVIER GONZALEZ FERRARI**  
PRESIDENTE DE ATRESMEDIA RADIO

A lo largo de su carrera ha pasado por ininidad de medios. Tras la dirección de RNE y los Informativos de TVE, llega a la dirección general de RTVE en 2000, cargo que deja para asumir la presidencia de Atresmedia Radio en 2002. En 2014, la Academia Española de la Radio le concedió el premio al mejor director de emisora.





## 240 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

Hoy en día, «somos la mayor comercializadora de publicidad multimedia en el mercado español, y representamos una cuota del 23% del total de inversión en medios convencionales», asegura Eduardo Olano, director general de la división. El nacimiento de la dirección general se remonta a un ciclo de mercado expansivo, claramente de demanda y con la televisión con un gran poder negociador en las tarifas. Es decir, un momento ideal para buscar un posicionamiento único. Con el tránsito de lo analógico a la TDT nacieron muchos canales, que fragmentaron a la audiencia. Superar este obstáculo constituyó un objetivo para el área de Publicidad, que desembocó en la pauta única, una innovadora forma de empaquetar los contenidos en todos los canales del grupo a la vez. El modelo televisivo se caracteriza por tener

una estructura de costes muy rígida. Por ello, capear la sacudida de la crisis representó un importante reto. Ante una época de contracción de la demanda, Atresmedia Publicidad optó por un cambio filosófico y de estructura, en el que pasó a abordar la comercialización de sus medios buscando continuamente rentabilizar al máximo todos y cada uno de sus soportes. «Las ratios de eficacia demuestran que se tomó la decisión acertada», defiende Olano. El director general del área sostiene que Antena 3 y laSexta capitanean dos pautas únicas que ofrecen aquellos atributos que más se demandan: la cobertura y la afinidad. «El resultado desde el inicio es excelente y permite a la oferta de Atresmedia ser la más eficaz y competitiva del mercado». La adaptación a los cambios ha sido una constante y supone un cimiento que sostiene el armazón de la compañía.

**Atresmedia  
Publicidad es la  
mayor  
comercializadora  
de publicidad  
multimedia en el  
mercado español,  
que representa  
un 23% del total  
de medios  
convencionales**

### RAMÓN OSORIO DIRECTOR GENERAL DE ATRESMEDIA RADIO

Ramón Osorio de Rebellón Villar nació en Madrid en 1968. Es Licenciado en Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia Comillas (Icade). Inició su carrera profesional en Arthur Andersen. Posteriormente ha desempeñado puestos de diferente responsabilidad en Telecinco, Altadis y Jazztel. En 2001 se incorpora al Grupo DeAgostini. En julio 2003 pasa a formar parte de Atresmedia Radio como subdirector general de Gestión de la División de Radio y en 2008 es nombrado Director General, puesto que ocupa en la actualidad.





## 242 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

**EDUARDO OLANO**  
DIRECTOR GENERAL DE  
ATRES ADVERTISING  
(EN LA ACTUALIDAD  
ATRESMEDIA PUBLICIDAD)

Como director gerente comercial de RTVE, se encargó del diseño e implantación de las estrategias comerciales del grupo y fue responsable de sus ingresos comerciales. En 2002 fue nombrado director comercial de Antena 3 y en diciembre de 2004, con la creación de Atresmedia Publicidad, pasó a ocupar la dirección general de la nueva compañía.

«La anticipación e innovación, el querer dar el mejor servicio posible a nuestros clientes, el crecernos ante las adversidades, el trabajo en equipo trasladando el conocimiento desde los más veteranos a los más noveles, o las ganas de ser el mejor equipo del mercado han estado siempre presentes entre nosotros. Desde que éramos el departamento comercial de Antena 3 hasta la actualidad, que nos llamamos Atresmedia Publicidad». Olano apostilla que, viendo los resultados económicos y los repetidos premios logrados como mejor fuerza comercial del mercado, «parece ser que hemos andado por el buen camino».

De un canal de televisión a un grupo de comunicación audiovisual que crea, genera, gestiona, distribuye y comercializa contenidos en todas las plataformas posibles. Atresmedia Cine coproduce unas 10 películas al año y, a lo largo de su historia, ha coproducido más de 100 títulos de ficción. Su presidente, Mikel Lejarza, resalta que ahora, al tener conciencia de pertenecer a un grupo audiovisual, «el cine es un contenido que bien seleccionado y producido, puede resultar interesante tanto para el negocio como para la marca de Atresmedia».

Definir estrategias y explotar los contenidos online es competencia de Atresmedia Digital. El

departamento cumple una función de promoción y marketing de los productos de los soportes tradicionales, con el reto de captar usuarios tanto en el entorno online como en el offline. Desde la perspectiva de internet, «un momento clave en la evolución reciente del Grupo fue el lanzamiento de la estrategia 3.0 en mayo de 2009. Desde entonces, se inició un enfoque que continúa en la actualidad. La generación de productos específicos de internet en Atresmedia Digital demuestra que las actividades y negocios del mismo no se limitan a los soportes tradicionales, sino que son mucho más amplios», afirma José Manuel González Pacheco, director general de Atresmedia Digital. En el área digital se ha pasado de tres webs, tres portales verticales temáticos y un canal de vídeos cortos en Youtube en el año 2010 a las actuales nueve webs, 12 portales verticales temáticos y 22 canales de vídeo corto.

**«Antena 3 y la Sexta capitanean dos pautas únicas que ofrecen aquellos atributos que más se demandan: la cobertura y la afinidad», defiende Olano**



## 244 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

**Un momento clave en la evolución reciente del Grupo fue el lanzamiento de la estrategia 3.0 en 2009, que supuso un enfoque que marcó tendencia**

González revela que la audiencia ha escalado desde los aproximadamente cinco millones de navegadores únicos mensuales censales en 2010 a los actuales casi 20 millones de navegadores únicos mensuales censales, con más de 400 millones de visionados de vídeos anuales en la plataforma «Atresplayer» y unos 50 millones de visiones de vídeos mensuales en los canales de vídeo corto en Youtube. En 2014 Atresmedia ha sumado a su estructura la división de Diversificación, responsable de aglutinar y potenciar todas las actividades y negocios del Grupo que no dependen

directamente de los ingresos publicitarios. Se trata, en definitiva de dotar a la Compañía de vías de crecimiento adicionales a la publicidad tradicional. Bajo su paraguas, Atresmedia Diversificación integra las áreas de Nuevos Negocios (licencias, educación y teletienda), Expansión Internacional (Antena 3 Internacional, ¡HOLA! TV o Atres Series, canales que llegan a millones de espectadores más allá de nuestras fronteras); incubadora de proyectos (El armario de la tele, Tualbum.es, entre otros); Nubeox y Editorial Musical (catálogo y derechos musicales).

### JOSÉ MANUEL GONZÁLEZ PACHECO DIRECTOR GENERAL ATRESMEDIA DIGITAL

Miembro del Comité de Dirección del Grupo, llega a Atresmedia en 2004 como director de Estrategia. En 2010 es nombrado director general de Atresmedia.

### JAVIER NUCHE SANZ DIRECTOR GENERAL ATRESMEDIA DIVERSIFICACIÓN

Tras su paso por Deloitte y Altadis, se incorpora a Antena 3 en 2007. Cuatro años después, asume el cargo de director de Estrategia, desde el que canaliza los distintos proyectos de desarrollo corporativo, diversificación e internacionalización del grupo Atresmedia.





## 246 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

Javier Nuche, director general de Atresmedia Diversificación, explica que ahora racionalizan los proyectos, dan continuidad a negocios que demandaban una entidad propia y mejoran sustancialmente su gestión, ofrecen la publicidad y comunicación necesarias para lograr el reconocimiento de marca, y siguen la actual tendencia internacional que están desarrollando todos los grandes grupos de medios del mundo.

Todas las áreas de actividad cuentan con el apoyo clave de la dirección general Corporativa, encargada de que todos los negocios de la

compañía fluyan en pos de conseguir los objetivos. Patricia Pérez, directora general Corporativa subraya que «en un grupo de comunicación del tamaño y el grado de diversificación de Atresmedia resulta vital realizar una importante labor de coordinación entre todas las áreas de actividad que llevamos a cabo.

Nuestra dirección tiene la responsabilidad de que la maquinaria esté siempre perfectamente engrasada para cumplir con los máximos niveles de exigencia y calidad que nos marcamos diariamente».

**La audiencia ha pasado de los cinco millones de navegadores en 2010 a los actuales 20 millones únicos mensuales, con más de 400 millones de visionados**



### **PATRICIA PÉREZ** DIRECTORA GENERAL DE ATRESMEDIA CORPORATIVA

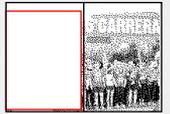
Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia Comillas, ha trabajado en distintas áreas de negocio de Telefónica y Terra. Se incorpora al Grupo en 2002 y ha sido la responsable del plan de integración de Antena 3 y laSexta y la puesta en marcha de los canales de TDT.



### **MIKEL LEJARZA**

#### **PRESIDENTE DE ATRESMEDIA CINE**

Miembro de la Academia Internacional de Televisión, ha sido director general de Telecinco, director de contenidos de ETB y director de Radio Euskadi. Además, ha sido presidente del canal FDF, consejero delegado de Pantalla Digital y socio-consejero de grupo Árbol. Hasta su nombramiento como presidente de Atresmedia Cine ocupaba la dirección general de la división de Televisión de Atresmedia Corporación.



248 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

# MÁS QUE TELEVISIÓN

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

## Compromiso como razón de ser

**Paco Rodríguez**

«Quienes quieren llegar buscan caminos y quienes no quieren buscan excusas». Esta máxima define el espíritu que mueve al Grupo para lograr difundir una oferta informativa y de entretenimiento diversa, innovadora y de calidad que responda a los grupos de interés y obtener un valor diferencial. Por ello, la compañía centra sus esfuerzos en compatibilizar la necesaria rentabilidad con un modelo de gestión responsable y sostenible, que apueste por las personas, tenga en cuenta las necesidades sociales, genere un efecto positivo en su entorno, minimice el impacto medioambiental y sensibilice y fortalezca el compromiso corporativo. En palabras de Susana Gato, responsable de Responsabilidad Corporativa de la compañía, Atresmedia, como medio de comunicación, «tiene que ser especialmente responsable con los contenidos y la publicidad que emite. Somos conscientes de que tenemos un gran altavoz con el que llegamos a muchas personas y podemos cambiar conductas, movilizar y sensibilizar». Otra parte importante de la gestión de la responsabilidad corporativa del Grupo, aunque común al resto de los sectores, «es el apoyo a nuestros empleados, la reducción de nuestro impacto medioambiental y contribuir al desarrollo de la sociedad a través de iniciativas como Ponle Freno y El Estirón, el programa de voluntariado corporativo o el trabajo de la Fundación Atresmedia, más centrada en los problemas que afectan a niños y adolescentes».





La VI Carrera Popular Ponle Freno destinó los 200.000 euros recaudados a la investigación y mejora de la calidad de vida de lesionados medulares



## 250 | 25 AÑOS EMOCIONANDO



Respecto a la publicidad, Atresmedia ha creado mecanismos para garantizar la calidad que ofrece a sus anunciantes y de la publicidad que emite. Además, apoya a numerosas ONG con la emisión gratuita de sus campañas publicitarias. Todo este trabajo, que comenzó en 2007, ha situado a Atresmedia como líder en el ranking de responsabilidad corporativa de las televisiones públicas y privadas, como el medio de comunicación mejor valorado entre las empresas cotizadas por la calidad de su información pública, y es una de las empresas más atractivas para trabajar, según un informe de Randstad. Para llegar a este punto, la estrategia de responsabilidad corporativa ha pasado por tres fases bien diferenciadas. La primera, más filantrópica, se puso en marcha en 2004 con la campaña Un puente solidario –en la que se entregaron 8,1 millones de euros a Cruz Roja para las víctimas del tsunami–, que, además, fue el germen de la Fundación Antena 3.

**Roberto Brasero viajó a Perú con «Un maestro, una vida» para reforzar la educación de 2.500 niños a través de la formación de docentes y la mejora de las escuelas**



## 252 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

**Roberto Brasero viajó a Perú con «Un maestro, una vida» para reforzar la educación de 2.500 niños a través de la formación de docentes y la mejora de las escuelas**

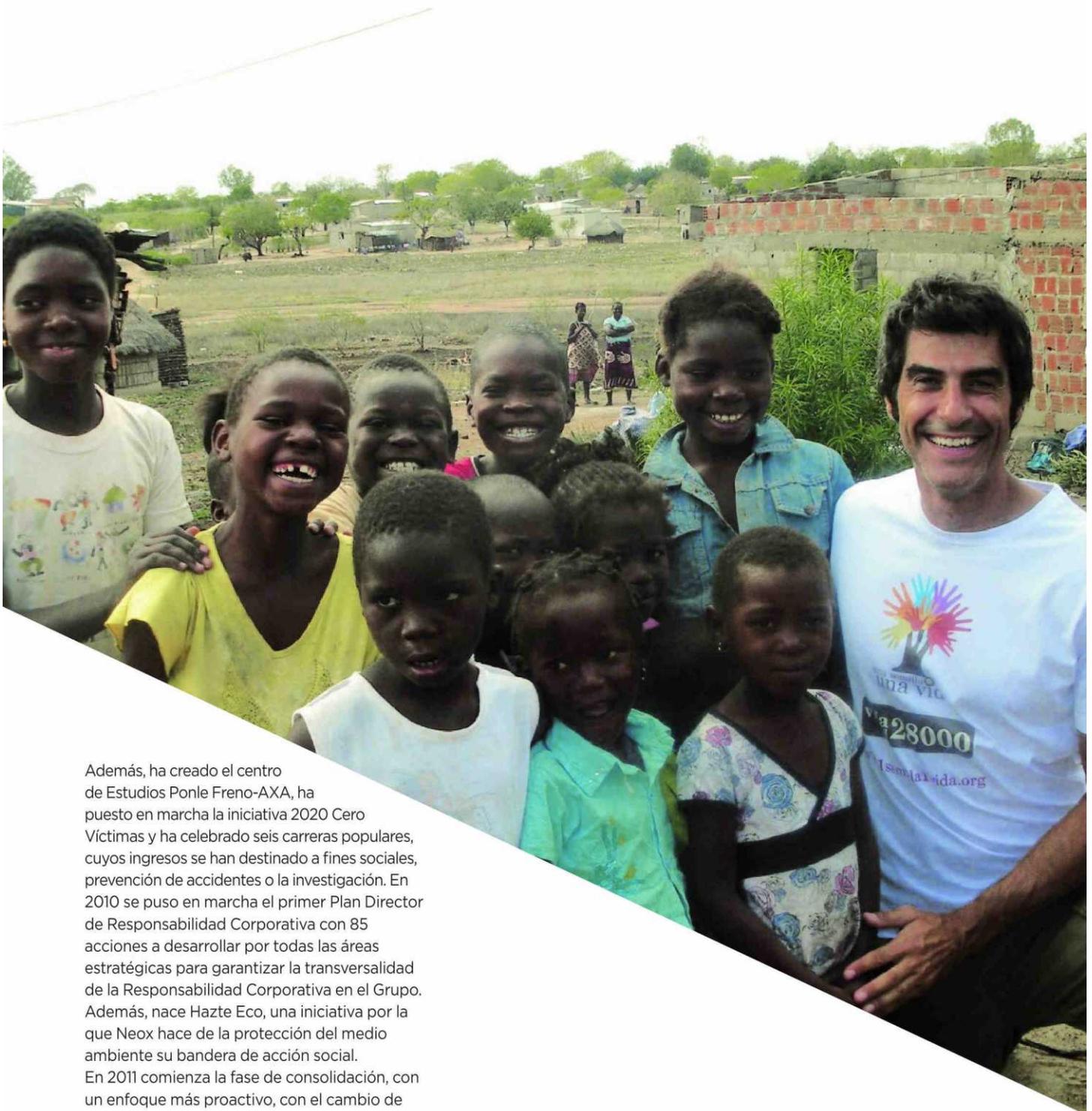


Según recuerda Carmen Bieger, directora de la Fundación Atresmedia, «este éxito nos hizo reflexionar acerca del poder de la televisión para informar y entretener, pero también para involucrar a los ciudadanos en acciones sociales. A partir de ahí surgió la idea de crear una fundación y dedicarla a la infancia y primera juventud, dos colectivos a los que hay que proteger y ayudar». Fruto de este trabajo se han desarrollado proyectos de asistencia hospitalaria o para dar voz a niños y jóvenes, campañas a favor de los derechos de la infancia o iniciativas encaminadas a mejorar la educación o facilitar el empleo a las personas con discapacidad. En 2007 el Grupo realizó el primer estudio de materialidad, que detectó que los medios de comunicación eran uno de los sectores que «menos confianza generábamos, por lo que pensamos que había que trabajar para que los grupos de interés, los anunciantes, la audiencias y la sociedad en

general confiaran más en nosotros», indica Gato. Por ello, un año después comienza la segunda etapa con la publicación del primer informe de Responsabilidad Corporativa: «El primer informe fue muy importante porque establecimos los indicadores que nos permitirían saber cómo evolucionábamos en el medio y largo plazo y nos marcamos los primeros objetivos». Además, se produce la incorporación a la Red del Pacto Mundial y nace la primera campaña de Responsabilidad Corporativa del Grupo, Ponle Freno, para combatir la siniestralidad vial en las carreteras. Esta iniciativa, que abandera la acción social del grupo, ha logrado la señalización de puntos negros y la aprobación en el Congreso de una proposición no de ley para la colocación de radares sólo en tramos peligrosos.



## 25 AÑOS EMOCIONANDO | 253



Además, ha creado el centro de Estudios Ponle Freno-AXA, ha puesto en marcha la iniciativa 2020 Cero Víctimas y ha celebrado seis carreras populares, cuyos ingresos se han destinado a fines sociales, prevención de accidentes o la investigación. En 2010 se puso en marcha el primer Plan Director de Responsabilidad Corporativa con 85 acciones a desarrollar por todas las áreas estratégicas para garantizar la transversalidad de la Responsabilidad Corporativa en el Grupo. Además, nace Hazte Eco, una iniciativa por la que Neox hace de la protección del medio ambiente su bandera de acción social. En 2011 comienza la fase de consolidación, con un enfoque más proactivo, con el cambio de modelo de televisión, la campaña El Estirón para combatir la obesidad infantil y la participación activa del Grupo en diferentes foros de responsabilidad corporativa como el Media CSR Forum o el Comité RSE de la Asociación Española para la Calidad.

**En 2011 comienza la fase de consolidación del plan de acción social, con un enfoque más proactivo y el cambio de modelo televisivo**



## 256 | 25 AÑOS EMOCIONANDO

El año 2014 comienza con la promoción de los hábitos saludables a través de Objetivo Bienestar y Constantes y Vitales, la primera campaña de acción social de laSexta, para potenciar la investigación médica de calidad. Además, nace Crea Cultura, el movimiento en defensa de la propiedad intelectual. Irene Lara, subdirectora de Marketing Corporativo, tiene claro que la clave para obtener resultados es que «creemos en lo que hacemos. Además las campañas que ponemos en marcha son a largo plazo y buscan tener un impacto positivo y real en la sociedad, lo que nos da una identidad propia y es muy valorado por nuestras audiencias». En cuanto al enfoque transversal y

proactivo de las iniciativas, Lara indica que «con las crisis hemos afrontado nuevas problemáticas sociales. Por ello buscamos alianzas con diferentes entidades para sensibilizar sobre algunos de estos problemas como los deshaucios (Cruz Roja) o la pobreza infantil (Aldeas Infantiles). Lara añade que «la transversalidad e implicación de todas las áreas del Grupo así como de los programas ha sido fundamental para el éxito de las campañas de responsabilidad corporativa». «Las caras de la cadena se vuelcan también en estas iniciativas y han sido prescriptores fundamentales para implicar a los espectadores y conseguir los notables resultados obtenidos» subraya Lara.

**Las campañas han permitido mejorar la seguridad vial, fomentar la defensa del medio ambiente, el voluntariado o la prevención de la obesidad infantil**





## Ramon Camats

Articlista i professor de filosofia a la Universitat de Lleida

● Una societat democràtica autèntica no pot reprimir cap expressió de minories i individus, excepte allò que de manera objectiva posi en perill la seguretat dels altres. Quan hi ha gent ferida en veure discutides o satiritzades les seves idees, i ells al seu torn fereixen, ara sí realment, als que els han ferit, estem davant d'un problema de modernitat, de tolerància. I cal tenir tolerància fins i tot amb els que no en tenen.

“ Cal tenir tolerància fins i tot amb els que no en tenen



## Perecoll

Escultor i artista multidisciplinari

● La meua generació va patir en primera persona les conseqüències de la censura, i també de l'autocensura en un temps on hi havia límits i temes tabú que no es podien tractar sota l'amenaça de greus represàlies. Per això em sento autoritzat a reclamar i reivindicar que no es posi cap límit a la llibertat d'expressió. Seria inadmissible fer cap pas enrere.

“ Reivindico que no es posi cap límit a la llibertat d'expressió



## Hugo Prades

Il·lustrador i caricaturista

En el cas d'alguna cosa tan sensible com la religió, jo seria molt prudent; no sóc catòlic practicant però respecto molt les creences de tots i particularment no trobo gràcies segons quin tipus d'humor. Es pot ser irreverent i salvatge però curós amb el sentiment dels altres. No crec en el "tot s'hi val". No, perquè els humans som molts cops inconscients amb les realitats fora del nostre petit ego. Hi ha molts tipus d'humor.

“ Es pot ser irreverent i salvatge però curós amb els altres

# S'han de posar límits a la sàtira i a l'humor?

Quinze personalitats opinen sobre si el dret a la llibertat d'expressió en el món humorístic ha de tenir algun tipus de barrera o limitació



## Xavi Torrent

Ninotaire i dibuixant de còmics

El límit el marca cadascú basant-se en els seus principis, la seva consciència i els seus valors. Sense caure en el mal gust, l'acudit fàcil o la manca de respecte.

“ El límit el marca cadascú basant-se en els seus principis



## Quim Bou

Il·lustrador i autor de còmics

● Només s'ha de posar límits a qualsevol text o dibuix quan són clarament incitadors a la violència. Si no és així, entrem en un debat molt perillós. Crec que és molt menys arriscat per a la democràcia un abús o un excés de llibertat d'opinió que no deixar pas la porta oberta a la censura, que malauradament s'acaba aplicant de forma parcial i partidista (com passa actualment a l'Estat espanyol).

“ Només s'ha de posar límits a allò que inciti clarament a la violència



## Bernat Costa

Il·lustrador i actor

● M'emprenya que haguem de qüestionar-nos això, és molt decebedor. La sàtira hauria de ser intel·ligent, empàtica, veraç i, sense cap dubte, il·limitada, tant per al que la fa com per al que la rep. Això és el que m'agradaria, però la realitat és que formem part d'un món en el qual som set mil milions d'habitants i està demostrat que de cada 10.000 un és un psicòpata. Els límits han de fer riure.

“ La sàtira hauria de ser il·limitada, per a l'autor i el receptor



## Francesc Romeu

Capellà i periodista

● S'han de posar límits a la llibertat d'expressió, encara que això no vol dir aplicar censura. El que fem els periodistes és aplicar-nos una autocensura, sobretot en allò que afecta la sensibilitat dels altres. En el meu cas, en allò que afecta la sensibilitat religiosa, un aspecte que cada cop tenim menys present. A Occident s'ha perdut en l'espai públic, però no hem d'oblidar que està present en l'espai íntim de les persones.

“ Cada cop tenim menys present la sensibilitat religiosa



## Francesc Torralba

Filòsof i teòleg

● L'humor és saludable i higiènic quan ens ajuda a descobrir les nostres mancances i limitacions, quan ens permet relativitzar certes qüestions, però quan esdevé ofensiu, quan esdevé lesiu i motiu d'escàndol, es converteix en una ocasió per al conflicte. Crec en l'autoregulació de l'humorista, basada en el valor del respecte. Reivindico un humor creatiu i imaginatiu, capaç de fer-nos riure, sense haver d'humiliar ningú.

“ Reivindico un humor creatiu sense haver d'humiliar ningú



## Francesc Sánchez

Coordinador de règim intern de CDC

● No s'ha de posar cap límit a la sàtira i a l'humor, a casa nostra i arreu, sempre que no pugui esdevenir un acte delictiu. La llibertat d'expressió és fonamental en un sistema democràtic com el nostre i posar-hi barreres tan sols el perjudicaria. Em pot agradar o no l'humor satíric, però s'ha de respectar. Considero que les persones que s'exposen públicament, com els polítics, han de saber conviure-hi, amb això.

“ La llibertat d'expressió és fonamental en un sistema democràtic



## Política

Ferran Pedret. Diputat del PSC

● Els límits ja són al Codi Penal cap atemptat justifica haver de posar-ne de nous ni replantejar el que a la majoria de democràcies europees es fa des de la Il·lustració. Els mecanismes de coacció no s'han d'interioritzar, perquè si ho féssim cauríem en l'autocensura, que és la pitjor de les censures. Només faltaria que haguéssim de deixar d'opinar lliurement per por que algú ens clavés un tret.

“L'autocensura és la pitjor de les censures



## Miguel Gallardo

Dibuixant de còmic

● Crec que no s'han de posar límits a la llibertat d'expressió, ja que no existeix res sagrat que no pugui ser ridiculitzat. L'únic límit que es pot posar al sentit d'humor i a la sàtira és la integritat d'un mateix. Si no estem atacant directament la integritat d'una persona, ni la de nosaltres mateixos, no estem fent res malament. A més, penso que ridiculitzar és un acte molt sa que ajuda a veure la realitat d'una societat.

“No existeix res sagrat que no pugui ser ridiculitzat



## Kap

Humorista gràfic

● La sàtira és una molt bona eina per interpretar la realitat, encara que sigui de manera lúdica. No obstant això, existeixen unes normes de convivència i ètica que cal respectar per tal que ningú no es pugui sentir atacat. Tenint això clar, la sàtira i la llibertat d'expressió no han de tenir límits, és la ridiculització la que s'haurà de limitar per tal que no fereixi la dignitat de ningú. Per mi, sàtira i ridiculització no són sinònims.

“Sàtira i ridiculització no són sinònims



Una dona mostra un exemplar de la revista *Charlie Hebdo*, després dels assassinats del 7 de gener. / REUTERS



## Vicent Partal

Director de Vilaweb

● Jo no sóc partidari de posar límits a la sàtira. De fet, em sembla molt perillós fer-ho. Més perillós que el perill que comporta deixar que algú travesse la ratlla de l'educació o fins i tot de l'insult. I això és compatible, en el cas de les religions, amb reclamar respecte per a la fe dels seus creients, les seues idees i la seua manera de representar el món. I aconselle moderació. No cal furgar per furgar.

“Aconselle moderació. No cal furgar per furgar



## Antoni Segura

Historiador

● La llibertat d'expressió és un dret bàsic en tot sistema democràtic, amb l'excepció de quan es pretén utilitzar aquest dret per atiar la violència o la xenofòbia, enderrocar la democràcia fent apologia del colpisme o calumniar o insultar d'altres persones. Tanmateix, hi ha una fina frontera que no sempre és fàcil de definir entre la crítica i el respecte a les creences religioses o actituds polítiques.

“La llibertat d'expressió és un dret bàsic del sistema democràtic



## Jair Domínguez

Escriptor i guionista

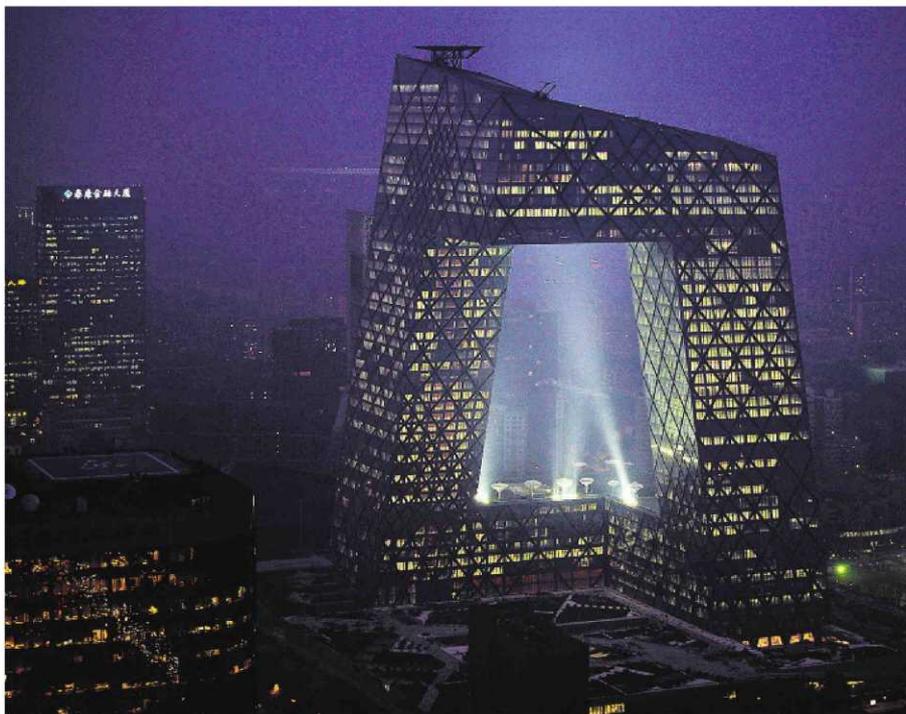
● No. Posar límits a l'humor és posar-los a la llibertat de pensament. L'humor no és una competició, no és un "tot s'hi val" per fer riure la gent. Sense confondre humor amb provocació pura, no podem permetre que se'ns digui de què és i de què no és lícit riure. Humor és anarquia i llibertat pura, una eina al servei de l'evolució intel·lectual de l'home. Posar-hi barreres significaria un perillós precedent.

“Humor és anarquia i llibertat pura



# TeleKremlin se expande

Rusia refuerza su guerra propagandística contra Occidente a raíz del conflicto con Ucrania. China contrarresta con noticias positivas las críticas a sus políticas y silencia las protestas ciudadanas



Sede de la televisión estatal china CCTV en Pekín, un edificio de diseño de 44 plantas. Foto: Jason Lee (Reuters)

En la batalla global informativa, los medios rusos se encuentran entre los más activos y beligerantes. El conflicto con Ucrania ha llevado la guerra propagandística del Kremlin contra Occidente hasta niveles sin precedentes. Moscú acaba de impulsar una macroplataforma informativa en el exterior, llamada Sputnik, mientras el canal de televisión Russia Today sigue en expansión. También destaca China, que ha invertido miles de millones en el gigante CCTV, que decidió salir al extranjero en 2011 para dar a conocer la realidad del país (según el Partido Comunista, por supuesto). Este nuevo panorama se completa con medios impulsados desde Irán, Qatar y Venezuela.

## RUSIA

La ofensiva tiene cara: Dmitri Kiselev, un popular presentador de televisión conocido por sus diatribas contra Occidente y los homosexuales, y por describir a Ucrania como un país dirigido por fascistas. El locutor, que se ha ganado el apodo de "propagandista jefe del Kremlin", está al frente de Rossiya Segodnya [Rusia Hoy], un conglomerado de medios impulsado en 2013 por Moscú y que engulló RIA Novosti, una agencia de noticias estatal relativamente independiente. Su último lanzamiento es Sputnik, un servicio de noticias en radio e Internet para el mercado internacional dirigido a una audiencia, según Kiselev, "cansada de la agresiva propaganda que plantea un mundo unipolar y que quiere una perspectiva diferente". "Ofrecemos una interpretación alternativa del mundo", dijo durante la presentación del portal multimedia, presente en 34 países,

en noviembre pasado. En la web se destacaban esta semana, entre otras cosas, aspectos positivos de la caída del precio del petróleo, aunque en realidad sponga un golpe para la economía rusa.

El lanzamiento de Sputnik llega pocos días después de que otro de los pilares del Kremlin en el exterior, el canal de noticias Russia Today (RT), anunciara una programación específica para Reino Unido. Esta especie de anti-CNN, creada en 2005, dio un golpe de efecto en 2013 cuando fichó a un icono del periodismo para su edición norteamericana. "Tenemos un nuevo presentador. No se vayan a desmayar, por favor. Es algo que no hubiera podido ni imaginar hace 20 años, cuando era una niña. En fin, Larry King trabaja con nosotros". Así anunció la redactora jefe de Russia Today, Margarita Simonián, en su Twitter, uno de los momentos triunfales del canal. Desde entonces, el veterano periodista, que fuera durante 25 años la cara de la CNN, ha repetido en numerosas ocasiones que nadie interfiere en los contenidos de su programa. Pero dos presentadoras de informativos de la cadena dimitieron el año pasado por la cobertura, a su juicio manipulada, que RT daba del conflicto con Ucrania, uno de los puntos calientes de la diplomacia rusa. "No puedo ser parte de una cadena financiada por el Gobierno ruso que encubre las acciones de Putin", afirmó desde Washington Liz Wahl antes de dimitir en directo por "razones éticas".

EE UU es uno de los países en los que Russia Today se ha hecho fuerte. En San Francisco, Chicago o Nueva York es la televisión extranjera más vista. El canal de noticias ha tenido desde 2005 una im-

portancia estratégica para Rusia y ha conseguido una gran penetración. Emite en inglés, árabe y español. En Reino Unido es seguido por más de dos millones de telespectadores, con lo que ha llegado a figurar como la tercera cadena de noticias, tras la BBC y Sky News. Pero no son pocos los críticos que, en la prensa británica, acusan a RT de su tendencia a hacer circular teorías conspirativas. El 10 de noviembre, Ofcom (regulador del mercado televisivo en Reino Unido) consideró a RT culpable de violar el código ético por su "parcialidad" en la cobertura de la crisis ucraniana de marzo de 2014. El organismo advirtió al canal de que, si se producían más vulneraciones de ese código, podría perder su licencia.

"Nuestros canales los ve la gente que está cansada de la imagen parcial del mundo y prefiere un contenido televisivo de alta calidad, una alternativa a la corriente principal occidental", se defiende Simonián (pese a que son empresas diferentes, la periodista es redactora jefa de RT y de Rossiya Segodnya). El canal de televisión también ha aumentado su presencia en América Latina, otro de sus objetivos diplomáticos. Más de 900 operadores de televisión de pago transmiten su señal. "En estos países la gente está cansada de la agenda que dictan los canales españoles de CNN y BBC", dice.

El objetivo real de estos medios es lanzar una estrategia de desinformación para dividir a Occidente, afirman el periodista británico Michael Weiss y el productor de televisión ruso afincado en Londres Peter Pomerantsev en un informe realizado para el Instituto de la Rusia Mo-

Pasa a la **página 4**



Viene de la página 3

derna, con sede en EE UU, cofinanciado por familiares de Mijaíl Jodorkovsky, antiguo magnate ruso del petróleo y rival de Vladimir Putin que acabó en la cárcel. Los autores ponen como ejemplo un reportaje de RT en el que se aseguraba que había judíos huyendo del antisemitismo de Ucrania o lanzando teorías conspirativas sobre el accidente del vuelo MH17 de Malaysia Airlines que fue derribado en julio pasado en Ucrania. Este tipo de manipulación, según Weiss y Pomerantsev —considerados “rusofóbicos” por algunos en Moscú—, responde a un nuevo uso de la información como arma.

Pese a las dificultades económicas, los presupuestos públicos para estos medios siguen al alza. Para este primer año, Sputnik dispone de 132 millones de euros. Mientras, RT contará con 313 millones, un 30% más que el año anterior. “La cuestión es si los esfuerzos tendrán algún efecto, porque estos medios no son fuentes de información de confianza para el consumidor occidental”, opina el politólogo Dimitri Oreshkin. Konstantín Eggert, comentarista de la radio Kommersant FM, estima que en un futuro la eficacia de la propaganda estatal se debilitará. “En tiempos de crisis las personas están más dispuestas a confiar en la realidad y menos en la propaganda televisiva”, dice Eggert.

La OTAN se prepara para el contraataque. En diciembre pasado, produjo un vídeo —disponible en Youtube— sobre una ciudad ucraniana que, según Moscú, está llena de fascistas violentos, Lviv. En él se pueden ver las tranquilas calles de la localidad y sus educados residentes. Una joven, por ejemplo, explica al reportero que tiene alojados a desplazados por el conflicto en casa de forma gratuita.— C. GALINDO / E. VICENS

## CHINA

El presidente de China, Xi Jinping, dejó clara su concepción del papel de los periodistas en su primer discurso tras ser nombrado secretario general del Partido Comunista: “Amigos de la prensa, China necesita aprender más del mundo y el mundo también necesita aprender más de China. Espero que continuéis esforzándoos para profundizar en este entendimiento mutuo”. Reporteros sin Fronteras recupera

## La iraní PressTV ha sido acusada de antisemita por dar cancha a quienes cuestionan el Holocausto

## La venezolana Telesur inauguró el pasado año un canal en inglés con la idea de entrar por satélite en EE UU

este fragmento en su último informe sobre el estado de la libertad de prensa en el planeta para resumir la filosofía informativa de Pekín: “Ay del periodista que pensara que el dirigente recomendaba ‘describir con rigor la realidad’ cuando lo que quería decir es ‘seguid la propaganda del partido al pie de la letra’”.

La televisión estatal china CCTV es uno de los principales instrumentos para este fin. La expansión internacional del ente, que se define como “un portavoz importante del Partido, el Gobierno y el pueblo chino”, comenzó en 2001. Hoy cuenta con departamentos que gestionan las versiones en inglés, castellano, francés, ruso, co-



Redacción de PressTV en Teherán, en 2012. Foto: Raheb Homavandi (Reuters)

reano y árabe, y tres grandes redacciones en Pekín, Nairobi y Washington. El objetivo es “que personas de otros países conozcan el mundo desde una perspectiva china”, describe Chen Yongqing, del Departamento de Difusión y Desarrollo en el Extranjero de la televisión. “CCTV está comprometida a construir un medio internacional de primera clase y esto pasa por seguir desarrollándose en los mercados extranjeros”, explica.

La cobertura de asuntos considerados delicados repite la línea oficial, como ocurre con la violencia en Xinjiang o la situación en Tíbet. Otros asuntos, como los aniversarios de la matanza de Tiananmen, directamente se ignoran. Basta buscar la palabra Tíbet en la web de CCTV América: cuesta encontrar menciones a las protestas. Las noticias se centran en destacar la iniciativa de Pekín en temas por los que el Gobierno suele ser criticado en los foros internacionales, como la contaminación. La programación para el consumo doméstico tampoco se libra de las críticas. Un grupo de intelectuales chino ha acusado a los responsables televisivos de utilizar sus programas de ficción e informativos para lavar el cerebro a la audiencia. Y los seguidores de la serie *Juego de tronos* advirtieron en 2014 que el canal había censurado un cuarto del contenido (escenas violentas y de sexo, básicamente), lo que acaba dificultando el seguimiento de la trama.

La publicidad cubre casi exclusivamente los 2.108 millones de euros de su generoso presupuesto que permite disponer de medios excepcionales para sus coberturas y contratar profesionales extranjeros reputados, especialmente para el canal en inglés, el que goza de mayor autonomía.

Pero no hay libertad de criterio. Los trabajadores de CCTV en China están sujetos a un fuerte control gubernamental y a la censura. En las ediciones en otros idiomas, los trabajadores raramente tienen espacio para la producción propia y en muchos casos se limitan a traducir y editar las noticias que llegan desde el canal en inglés. “La calidad depende de la región en la que se ha producido y lo delicado que el tema resulte en Pekín” apunta Anne Nelson, de la Universidad de Columbia (Nueva York) en un informe para el Center for International Media Assistance.— MACARENA VIDAL LIJ / XAVIER FONTDEGLORIA

## IRÁN

A pesar de prohibir las parabólicas dentro del país, las autoridades iraníes respondieron a la competencia informativa de BBC, CNN o Al Jazeera Internacional con el lanzamiento de la televisión por satélite PressTV en 2007. El nuevo canal en inglés se convirtió en el proyecto estrella de IRIB, la



Logo de Sputnik, el nuevo portal de Rusia para el mercado internacional. Foto: Pitaley Ilya (Itar-Tass)

Radiotelevisión de la República Islámica de Irán, con el objetivo declarado de expandir su alcance global en un momento de creciente presión de EE UU. Desde sus inicios, PressTV ha estado acusada de antisemita, de dar cancha a quienes cuestionan el Holocausto y de hacerse eco de teorías de la conspiración. Denuncias presentadas por la Liga Antidifamación y otras entidades hicieron que varios satélites europeos y americanos dejaran de transmitir su señal.

Financiada por el Estado, su presupuesto anual era de 250.000 millones de riales (casi seis millones de euros) en 2009, el último dato publicado. Su director general lo nombra el líder supremo, el ayatolá Ali Jamenei. A los 1.200 trabajadores de su canal en inglés se suman desde 2011 los 800 trabajadores del canal en español HispanTV —emite *Fuerte Apache*, el programa de Pablo Iglesias, líder de Podemos—. En ambos, todas las noticias pasan una revisión ideológica antes de su emisión.

De hecho, los profesionales de la información consideran ambas cadenas instrumentos de propaganda del régimen iraní, cuya visión de los problemas regionales difunde. Aunque su objetivo es la opinión pública occidental, no parece que haya conseguido una cuota de audiencia significativa más allá de los estudiosos de Irán, periodistas o el ocasional televidente con curiosidad. La verdadera prueba de fuego de la cadena fueron las protestas que siguieron a la reelección de Mahmud Ahma-

dineyad en 2009. A partir de ese momento, PressTV perdió cualquier viso de credibilidad al alinearse sin el menor cuestionamiento con la versión oficial que tachó a los manifestantes pacíficos de “sediciosos al servicio de potencias extranjeras”. El canal se prestó a transmitir las confesiones autoincriminatorias de algunos de los detenidos, como si fueran entrevistas en exclusiva. Los intentos de EL PAÍS por hablar con un portavoz resultaron infructuosos.— ÁNGELES ESPINOSA

## QATAR

Desde su lanzamiento en 1996, Al Jazeera ha sido percibida como un instrumento de la política exterior de Qatar, un pequeño pero ambicioso emirato con las mayores reservas de gas natural del mundo. Su fundación por un decreto del entonces emir, el jeque Hamad, garantizó que contara con envidiables medios técnicos y recursos humanos. Destacados periodistas del servicio en árabe de la BBC formaron su plantilla inicial. Diez años más tarde, Al Jazeera Internacional también atrajo a conocidos profesionales de televisiones anglosajonas como el ahora fallecido David Frost, Jackie Roland o Stephen Cole.

Lo mismo sucedió en el verano de 2013 con Al Jazeera America, que se llevó a Ray Suárez de la PBS o a Morgan Radford de la CNN. Eso no se consigue sin ofrecer buenos salarios y condiciones laborales atractivas. Pero las cuentas de Al Jazeera son un



Prensa: Semanal (Domingo)  
 Tirada: 287.203 Ejemplares  
 Difusión: 223.891 Ejemplares

Sección: OTROS Valor: 54.000,00 € Área (cm2): 1044,6 Ocupación: 100 % Documento: 3/3 Autor: Núm. Lectores: 2107000

LA BATALLA POR EL MENSAJE GLOBAL



La periodista Patricia Villegas entrevista a Nicolás Maduro en los estudios de Telesur en Caracas, en marzo de 2013. Foto: Presidencia de Venezuela

VENEZUELA

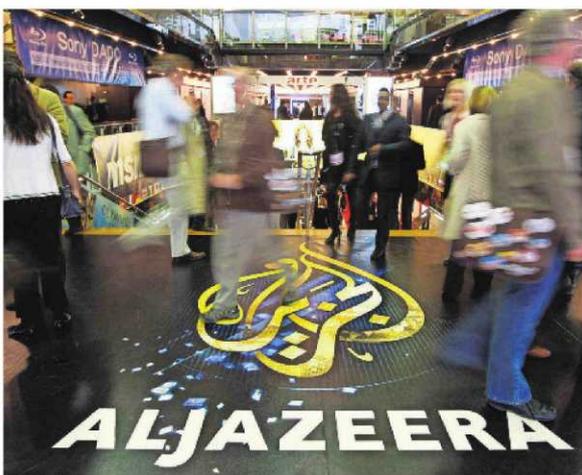
La apuesta de Telesur, un canal de televisión dirigido a América Latina creado en 2005, tenía sentido dentro de la lógica del entonces presidente Hugo Chávez. Se trataba de asignar fondos de la renta petrolera venezolana para crear una señal transnacional que difundiera la cosmovisión del Gobierno.

Al fallecido líder le disgustaba la cobertura de las señales internacionales latinoamericanas sobre su revolución bolivariana y sus aliados. Como la definió recientemente el actual presidente, Nicolás Maduro, "Telesur es hoy la más importante realidad comunicacional que rompe la dictadura mediática y los paradigmas falsos de la comunicación del mundo occidental".

La intención, más allá del propósito declarado de dar a conocer la agenda oficial de los países de América del Sur, era hacer contrapeso a las cadenas internacionales de noticias, pero especialmente a CNN en español, con quien Chávez mantuvo grandes polémicas.

Nueve años después Telesur mantiene el esfuerzo de presentar una programación que responde a la visión geopolítica de los Gobiernos socios. Muchos ejemplos lo ilustran: en la última incursión israelí en Gaza la cadena escogió presentar y reprobar, en primer término, las consecuencias de la acción militar entre los civiles palestinos. Con ocasión del pasado Mundial de fútbol celebrado en Brasil transmitieron el programa *De Zurda*, que mezclaba el fútbol y la política, conducido por Diego Armando Maradona y el periodista uruguayo Víctor Hugo Morales. El histórico futbolista argentino se regodeaba en su amistad con el presidente Nicolás Maduro y con Fidel Castro y demonizaba a Washington. Ambos han respaldado al Gobierno de Argentina en su disputa con el grupo Clarín. Una nueva temporada de este programa se transmitirá en 2015. Y las noticias sobre Venezuela siempre prefieren mostrar el lado épico que Nicolás Maduro ha tratado de darle a su empeño de rebajar la inflación y la escasez endureciendo los controles a la economía.

Después de estudiar los contenidos de Telesur, el investigador de la Universidad Católica Andrés Bello, Marcelino Bisbal, encontró un patrón: al igual que los medios oficiales venezolanos, más de la mitad de la oferta de la señal internacional está destinada a transmitir noticias que complacen los intereses de los Gobiernos accionistas (Argentina, Bolivia, Cuba, Ecuador, Nicaragua, Uruguay y Venezuela). Se trata, en palabras del docente, de "una agenda sociopolítica en sus distintos contenidos programáticos como el único camino para alcanzar la integración latinoamericana". El pasado año, Telesur inauguró un canal en inglés, que se emite desde Quito, con la idea de entrar por satélite en EE UU.— ALFREDO MEZA



Logotipo de Al Jazeera en el foro que reúne cada año a la industria televisiva en Cannes. Foto: Reuters

dar voz a los sin voz, le ha hecho merecedora de numerosos premios", subraya. Esa independencia ha sido especialmente cuestionada a raíz de la *primavera árabe*, cuando la cadena, como la familia real catari, se alineó con las revueltas. No obstante, su enérgico seguimiento de estas en Egipto, Túnez y Libia, no se extendió a las monarquías vecinas de Qatar. Las protestas en Omán, la ciberinsidencia en Arabia Saudí, pero sobre todo la sublevación de la mayoría chií en Bahréin, quedaron relegadas a la cola de los informativos. Rara vez informa de asuntos internos del emirato, como se evidenció durante el incendio de un centro comercial en 2012.

Pero eso no ha impedido que se haga con una amplia audiencia internacional que para la cadena en inglés alcanzaba el año pasado "260 millones de hogares en 130 países de seis continentes", según sus estimaciones. Los más críticos afirman que simpatiza con el movimiento de los Hermanos Musulmanes. Esa asociación fue uno de los factores que pesó en que Arabia Saudí, Emiratos Árabes Unidos y Bahréin retiraran sus embajadores de Doha el pasado marzo, aunque recientemente parecen haber aparcado sus diferencias. "La red de Al Jazeera tiene una estructura editorial independiente y sin ninguna interferencia ni dictado de la política exterior de Qatar. Nuestra política editorial es independiente para nuestros diferentes canales", desestima el portavoz sin entrar en la polémica.— Á. E.

secreto mejor guardado que la fórmula de su éxito. La cadena en árabe contó con un préstamo fundacional de 500 millones de riales catariés (unos 112 millones de euros) que, a diferencia de una ayuda, tenía que

devolverse con la publicidad. "Al Jazeera fue la primera televisión independiente del mundo árabe", señala un portavoz por correo. "Su enfoque periodístico global y en profundidad, junto con su compromiso de

Medios de comunicación en ascenso



**RT (antes Russia Today).** El canal original en inglés se lanzó en 2005. Ahora emite también en alemán, árabe y español (este año también en francés) y tiene canales específicos para Estados Unidos y Reino Unido. Cuenta con 2.500 empleados en un centenar de países, donde 700 millones de personas tienen acceso a sus emisiones, según las estimaciones de la propia empresa. Su presupuesto aumentará un 30% este año, hasta 313 millones de euros.



**Sputnik.** Es un servicio de internación de noticias multimedia (radio e Internet) que depende de Rossiya Segodnya [Rusia Hoy], un conglomerado de medios que se creó en 2013 tras engullir RIA Nóvosti, una agencia de noticias estatal relativamente independiente. La

financiación de Rossiya Segodnya, según algunos medios, alcanzará los 132 millones de euros, 2,5 veces más de lo que tenía RIA Nóvosti antes de su disolución.



**CCTV.** La Televisión Central China fue fundada en 1958 pero no dio el salto internacional hasta 2001. Depende directamente de la Administración Estatal de Radio, Cine y Televisión china (SARFT) y, a través de ella, del Consejo de Estado, el Ejecutivo chino. En China dispone de 42 canales, 25 abiertos y 17 de pago, la mayoría de entretenimiento con una cuota de pantalla del 30%. En el exterior, sus emisiones en otros idiomas cuentan con 135 millones de espectadores (100 de la edición en inglés, 15,5 en español, 12,2 en francés, 6 en árabe y casi 1 millón en ruso, según datos de finales de 2013). Está presente en 121 países.



**PressTV / HispanTV.** El Gobierno de Irán lanzó Press TV en inglés en 2007. Su plantilla inicial de 400 empleados se ha triplicado. Además, desde 2011, ha añadido el canal en español HispanTV, con otros 800 trabajadores y donde los redactores, sin contrato ni seguridad social, ganan 1.000 euros mensuales.



**Al Jazeera.** Fundado en 1996 por el Gobierno de Qatar, es el principal canal de noticias del mundo árabe. Desde entonces se ha convertido en una empresa con una veintena de canales, incluidos varios infantiles y de deportes, que cuenta con 3.000 profesionales, 400 de ellos periodistas, de 60 nacionalidades distintas y con 80 oficinas distribuidas por todo el mundo. Su presupuesto, controlado por el Estado catari, no es público.

**Telesur.** Inició sus transmisiones en 2005. Venezuela es el principal accionista de la cadena con un poco más de 51%, seguido por Argentina (20%), Cuba (19%), Uruguay (10%) y otros tres países con presidentes

afectos al Gobierno de Caracas. La programación no tiene cortes publicitarios porque no los necesita. Los Estados financian todas las operaciones. Para este año, el Ejecutivo de Nicolás Maduro ha asignado 169 millones de bolívares, casi 27 millones de dólares, según la tasa de cambio más favorable. En julio Telesur expandió sus operaciones al presentar su programación en inglés para llegar al público de Estados Unidos. Según una nota de prensa distribuida al momento de lanzar la señal en inglés, Telesur tenía una audiencia de 492 millones de espectadores en 110 países.



ALBERT CASTELLVÍ ROCA  
BARCELONA

La decisió del ministeri d'Indústria d'eliminar un múltiplex a cada comunitat autònoma coincidint amb la liberalització del dividend digital afectarà les emissions de TV3 no només a Catalunya sinó també a les illes Balears. Fins ara, i en virtut del conveni de reciprocitat firmat l'any 2009, la televisió autònoma de les Illes, IB3, cedia tot el seu segon múltiplex a Televisió de Catalunya, que feia arribar a l'arxipèlag tres dels seus canals: TV3CAT –el canal internacional, que durant la major part del dia emet els mateixos continguts que TV3–, el 3/24 i el Super3/33. Ara, però, les Balears passaran a disposar d'un únic múltiplex d'àmbit autònom, de manera que els canals catalans hauran de compartir espai amb els dos d'IB3 –el de definició estàndard i el d'HD– i amb el privat Canal 4. Encabir tota aquesta oferta en un sol múltiplex és pràcticament missió impossible.

La decisió del govern espanyol d'endarrerir fins al 31 de març l'alliberament del dividend digital –i, per tant, el tancament dels múltiples afectats– ha permès disposar de tres mesos més per buscar-hi una solució, i a hores d'ara encara no està del tot definit com quedarà el panorama de la TDT a les Illes un cop completat el procés. “Encara hi estem treballant, no hi ha res decidit”, expliquen a l'ARA fonts de la conselleria d'Economia i Competitivitat de les Balears, responsable de gestionar l'espai radioelèctric a l'arxipèlag. En tot cas, asseguren, la seva voluntat és “mantenir tots els canals mentre es pugui”. Ara com ara, però, l'únic canal de TVC que té garantida la continuïtat a les Illes –“en un 99%”, segons Amadeu Gassó, director d'explotació i enginyeria de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA)– és TV3CAT.

**Trasllat**  
Des de l'octubre el 3/24 emet a través del múltiplex que desapareixerà al març

De fet, el 3/24 ja ha començat a patir afectacions. Des de l'octubre, els dos canals d'IB3 emeten simultàniament a través del múltiplex 1 –el que utilitzaven fins ara i que desapareixerà d'aquí dos mesos– i pel 2 –l'únic que seguirà en marxa i que fins ara ocupava TVC–. Això va obligar a fer espai en aquest segon múltiplex i la solució va ser treure'n el 3/24 i traslladar-lo al primer. Si no se'l reubica abans del 31 de març, doncs, el canal de notícies deixarà d'arribar a les Illes.

# Menys espai per a TV3 a les Illes pels canvis a la TDT

El 3/24 i, possiblement, el Super3/33 deixaran d'emetre's a les Balears com a molt tard el 31 de març



## DOS MESOS DE MARGE

Inicialment, l'apagada dels múltiples afectats pel dividend digital estava prevista per a l'1 de gener, però finalment podran seguir emetent fins al 31 de març. Encara hi ha dos mesos de marge, doncs, per resoldre la situació de TV3 a les Balears. PERE TORDERA

En declaracions a l'ARA, Amadeu Gassó assegura que el Govern Balear té “bastant interès” a mantenir el Super3 –i, per tant, també el 33–. “Pel que a mi m'arriba, estan pressionant IB3 perquè intenti mantenir aquests continguts sigui com sigui. Els deu interessar perquè els ciutadans els pressionen”, explica Gassó. Però a l'Obra Cultural Balear (OCB), l'entitat que més s'ha mobilitzat durant els últims mesos per preservar les emissions de TVC a les Illes, són menys optimistes. “Què ens temem que farà el govern Bauzá? Mantenir un únic canal, que serà TV3CAT. De cop i volta, passarem de poder accedir a tres canals a tenir-ne només un”, pronostica el president de l'OCB, Jaume Mateu.

## Solució alternativa

Aquesta entitat defensa que, tot i la imminent desaparició d'un múltiplex autònom, seria tècnicament possible mantenir tota l'oferta de TVC a les Illes. Igual que les Canàries, les Balears disposen no tan sols dels múltiples estatals, autònom i local, sinó també d'un múltiplex d'abast insular per a Mallorca, un per a Menorca i un tercer per a Eivissa i Formentera, que ara mateix estan gairebé buits. La proposta de l'OCB consisteix a traslladar IB3 a aquestes freqüències, fet que permetria, d'una banda, que aquesta cadena pogués oferir desconnexions per a cadascuna de les illes –cosa que actualment no fa tot i que la llei l'hi obliga– i, de l'altra, que TVC disposés del múltiplex autònom sencer per fer arribar tots els seus canals a l'arxipèlag.

Mateu admet que és molt complicat que l'executiu de Bauzá accepti aquesta solució, però avisa: “Al maig hi ha eleccions [autonòmiques] i és possible que hi hagi un canvi de majoria. Volem que aquesta majoria alternativa sàpiga que el tema està sobre la taula”. —

## Nova resintonització abans de dissabte

Dissabte que ve a les tres de la matinada tots els canals de TVC deixaran d'emetre al Principat a través de les freqüències antigues i només es podran rebre per les noves, identificades amb la paraula *definitiu*. Això obligarà els espectadors a resintonitzar els seus televisors, cosa que ja es pot fer a tot el territori català tret de les comarques de Girona, on caldrà esperar fins al mateix dissabte. TV3 s'avança dos mesos al termini màxim per a l'apagada, perquè mentre no ho faci es veu obligada a emetre en una qualitat d'imatge inferior i, a més, la desconnexió de Girona no arriba a tota la demarcació.



## Francesc Serrat Pérez

**Periodista.** Va començar al diari Manresa quan Franco encara era viu, ha passat per la ràdio i per la televisió, i ara fa totes tres coses: escriu al quinzenal gratuït Freqüència, fa ràdio a Ràdio Manresa i televisió a Canal Taronja, mitjans del mateix grup; i a la tele tant agafa la càmera per captar les imatges que són notícia com fa entrevistes i condueix una tertúlia política. 45 anys de periodisme manresà el contemplen

# «Als 15 anys vaig anar al diari i vaig dir al director: no parlen mai de Navàs, jo ho faré»

Xavier Domènech  
MANRESA

**P** Va començar molt jove.

**R** De petit ja tenia el cuc de fer revistes, dos fulls que escrivia i hi enganxava fotografies. La primera cosa que algú em va publicar va ser al col·legi Sant Lluís de Begues, al Baix Llobregat, on vaig cursar tres anys intern. També feia la meua revisteta sobre les activitats del col·legi, i quan la direcció ho va saber em va fer col·laborar en el butlletí del centre.

**P** Va ser el primer treball seu que va veure imprès.

**R** Exacte. Després, a Manresa, estudiant batxillerat, em vaig presentar al despatx d'en Juan Antonio Lozano Álvaro, director del diari Manresa, i li vaig dir: «sóc de Navàs, lleigeixo sempre el seu diari i no es parla mai de Navàs, m'agradaria explicar-los coses». I endavant. Li portava una crònica cada dia i ell se'n feia creus. Cada dia explicava alguna notícia, quan no era del futbol era del teatre o de qualsevol altra cosa. Política, poca, en aquella època de principi dels anys setanta. Al cap d'un temps em va dir si hi podia anar unes hores al dia, a fer gasetilles, i de la gasetilla vaig passar a les enquestes al carrer, als reportatges amb personatge, i a seguir temes amb fotògraf: en Claret Font, en Quintana Torres. Als setze anys. Jo volia acabar el batxillerat per poder fer jornada completa, i quan vaig explicar que no tenia intenció d'anar a la universitat en Lozano em va dir que allà tindria feina a jornada completa. La meua primera universitat van ser en Lozano i en Joan Lladó, la seva mà dreta. Després també vaig aprendre d'en Josep Maria Pintó, tot i que quan vaig entrar als informatius de la ràdio ell ja estava mig jubilat.

**P** Aquella era una premsa feta molt a mà, lluny de les tecnologies actuals.

**R** Però teníem teletip d'agència de premsa, i en aquella època es

### ELS 4 CANTONS



**P** Tothom té el que es mereix?

**R** Per descomptat que no, està a la vista.

**P** Millor qualitat, pitjor defecte?

**R** La virtut, que la diguin els altres. El defecte, la inseguretat.

**P** Quina part del seu cos li agrada menys?

**R** Els peus.

**P** Quants diners són un bon sou?

**R** 2.000 euros.

**P** Quin llibre li hauria agradat escriure?

**R** Dubto entre *El dia que va morir Marilyn* i *Soldados de Salamina*.

**P** Una obra d'art?

**R** Qualsevol de Miquel Àngel.

**P** En què es considera expert?

**R** En res, sempre aprenc.

**P** Déu existeix?

**R** Per a alguns sí, per a d'altres no, jo m'hi penso.

**P** Què s'hauria d'inventar?

**R** El xip de memòria auxiliar al cervell.

**P** Quin personatge històric o de ficció convidaria a sopar?

**R** Michael Palin (Monty Python).

**P** Un mite eròtic?

**R** Madonna.

**P** Acabi la frase: la vida és...

**R** Fantàstica, però ens la compliquem molt.

**P** La gent, per naturalesa, és bona, dolenta o regular?

**R** Hi ha de tot.

**P** Tres ingredients del paradís?

**R** Humor, amor i vitalitat.

**P** Un lema per a la seva vida?

**R** No perdís el sentit de l'humor.

disparava molt sovint la campaneta que avisava de les notícies urgents.

**P** Quan va passar a la ràdio?

**R** Vaig començar treballant alhora als dos mitjans. Durant el dia feia informació seriosa al diari, i als vespres anava a Ràdio Manresa a passar-m'ho bé amb un programa adreçat a la joventut, amb música i concursos. Fins que un dia l'emissora em va oferir treballar-hi a totes, deixant el diari. Vaig comentar-ho a en Lozano i la seva reacció va ser dir a la secretària: «ja ho deia que aquest se'l quedarien a l'altra banda, ja hi pots anar». Vaig sortir plorant perquè no m'esperava un final tan abrupte.

**P** Va estar de sort canviant d'empresa en aquell moment. Al cap de quatre dies va començar el ball que va acabar amb la desaparició del diari, llavors Gazeta de Manresa. Va canviar de propietat, es va transformar en el Pla de Bages, aquest va tancar, el relleu el va

### INSEPARABLES



#### SEMPRE CONNECTAT.

«L'*smartphone* l'utilitzo un quart d'hora al dia com a telèfon i tres o quatre hores com a eina de treball, com a ordinador, per estar connectat, per buscar informació, per llegir els mitjans digitals, per rebre i enviar missatges... com un ordinador. És per això que el tinc d'una certa mida».

agafar el Correu Tres, suplement del Correo Catalán, fins que aquest també va tancar...

**R** Pels pèls, tot això em va agafar ja a fora. Va ser marxar i començar totes aquestes operacions.

**P** Llavors en Lozano va treure un setmanari.

**R** Hi vaig col·laborar. Ens havíem reconciliat, havia entès els meus motius, ja que altres persones del diari també van haver de trucar a la porta de la ràdio.

**P** En aquell temps hi havia un munt de mitjans, a Manresa.

**R** A banda dels mitjans escrits hi havia Ràdio Manresa, Ràdio Catalunya, l'emissora municipal i Televisió de Manresa. En aquesta hi havia col·laborat moderant alguns debats. I també havia treballat per a la corresponçalia de Televisió Espanyola, que portava en Berenguera com a càmera i la cara i les presentacions les hi posava en Vicenç Comas, però de vegades quan aquest no podia hi anava jo.

**P** Va ser un temps d'aprendre a trampejar conflictes.

**R** I a treballar en tots els mitjans. Però d'això mai no se'n acaba d'aprendre, perquè ara mateix he tornat a fer tele però estant a la vegada davant i darrere de la càmera, ara donant la cara, ara enregistrant. Treballes amb els estris que pot tenir el teu mitjà, i n'hi ha que en tenen més que d'altres. Algunes televisions subvencionades poden enviar una colla de gent tot un dia a fer un reportatge de tres minuts; les privades petites, no.

**P** Ha vist passar molta gent...

**R** I alguns han triomfat, des d'en Josep Maria Farràs fins al Jordi Jané passant per en Jordi Lorente i, per descomptat, la Maribel Sánchez, que va ser una companya extraordinària. Ella diu que jo li vaig ensenyar molt, però en realitat va ser ella la que m'ensenyava tota una actitud davant el treball, responsable i dedicada.

**P** Quins han estat els seus mes-



## LA CONVERSA

REPORTATGE GRÀFIC DE SALVADOR REDÓ



Francesc Serrat assegut a la taula de l'estudi de Canal Taronja on condueix una tertúlia de polítics manresans i bagencs. «Veig la ciutat cada vegada més oberta i variada», afirma

## tres de la ràdio?

■ Molts. En una època vaig mamar de l'Antonio Serrano, que tenia una veu extraordinària i donava la imatge de ser una persona justa i defensar el company en el que fes falta. Em va orientar als meus principis a l'empresa. En Vicenç Comas: ensenya la vida d'una manera que no te n'adones, amb un acudit, amb una història, i et dóna consells sense dir que ho són. Per exemple, recordo que em deia: «quan he de presentar un acte i vénen quatre a manar, abans de començar res els demano qui dels quatre em manarà». I és un consell que m'ha anat molt bé, però no em va dir que ho fos. L'Amador Díaz: entre ell i en Domènec Ferrer, tiet de la Pilar Goñi, que estava a la junta de Ràdio Club Manresa, i amb el visticla d'en Mira, que era el director, es va decidir el meu contracte. Va ser durant una ExpoBages. Hi havia un locutor de nom Gonzalo, navarrès, que va anunciar que marxava. L'Amador i en Ferrer ho comentaven allà a l'Expo, jo passava per allà davant i en Ferrer va dir a l'Amador: «per què no agafes aquest, que ja el tens a la casa?». Però no em va agafar només com a locutor sinó per dirigir els informatius, perquè volien muntar una redacció important. Eren temps competitiu. Vam arribar a ser vuit, a la redacció.

## SIS FRASES

«**Durant el dia feia informació seriosa al diari, i als vespres m'ho passava bé amb un programa per a joves a Ràdio Manresa**»

«**Algunes televisions poden enviar una colla de gent tot un dia a fer un reportatge de tres minuts; les privades petites, no**»

«**Vicenç Comas t'ensenya la vida d'una manera que no te n'adones, et dóna bons consells sense dir que són consells**»

«**Els moments més tensos han estat quan a molts companys els van dir, de la nit al dia, que els havien d'acomiadar**»

«**Canviar de mitjà és ràpid, descobrir les possibilitats de cada mitjà i com adaptar el que has après en els altres, és més lent**»

«**Vaig començar amb màquina d'escriure, i quan veig el que em permet fer l'ordinador, només dic: ensenyeu-me'n més!**»

■ **Hi havia molta activitat.**

■ **I hi havia altres emissores, i voluntat de competir i demostrar les ganes de continuar sent la prime-**

ra, renovant i ampliant els recursos, traient la unitat mòbil al carrer – cosa que també feien els altres...»

■ **Entre uns i altres es va estirar més el braç que la màniga? L'abundància va donar pas a reculades i tancaments.**

■ **Jo en la gestió no hi vaig entrar mai. Suposo que la competitivitat va portar tothom a no voler ser menys que l'altre, i encara menys nosaltres, que érem la degana, la que portava el nom de la ciutat.**

■ **Recorda moments especialment tensos?**

■ **Els moments personalment més tensos han estat els expedients de reducció de personal, quan a molts companys els van dir, de la nit al dia, que els havien d'acomiadar. En dues tandes va afectar una desena de companys de pes des de feia molts anys. Però per aprimar els costos, pel que vaig saber després, els tècnics es van basar a equilibrar sous i polivalència. Qui sabia enregistrar, parlar i escriure, posem per cas, es va quedar, i qui només feia una cosa, anava fora. Però segurament que sense allò, ara la casa no existiria, s'hauria perdut tot.**

■ **Un dia l'empresari que es va fer càrrec de la ràdio els diu: nois, ara també farem tele.**

■ **A mi no em venia de nou, perquè ja havia col·laborat en televisió, encara que presentant, i en el nou projecte les notícies no es presen-**

taven. D'entrevistes n'havia fet sempre a la ràdio, i de redactar notícies, també. Per a les imatges es va contractar gent, però com que jo tenia càmera domèstica em van dir: «per què no n'agafes una de professional per fer notícies?». Vaig entrar-hi amb facilitat i ara ho faig amb tota la naturalitat.

■ **Prensa, ràdio, tele... Se salta fàcilment d'un llenguatge a l'altre?**

■ **Canviar la pràctica és ràpid, descobrir les possibilitats que et dóna cada mitjà i com s'hi ha d'adaptar tot el que has après en els altres, això és més lent. Ho vas païnt i aplicant dia a dia, millores constantment, però el que ja saps t'ajuda. De vegades et diuen: mentalitza't que aquest mitjà no té res a veure amb l'altre, però jo crec que tenen relació, i el que has fet servir per a un sempre podrà servir per a un altre. I, naturalment, igual com t'emportes les habilitats també et pots emportar els vicis.**

■ **Al cap de 45 anys de professió manté la flexibilitat i no li fa mandra el canvi.**

■ **Això o morir! I sense canvis t'avorzeixes, tot és monotonia.**

■ **Manresa és una ciutat que es deixa ser informada?**

■ **Hi ha les famoses capelletes, però en procés de desaparició; els seus protagonistes tradicionals estan cada vegada més jubilats. I les noves generacions parlen uns altres**

llenguatges. Ja no hi ha els tradicionals «dos de cada», ara tot es multiplica. Veig la ciutat cada vegada més oberta i variada.

■ **Veus el seu futur professional com una continuïtat del moment actual?**

■ **Estic segur que la meua carrera encara tindrà sorpreses. Igual que no m'hauria imaginat estar al darrere d'una càmera de televisió, les noves tecnologies em permetran descobrir que encara sóc vàlid per a una altra cosa. Jo vaig començar escrivint les notícies amb màquina d'escriure, i quan veig la quantitat de coses que em permet fer el treball amb ordinador, dic: ensenyeu-me'n més!**

■ **Escriu al quinzenal Freqüència, fa ràdio, fa televisió, i en aquesta tant elabora reportatges com fa entrevistes i condueix debats, i en aquestes feines tracta amb gent de tota mena.**

■ **I m'agrada perquè no és monòton, tot i que tocar tantes teclades de vegades em deixa amb ganes d'aprofundir.**

■ **Quin consell donaria a la gent que comença?**

■ **El que hauria donat fa vint anys és diferent del de fa deu, i aquest és diferent del que donaria ara. I el d'ara és: molta paciència i no deixeu d'aprendre, els anys que sigui, perquè tot us servirà en el futur professional.**



## 25 aniversario

# Las privadas celebran el año que TVE perdió el monopolio

► El Gobierno de González concedió tres licencias, dos en abierto (Antena 3 y Telecinco) y otra de pago (Canal+)

ROSA BELMONTE  
MADRID

**M**ayra Gómez Kemp había presentado en 1989 las campanadas menos vistas de la historia hasta que llegaron las de Canal Sur. Fue en Antena 3, que el 25 de diciembre de ese año había empezado con sus emisiones en pruebas. La cadena tenía por delante un mes para ajustes. El 25 de enero de 1990 a las ocho de la tarde, Miguel Ángel Nieto volvía a saludar a los espectadores (lo había hecho el día de Navidad) con un corto discurso dando paso a Carrascal. «No podemos pedir perdón por no estar en toda España. El Gobierno no nos deja», avisaba Nieto sobre la poca cobertura nacional de la nueva cadena. A José María Carrascal lo había llamado Luis Ángel de la Viuda para decirle que Manuel Martín Ferrand, fundador de Antena 3 Radio y Antena 3 TV, quería que presentase un informativo. «Manolo está loco», fue lo primero que salió de la boca de Carrascal, como este contaba en «Las caras de la noticia». Pero Manolo, un periodista de los de antes, sabía lo que tenía entre manos.

Habían pasado cuatro meses desde la concesión. El 25 de agosto, el Gobierno de Felipe González (aunque el PSOE se oponía en el 82 a las televisiones privadas) concedía las tres primeras cadenas que acababan con el monopolio de TVE durante más de 30 años. Dos eran en abierto y una de pago: Antena 3 TV, Telecinco y Canal Plus. Dos candidatas se quedaron fuera, Univisión (Grupo Zeta, que en 1992 se haría con Antena 3) y Canal C, encabezada por 25 empresarios catalanes. Antena 3 (Grupo Godó, Antena 3 Radio y Prensa Española) fue la primera en hacer la solicitud. En Telecinco estaban entonces la ONCE, el Grupo Anaya y Fininvest-Mediaset de Berlusconi). Canal Plus era Prisa. Dejando esta aparte por su propio contenido minoritario, los primeros tiempos de Antena 3 y Telecinco sacan los

colores a cualquiera. El término televisión basura se empieza a utilizar con el nacimiento de las privadas. Televisión basurienta y años 90, o bien son sinónimos, o bien forman parte del mismo campo semántico. Igual que las telenovelas. Cualquier tiempo pasado fue anterior.

### Continuos fallos

Roberto Arce recuerda en «Las caras de la noticia», el documental de Canal+, los continuos fallos de los informativos en sus comienzos. «No había día en que no se rebobinara un vídeo en directo». Eso aparte de que no entrarán los vídeos que debían o se apagaba el estudio. «Antena 3 nació con

**Libertad y «libertinaje»**  
**Las alternativas a RTVE supusieron un soplo de aire fresco, pero también hubo programas sonrojantes**

### Carrera

**Antena 3 empezó a emitir el 25 de enero de 1990, tras un mes en pruebas. Telecinco llegó en marzo**

mucha ambición informativa, pero se pasó de frenada. Telecinco, que salió después, fue más cautelosa», reconoce Arce. Telecinco no empezaría sus emisiones hasta marzo. En el negocio de los informativos, «Entre hoy y mañana», idea de Luis Mariñas, que introdujo los comentarios en las noticias, fue lo más destacado.

En cuanto al resto de la programación, un vistazo a 1990 es un vistazo a un tipo de infierno televisivo que no conviene olvidar. Pero sí conviene apuntar lo que Jordi Costa escribe en «Mondo Bulldog»: «La telebasura no es una degeneración del lenguaje televisivo en su necesidad de satisfacer el mínimo común denominador del gusto del público, sino una alternativa posible –y rentable– ante la extenuación de los formatos convencionales. La aparición de las cadenas privadas, con la consiguiente multiplicación de estímulos televisivos, aceleró el desgaste de la ortodoxia televisiva y propició la búsqueda de nuevas opciones: cuando todo (o casi todo) se ha probado, surge la necesidad del grado cero». O bajo cero. En Telecinco, Valerio Lazarov puso a las Mama Chicho en «Tutti Frutti», programa que estrenando en 1990 llegó a tener al año siguiente a la gran Esperanza Roy de presentadora. Como la ONCE era accionista de la cadena, también empezó «Telecupón». Al principio presentaban Silvia Marsó y Andoni Ferreño. Tuvo que llegar Carmen Sevilla (tuvo que rescatarla Lazarov de la finquita) para que aquello provocara algún interés. Aunque fuera el mismo que el de José Legrá en



«Tutti Frutti», el de convertir la equivocación constante en acierto televisivo.

En Antena 3, Nieves Herrero, después del meritoriaje con Hermida en TVE, consiguió su propio programa: «De tú a tú». Lo de Alcácer no fue lo peor. También de 1990 es «Y ahora Encarna», el gran fracaso de Encarna Sánchez. Comprobó que la televisión no era la radio. Pero todavía menos suerte tuvieron Alfredo Amestoy y José Antonio Plaza con «Un país de locos», que se había presentado como «un espacio de reportajes divertidos sobre las propias contradicciones de la vida del país». Llegó a las dos emisiones. La cadena explicó su desaparición: «No alcanza la calidad exigida por Antena 3 TV». A la vez, en TVE, se estrenó ese año «Hablemos de sexo». Pero también «No te rías que es peor».

### Primera privada líder

Antena 3 tuvo en 1990 un 9,1% de cuota de pantalla. En 1994, con un 25,7% de share, se convirtió en la primera televisión privada en ser líder de audiencia en España (también fue la primera de Europa que se ponía por delante de una cadena pública en informativos). Telecinco alcanzaría el



### Personajes inolvidables

«Farmacia de guardia» todavía es una de las series más recordadas de las que han pasado por Antena 3. Entre los personajes «nacidos» en la cadena, pocos lograron mayor popularidad que Chiquito de la Calzada



JOSÉ SÁNCHEZ MARTÍNEZ

## Los padres del invento

Manuel Martín Ferrand –a la izquierda junto a los presentadores de informativos Félix Bayón, Esmeralda Velasco y José María Carrascal– fundó Antena 3 Radio y Antena 3 TV. Valerio Lazarov (bajo estas líneas) es uno de los responsables de la puesta en marcha de Telecinco... y de la llegada de las Mama Chicho, sello de la cadena en los primeros tiempos



ABC



ABC

liderazgo con el cambio de siglo. Ese 1994 fue para Antena 3 el año de «Confesiones», «El coraje de vivir» (incunable de Lola Flores) o el programa de humor «Genio y figura», donde vimos a Chiquito de la Calzada por primera vez. También a Paz Padilla. Antena 3 fue pionera en otras cosas. Manuel Campo Vidal moderó en 1993 el primer debate electoral entre dos candidatos a presidente del Gobierno: Felipe González y José María Aznar. Antena 3, entonces con Telefónica de accionista mayoritaria, también fue la primera privada en comprar los dere-

chos de un Mundial de Fútbol, el de 2002 y junto a Vía Digital.

A Telecinco hay que achacarle (o no) la popularización del polígrafo («La máquina de la verdad»), de los *talk shows* («Hablando se entiende la gente» y «Hablando se entiende la basca») o del karaoke. Así como las varias denominaciones de jóvenes de buen ver que animaban los programas (las Cacao Maravillao, las Mama Chicho o las chicas Chin-Chin de «Ay, qué calor»). Y si con «Entre hoy y mañana» había inaugurado el informativo de autor, con «Goles son amores» y Manolo Es-

cobar inauguró el resumen futbolístico de autor. De horror. A Antena 3 hay que reprocharle la «Teletienda». En 1991, la cadena de San Sebastián de los Reyes estrenó «Farmacia de guardia». En cuanto a ficción internacional, en 1992 emitió «Picket Fences» (y «Chicago Hope» en 1995). Telecinco estrenó «Twin Peaks» en noviembre de 1990. Ese año no todo fue terrible.

Aunque echemos de menos joyas *vintage* (porque la basura si es vieja no huele), la televisión ha evolucionado a mejor. El «Poli Deluxe» es superior a «La máquina de la verdad».



PRENDRE LA PARAULA

# Cal limitar la llibertat d'expressió? (1)

*Els filòsofs Daniel Gamper i Marta Tafalla, l'antropòleg Lluís Duch i el periodista Marc Marginedas debaten sobre les col·lisions entre drets individuals i llibertat, un tema que abordarà el cicle del CCCB*

ARA

**P**er què els dibuixants de *Charlie Hebdo* es poden burlar de Mahoma però l'humorista Dieudonné no pot fer comentaris antisemites? El diari *Le Monde* es va fer ressò d'aquesta pregunta, formulada per molts lectors l'endemà que el polèmic humorista fos detingut per haver fet broma sobre els quatre jueus assassinats en un supermercat de París. El rotatiu francès va proposar llavors el debat sobre els límits de la llibertat d'expressió. La llei preveu penes contra l'amenaça, la difamació i l'apologia del terrorisme, però ni la blasfèmia ni l'ofensa estan en el Codi Penal. Per què les unes sí i les altres no? Aquest debat de fons sobre el concepte de llibertat és el que abordarà el filòsof i sociòleg Axel Honneth –autor d'*El derecho de la libertad*– en el primer debat del cicle *Prendre la paraula* del CCCB.

“La clau està a justificar la prohibició. A demostrar que hi ha un vincle directe entre l'expressió i una forma de violència”, respon Daniel Gamper, professor de filosofia política a la UAB. I en aquest cas considera que “no es pot establir un vincle entre la blasfèmia i la violència perquè estariem acceptant la interpretació que en fan els violents”. El periodista Marc Marginedas, coneixedor del món àrab i musulmà, rebutja de ple que una societat laica com l'europea es plantejgi sancionar l'ofensa a la religió, però alhora fa una crida a la responsabilitat. “Cal tenir en compte l'efecte que pot tenir una publicació. Ser conscients de fins a quin punt pot ser ofensiva”, apunta.

En la mateixa línia, però amb més contundència, s'expressa l'antropòleg i monjo del monestir de Montserrat Lluís Duch: “Ser lliure vol dir ser responsable. La llibertat sense responsabilitat és molt perillosa. I aquesta responsabilitat exigeix el respecte de l'altre”. En canvi, la professora de filosofia a la UAB Marta Tafalla considera que s'està “posant tota la càrrega sobre els límits de la llibertat d'expressió”, però que el que s'hauria de fer és “explicar per què és un valor fonamental de la societat democràtica”. I afegeix: “Sense criticar les



La manifestació de l'11 de gener de París després dels atemptats de *Charlie Hebdo* amb un cartell de la mirada d'una de les víctimes, Charb. CHARLES PLATIAU / REUTERS

idees, el coneixement no avança. No hi ha coneixement ni progrés moral sense llibertat”.

El papa Francesc també va intervenir en el debat fa uns dies amb unes polèmiques paraules amb què semblava justificar la reacció de qui se sent ofès. “Va dir una barbaritat. La fe pot demanar respecte, però no pot exigir que aquest respecte entri en el Codi Penal”, assenyala Gamper. Duch, d'alta banda, considera que el pontífex defensa aferrissadament la llibertat d'expressió, però també la integritat de les persones: “En pro de la llibertat d'expressió no es pot ofendre el que pensen els altres”, apunta l'antropòleg, que admet, en qualsevol cas, que seria impossible posar límits legals en cada cas, i que tampoc seria desitjable: “La censura és molt més perillosa que les transgressions de la llibertat d'expressió”, aclareix.

Tafalla rebutja centrar el problema en la possible irresponsabilitat de qui exerceix la llibertat i el situa en el poder de les institucions religioses que “eduquen en l'obediència, la submissió i el no-qüestionament de les idees”. Marginedas reclama no enfocar el debat només en la religió i la blasfèmia i considera que “el que és important és assegurar la llibertat de premsa com a contrapès del poder polític i els seus abusos”.

Duch proposa concebre la llibertat com un fenomen social compartit amb els altres. I superar la llibertat individual, que, segons el monjo, “té conseqüències nefastes i porta a l'individualisme agressiu”. En aquest sentit, Gamper també accepta l'autocensura “si és perquè no volem ofendre persones amb altres creences”, però mai si al darre hi ha la por.

Qui més qui menys, tothom admet la complexitat d'un debat que té molts matisos i fronteres poc evidents. Cal temps i pedagogia per assumir, d'una banda, que la llibertat potser comporta uns deures i, de l'altra, que cap idea és intocable. I, en tot cas, que els violents no representen ni els uns ni els altres. Però l'exigència de respostes ràpides en situacions d'alarma pot simplificar el debat i abocar els ciutadans a triar entre llibertat i seguretat. —



Qui és...

## Axel Honneth

(Essen, 1949)  
És filòsof i sociòleg, director de l'Escola de Frankfurt

Deixeble de Jürgen Habermas, Axel Honneth és un dels representants actuals més destacats de l'anomenada Escola de Frankfurt, un grup d'intel·lectuals i investigadors –entre els quals hi ha Theodor Adorno, Max Horkheimer i Walter Benjamin– sorgit en el període d'entreguerres per reivindicar l'esfera social de l'ésser humà en un context en què s'imposava l'afirmació de l'individu. Tot i ser un grup molt heterogeni, compartien la pretensió de donar efectes pràctics al discurs crític sobre les condicions socials del moment. Honneth recull la tradició d'aquesta teoria crítica i aspira a vèncer una de les grans limitacions de la filosofia política, que, segons ell mateix,

“és la d'estar desacobrada de l'anàlisi de la societat”.

En el seu últim llibre, *El derecho de la libertad. Esbozo de una eticidad democrática*, el sociòleg alemany aprofundeix en el concepte de llibertat social i el contraposa a les nocions de llibertat individual. I defensa que el subjecte individual es pot realitzar més bé quan interacciona amb els altres, que recíprocament busquen el mateix objectiu. Només a través d'aquesta llibertat recíproca, basada en valors morals i no només en interessos, es poden superar les actuals patologies socials: un mercat dominat per l'egoisme i una esfera política sotmesa a l'economia i desvinculada de l'autèntica acció democràtica.

### Últims llibres de l'autor

**'El derecho de la libertad (Esbozo de una eticidad democrática)**  
Ed. Katz, 2014

**'La sociedad del desprecio'**  
Trotta, 2011

**'Reconocimiento y menosprecio'**  
Ed. Katz, 2010



EL DEFENSOR DEL LECTOR

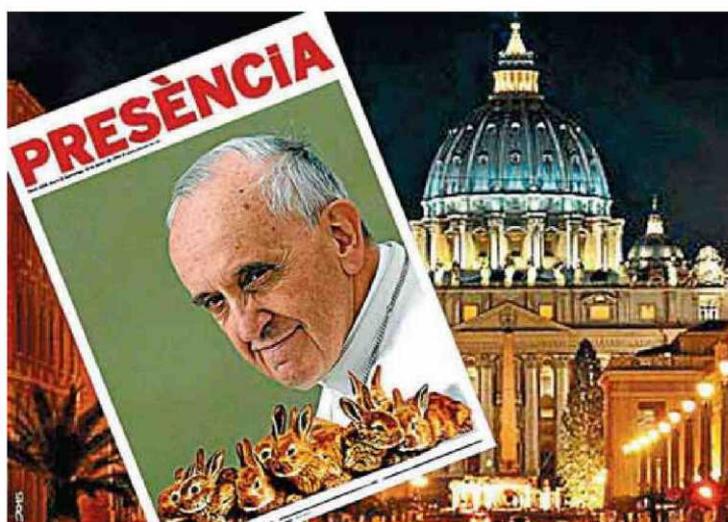
Pep Collelledemont



Periodista

# Religions

Un subscriptor de Barcelona va enviar dies enrere un correu al director del diari, Xevi Xirgo, i que m'ha reenviat, en què li comentava un article que havia escrit en el diari, en la seva secció habitual, en què parlava de les paraules que el papa Francesc va dirigir als membres de la Cúria Romana. L'article va agradar al lector, però li va estranyar que el diari no hagués donat la notícia. I aprofita per comentar que potser el nostre diari no dona gaire informació dels temes relacionats amb les religions. Ho vaig comentar en aquesta mateixa secció fa ja força temps i crec que darrerament s'ha millorat. Suposo que el lector s'haurà adonat que des de fa unes setmanes Presència ha posat en marxa una secció de dues planes titulada Religions, en què es toquen a fons temes concrets, moltes vegades pel sistema d'entrevistes. Com vaig comentar fa un parell de dies amb el director, resulta que tornem a temps antics en què tots els diaris tenien una secció fixa, amb la diferència que només es parlava d'una religió, la catòlica. De ben segur que hi haurà lectors que no ho veuran gaire clar, però sociològicament parlant encara en el món d'avui les religions són notícia, ja sigui pel que fan bé o pel que fan malament. Concretament, parlant de la religió catòlica cal reconèixer que el papa actual ho ha revolucionat una mica tot. Podem dir que cada dia té alguna sortida que interessa a la gent. I el motiu és que el papa Francesc no és un teòleg, o almenys no té cap interès a demostrar-ho, sinó que la seva gran preocupació són els problemes greus que té avui la nostra societat. I s'hi enfronta de cara, sense donar-hi gaires voltes. Podem recordar el darrer, el dels fills, sobre el qual diu obertament que les dones no han de ser com conills, així, tal com sona. Bé, no es tracta de donar preferència als temes religiosos, sinó que s'han de tractar de la mateixa manera que tractem altres temàtiques, com la política, els esports o la cultura. I voldria dir públicament que la Mireia



JORDI SOLER

Rourera, segons la meua opinió, és una bona especialista en els temes religiosos.

**'BÈLICA' I 'SUSPENSE' NO SÓN** paraules catalanes. En el meu article del 28 de desembre de l'any passat feia referència a un escrit que em va enviar en Florenci Crivillé, de Ripoll, en què comentava que en la valoració de les pel·lícules que podrem veure en la televisió del dia sortien dues paraules que no són correctes: *bèlica* i *suspense*. Vaig comentar la paraula *suspense* i em vaig oblidar de parlar del mot *bèlica*. Bé, vaig creure que algú de la redacció llegiria el comentari que feia i que hi posarien remei, però es veu que no, els va passar per alt. Ara em torna enviar un correu insistint en el tema i fins i tot fa un recull

dels diversos diccionaris de la llengua catalana per demostrar que ambdues paraules són incorrectes en català. Certament, jo també ho he buscat i *bèlica* s'ha d'escriure amb la geminada i *suspens* és la correcta, i no *suspense*. Tens tota la raó, Florenci, i ja s'hi ha posat remei. Aquesta vegada s'ha resolt el problema, i amb molta eficiència.

**I PARLANT D'INCORRECCIONS**, haig d'agrair el llarg escrit que m'envia en Lluís Nicolau, que demostra que no és un simple lector del diari sinó un estudiós, que l'analitza fil per randa i ens ho comunica. Això és bo i ens ajuda molt. Percert, que en Lluís ja s'ha adonat que a Presència surt la secció de Religions, i diu: "Us agraeixo la nova secció de

Presència, en què es parla de les religions i de llibres. Molt ben feta." També s'ha adonat que els dies 10 i 11 de gener "es va publicar la mateixa carta en la secció El lector opina. Sap greu que, havent de seleccionar les cartes que es publiquen, a vegades hi hagi pifies com aquesta". En canvi, ens explica: "Estic molt content de poder tenir L'Esportiu amb la compra d'El Punt Avui. M'agrada molt aquest diari. A vegades hi ha articles de fons que es publiquen un dia en paper i l'endemà o el dia anterior en el format digital. Però l'article que parlava dels clubs del Che Guevara no es va publicar digitalment fins al cap de 10 dies, (més o menys) el 6 de gener." Bé, podríem anar comentant moltes més coses en les quals s'ha

**No es tracta de donar preferència als temes religiosos sinó que s'han de tractar de la mateixa manera que els altres, com la política els esports o la cultura**

fixat en Florenci. Només un detall en què crec que te raó. Diu: "Cada dia en la secció Les cares de la notícia hi figuren tres notícies amb la valoració - o +. Seria tan difícil posar la pàgina on es troben aquestes notícies? Crec que a continuació del nom hi cabria perfectament. Proposo fer allò que ja es fa en la portada i en l'última pàgina. Tot i que ja sé que alguns cops es remarca un personatge i la notícia a què fa referència ha sortit publicada el dia anterior." Gràcies, Lluís, continua estudiant el diari i t'agraïm que ens ho comentis. Acabo dirigint unes paraules a la Soledat Balaguer, que té problemes per connectar El Punt Avui Televisió a Barcelona --"Ja sé que a l'Empordà no la podem veure", ens diu--. Soledat, si la solució que et van donar al diari no t'ha anat bé, torna-hi a trucar a veure si és un problema que puguis resoldre o és de la teva televisió. D'això sí que no hi entenc res.

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.



## Lecciones de 'Ciutat Morta'

La enorme repercusión que ha tenido la emisión del documental *Ciutat Morta* permite interesantes lecturas sobre cómo opera la comunicación en la sociedad en red y las dificultades que la verdad de los hechos tiene para prosperar cuando choca con intereses corporativos concurrentes. Lo ocurrido permite además una interesante reflexión sobre el papel de la Red y las sinergias que pueden crearse entre ella y los medios tradicionales de comunicación.

La primera reflexión tiene que ver con el papel dinamizador de las redes sociales. *Ciutat Morta* se ideó en 2011 con el propósito de denunciar lo que sus autores consideran una injusticia: la detención arbitraria y condena de cinco jóvenes por unos incidentes con el movimiento *okupa* durante los cuales un guardia urbano resultó herido y quedó tetrapléjico. El documental se financió mediante una campaña de *crowdfunding* y en 2013 entró en el circuito comercial pero tuvo escasa repercusión. Su excelente factura, sin embargo, hizo que fuera seleccionado en 21 festivales de cine y lograra 10 premios.

*Ciutat Morta* llevaba pues más de un año de recorrido, pero su alegato no lograba traspasar los círculos ya sensibilizados. Hasta que TV3 lo emitió. Ello demuestra que, pese a la extensión, porosidad y capacidad de agitación que tiene la Red, siguen siendo los grandes medios tradicionales los que permiten llegar al conjunto de la opinión pública e impactar en quienes, desde los partidos o las instancias de decisión, dependen de ella. Sus promotores sabían que solo la difusión a través de uno de los grandes medios



MILAGROS PÉREZ OLIVA

El filme ha tenido un gran impacto por la sinergia entre medios y redes sociales, y el cambio de percepción sobre las policías

daría al documental la proyección y la credibilidad que necesitaba. Los primeros intentos de que se emitiera en TV3 fueron infructuosos, pero la notoriedad de los premios obtenidos y la insistencia del movimiento 4-F hicieron insostenible el rechazo.

En el último momento, el documental se benefició además de un inesperado efecto *Streisand*. Es un término acuñado en 2003 cuando la actriz Bárbara Streisand reclamó al fotógrafo Kenneth Adelman 50 millones de dólares por publicar una foto aérea de su mansión. Era tal la desmesura, que solo consiguió el efecto contrario: la reproducción masiva de la imagen. Un fenómeno parecido se produjo en 2007 con el secuestro judicial de la revista *El Jueves* por una caricatura de los actuales reyes de España. La medida no impidió que la viñeta fuera masi-

vamente reproducida. Pocas horas antes de emitirse, *Ciutat Morta* recibió el más eficaz de los impulsos en tiempos de Internet: un intento de censura. John Gilmore, uno de los gurús de Internet, advirtió en 1993 en la revista *Time* que la Red interpreta la censura como un ataque y la forma que tiene de defenderse es precisamente haciendo circular el objeto censurado. Como era de esperar, la orden judicial de eliminar cinco minutos amplificó la expectación. A las pocas horas, más de 200.000 personas habían visto en YouTube el fragmento censurado y lo único que logró el demandante fue agrandar la repercusión de lo que pretendía silenciar.

La emisión logró 569.000 espectadores, el 20% de cuota de pantalla, algo insólito para un segundo canal que suele estar en torno al 2%. Y provocó una doble reacción en cadena: en las propias redes sociales y en los medios convencionales, cuyos contenidos eran de nuevo amplificados en las redes, lo que provocó a su vez que partidos políticos e instituciones se vieran obligados a reaccionar. Como ya ocurrió con las filtraciones de Wikileaks, la sociedad todavía parece necesitar el aval de los grandes medios para dar credibilidad a un asunto grave. Pero ello no les redime de la constatación de que, salvo muy honrosas excepcio-

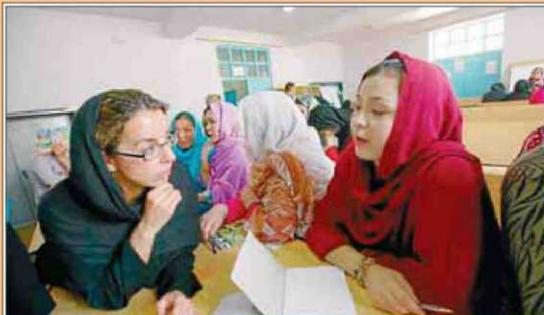
nes, se limitaron a seguir de forma acritica la versión oficial en un proceso opaco y plagado de contradicciones. El caso interpela sobre la ausencia de un buen periodismo de investigación, que no solo requiere recursos, sino tiempo, algo que no abunda en unos medios devorados por la instantaneidad y noqueados por la cultura de la urgencia que ellos mismos alimentan.

Pero el fenomenal impacto del documental no se explica sin otro factor que tiene que ver con la percepción. Cuando ocurrieron los hechos, en 2006, el movimiento *okupa*, que en ocasiones ha adoptado formas violentas, era objeto de una intensa campaña de criminalización. El clima social favorecía que las fuerzas de seguridad gozaran de presunción de veracidad. Pero desde entonces hemos visto cómo se torturaba en las comisarías; cómo eran condenados e indultados agentes de diversos cuerpos; cómo se falseaba el atestado policial de la muerte de un empresario mientras era detenido en El Raval; y cómo se negaban los hechos y se cambiaba hasta cinco veces de versión oficial en el caso de Ester Quintana... Y sobre todo, hemos visto cómo los dos principales testigos de cargo del caso 4-F eran condenados por torturar tras falsear un atestado policial en otro caso de abuso policial.

Como consecuencia, allí donde antes había presunción de veracidad, ahora hay sospecha. Por eso la tesis de *Ciutat Morta* encuentra una receptividad muy favorable. El documental es claramente un alegato de parte, pero ha sembrado grandes dudas sobre la instrucción y ha alimentado la convicción de que la verdad judicial no coincide con la verdad de los hechos. Esta, la verdad factual, existe y debería ser un imperativo democrático descubrirla y actuar en consecuencia.



Rodrigo Lanza, uno de los condenados por el caso, el pasado día 20. / M. MINOCRI



La periodista Mònica Bernabé ha viscut vuit anys a l'Afganistan. TV3

## Retrat de l'Afganistan, a 'Vestida de negre'

La periodista Mònica Bernabé mostra en aquest documental de TV3 la situació de les dones al país

● La periodista Mònica Bernabé ha viscut els darrers vuit anys a l'Afganistan, on ha treballat com a *freelance* per a diferents mitjans de comunicació. Bernabé és una de les periodistes estrangeres que han passat més temps seguit al país. Hi va anar per primer cop el 2001, quan els talibans governaven el país, i l'onada de solidaritat que va desencadenar aquell viatge arreu de l'Estat espanyol va propiciar la posada en marxa d'una ONG per a la defensa dels drets humans de les dones afganeses.

*Vestida de negre*, el documental que el programa *Sense ficció* de TV3 estrenarà el dimarts 28 a les 10 del vespre, és un viatge i alhora un retrat personal sobre l'Afganistan de la periodista. El documental, que signen Josep Morell i Jordi Vilar, produït per TV3 amb la col·laboració de la productora laQuimera, pren el títol de com s'identifica les dones afganeses. Mònica Bernabé, per passar desapercebuda entre la població afganesa, sempre va vestida de negre de cap a peus.

Així ha viscut tots aquests anys en un país on la violència és sempre present i on l'any 2014 s'ha centrat en els estrangers i representants de les ONG, amb un balanç de sis periodistes assassinats.

*Vestida de negre* descobreix quina és la situació de les dones a l'Afganistan, com és la vida a la presó de dones de Kabul i què són els anomenats "delictes morals". També segueix la història dels traductors afganesos que van treballar per a l'exèrcit espanyol i que el govern de Madrid va abandonar a la seva sort; visita l'hospital de la Creu Roja a Kandahar, la capital del territori dels talibans, al sud del país, i revela com el futbol pot representar una espurna d'esperança al país. L'Afganistan travessa una de les etapes més sagnants dels darrers anys. La periodista Mònica Bernabé conclou, en el documental, que "la religió és l'única cosa a què poden agafar-se els afganesos en un país que viu en conflicte permanent des de fa més de 30 anys". G. BUSQUETS



# Europa ha d'aprendre les lliçons del drama grec

**L**es coses passen per alguna raó i la funció del periodisme és intentar explicar-les. Per això l'ARA vol respondre a la pregunta de per què avui una força com Syriza, que no pertany a cap de les dues grans famílies polítiques europees, conservadors i socialistes, pot imposar-se a les eleccions a Grècia i provocar un terratrèmol a tot Europa. Curiosament, sembla que aquest exercici no l'han fet a les institucions europees, que fa dies que llancen missatges contra els d'Alexis Tsipras pensant que, com va passar el 2012, podran evitar que guanyi. Per entendre el drama grec cal posar-se en la pell d'un país que ha perdut una quarta part del seu PIB des del 2009, que té un 40% de població en risc d'exclusió social i en què bona part dels serveis socials han sigut desmantellats. I comprovar que per molt que l'economia comenci a oferir símptomes de recuperació, els efectes de les polítiques d'austeritat imposades a canvi del rescat han deixat un rastre de devastació social sense precedents.

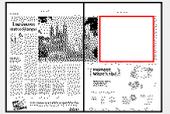
En aquest escenari és lògic que una majoria de grecs aposti per un canvi (no debades són els partits tradicionals, tant el Pasok com els conservadors de Nova Democràcia, els responsables del desastre), i reclami una cosa tan raonable com la renegociació del deute. Cada vegada hi ha més economistes que afirmen que el deute grec, que equival a un 177% del seu

PIB, és senzillament impagable i si no es reestructura o es perdona en part acabarà estrangulant les expectatives de recuperació. Per tant la Unió Europea, que fins ara ha tancat els ulls davant el patiment del poble grec, està obligada a reaccionar si es confirmen els resultats de les enquestes.

Davant de la més que probable victòria de Syriza, Europa ha de prendre una decisió. O s'enroca i empeny Grècia cap a l'abisme de la sortida de l'euro, tal com reclamen alguns a Berlín i Frankfurt, o fa efectiu el valor de la ciutadania europea i el respecte a la voluntat democràtica dels ciutadans i s'asseu a negociar amb les noves autoritats gregues. No cal dir que la primera opció seria catastròfica, potser no tant per a l'economia europea, però sí per al seu projecte polític. És evident que Grècia, les seves elits i l'àmplia xarxa clientelar que servien, van enganyar Brussel·les i van portar el país a la fallida. I algú hauria de pagar per això. Però el gran debat ètic que es planteja a tot el món des

## El deute grec és senzillament impagable i estrangula les possibilitats de recuperació

de l'inici de la crisi és com es reparteixen els costos de manera equitativa i evitant que siguin sempre els mateixos, és a dir, els sectors més vulnerables, els que en surtin més mal parats. Condemnar Grècia a l'empobriement sense atacar d'arrel els problemes estructurals com la corrupció i el frau fiscal ha sigut, a més d'injust, ineficaç. I les coses que no funcionen més val canviar-les abans que sigui massa tard.



VÍLNIUS Enviada especial

**L'**explicació arriba gairebé com una confessió. "Una vegada que has vist les notícies a la televisió russa, no vols veure res més, totes les altres coses et semblen de sobte molt avorrides... Apelen al costat esquerre del cervell, a les nostres emocions, i funciona", assegura alarimat un historiador lituà expert en propaganda russa. Va fer la prova durant unes vacances, diu, i aviat es va trobar que qüestionava "absolutament tot" el que els mitjans europeus deien de Rússia o Ucraïna. El dubte, admet, "deu ser una cosa sana, però...". El públic bàltic està poc habituat a aquestes coses i no està preparat per distingir la propaganda de la informació, la ficció de la realitat com es presenta a la tele russa.

La seva "missió", explica juntament amb altres analistes, acadèmics i membres de l'exèrcit de Lituània en una trobada confidencial a Vílnius amb premsa internacional, és "obrir els ulls als nostres socis occidentals" sobre "les intencions veritables de Vladímir Putin i Rússia". Aquests són alguns dels experts que van participar la setmana passada a l'Snow Meeting, la reunió sobre seguretat que organitza cada any Lituània i que reuneix delegacions de governs europeus i dels EUA, crítics del règim rus... Aquest any la va inaugurar l'exoligarca Mikhail Khodorkovski (Yukos).

L'afer fa anar de bòlit els go-

Els veïns europeus de Putin exigeixen a la UE que respongui activament a la propaganda de les televisions russes

# L'altra guerra russa

verns bàltics en general i el lituà en particular. En aquestes latituds, es diu, com a mínim, que Moscou ja te plans militars per envair-los, que dubten que Europa els ajudi, o que Rússia és "un Estat terrorista" (paraules de Dalia Grybauskaitė, presidenta lituana). L'última cosa que necessiten és que una part de la pobla-

## INFORMACIÓ I PROPAGANDA

**Dinamarca, el Regne Unit i els bàltics consideren que la UE està perdent la batalla**

ció simpatitzi amb el seu vell enemic. Als tres països hi ha importants minories russes que sintonitzen canals de Moscou no precisament per veure informatius, sinó sèries, pel·lícules i programes d'entreteniment; enmig d'això, veuen també notícies i reportatges d'actualitat que ofereixen no només versions molt diferents

de la història comuna, sinó autèntiques falòrnies (la crucifixió d'un nen a Ucraïna). Com en tot conflicte diplomàtic i comercial, l'altra guerra que es lliura entre la UE i Rússia és la informativa.

Fins ara, els bàltics han reaccionat en solitari, amb pegats com prohibir temporalment a determinats canals russos emetre al seu territori per incitar a l'odi i la violència, decisions qualificades de censura per Moscou.

L'alternativa que prepara Vílnius per treure públic a les cadenes russes és una solució tècnica, menys delicada políticament: passar-les als canals de pagament del cable (ara es reben de franc). Els últims passos de Putin, tot i això, han posat en alerta Europa, que fa seves algunes afirmacions bàltiques si bé amb una retòrica més moderada. "Rússia està accelerant la seva campanya de desinformació i propaganda" a l'interior i l'exterior, adverteixen els ministres d'Exteriors de Lituània, Estònia, Dinamarca i el

Regne Unit en una carta enviada aquest mes a Federica Mogherini, alta representant de política exterior europea.

L'objectiu d'aquesta campanya, per televisió i internet, és "desacreditar la narrativa europea, erosionar el suport als governs legítims de la zona, desmoralitzar la població", a més de convèncer el públic rus que "Rússia és víctima d'una conspiració d'Occident per enfonsar-la", diuen. La UE, adverteixen, "no aconsegueix comunicar amb les emocions de la població" i està perdent la batalla informativa, quan hauria de respondre activament amb més presència mediàtica, amb el suport de webs i veus independents russes com Stopfake.org, i oferir alternatives televisives als russòfons.

Mogherini, després de debatre la qüestió amb els ministres europeus d'Exteriors aquest dilluns a Brussel·les, s'ha compromès a aplicar "algunes iniciatives concretes" durant les properes setmanes. "Nosaltres no fem contra-propaganda, però podem respondre a la propaganda amb informació", va plantejar.

Els bàltics somien que la UE financi una televisió en rus que emeti a la zona, però la idea no disposa de gaires adeptes. Es pensa que també es pot veure com un canal de propaganda europea i no està clar que pugui seduir el públic que busca; com diu un periodista lituà, "avui dia ningú no pot competir amb els programes de les teles russes". És el passaport de Putin al costat esquerre del cervell bàltic.●



# Cuando los protagonistas son los lectores

**DEFENSORA DEL LECTOR.** Críticas y sugerencias para las cartas al director. ¿Qué es más necesario, abrir los artículos de opinión a los comentarios o mejorar el sistema de moderación de los mismos?

LOLA  
GALÁN



Cartas al director es una sección tradicional en todos los periódicos, y una de las más leídas. EL PAÍS dedica diariamente a esta correspondencia de los lectores algo más de media página en su edición impresa. Obviamente, solo se publican unas pocas cartas de las muchas que llegan a la sección de Opinión, que es donde se recogen y supervisan.

Recibo con alguna frecuencia correos de lectores decepcionados porque sus cartas no se publican. O porque no están con-

formes con los criterios de selección. Una lectora, Teresa del Arco, me ha escrito indignada tras observar durante los últimos tres años una escasez alarmante de cartas de mujeres. Con la doble decepción, cuenta, de que cuando hay cartas de lectoras, los temas son siempre los mismos: "educación, infantil, ancianos y asuntos sociales. Nada de nada más. El hecho me molesta hasta tal punto que me he negado a leer más esta sección. ¿En serio debo pensar que no reciben cartas escritas por mujeres? ¿Es verdad que las únicas cartas que reciben, escritas por mujeres, tratan siempre los mismos temas? ¿Quién selecciona estas cartas? ¿Con qué criterio?".

José Manuel Calvo, subdirector de Opinión y responsable de lo que se publica en

Cartas al director, está de acuerdo con la lectora, aunque apunta: "Hay días en los que el equilibrio es mayor, como ocurrió el martes y el miércoles pasado". El problema es que los hombres escriben más cartas. "Un cálculo aproximado de las personas que manejan ese flujo indica que hay dos tercios de hombres por uno de mujeres", dice Calvo. "A lo que aspiramos, y en ocasiones no conseguimos, es a equilibrar en la medida de lo posible su presencia".

Hay lectores que albergan todo tipo de sospechas sobre las razones de que sus cartas se rechacen. Esto es lo que me escribía recientemente uno de ellos, Ángel Luis Ramos Villar: "Soy suscriptor y escribo de vez en cuando a la sección *Cartas al director*, y lógicamente, unas cartas me las pu-

blican y otras no, pero de las que versan sobre el Estado de Israel, los judíos, etcétera, y tienen una visión crítica con ellos, no me publican ni una sola, por lo que tengo la sensación de que existe cierta censura, o presiones de la Embajada israelí".

Calvo rechaza este extremo y explica: "Las cartas críticas con cualquier Gobierno, cualquier organización o movimiento, se publican atendiendo a los criterios generales que rigen sobre los comentarios: bienvenido todo aquello que enriquezca el contenido y la calidad del periódico, sin miedo a la discrepancia, y exclusión de insultos, descalificaciones, etcétera. Es fácil equivocarse a la hora de juzgar la conveniencia o el interés de una carta u otra,

PASA A LA **PÁGINA SIGUIENTE**



## Cuando los protagonistas son los lectores

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

pero no se practican discriminaciones selectivas sobre cartas que no incluyen las características mencionadas".

En realidad, el motivo fundamental de que se queden sin publicar tantas cartas es la falta endémica de espacio en la edición impresa. De las decenas que se reciben a diario, se publican no más de siete. Antoni Montellà Dalmau, lector asiduo, dice comprenderlo, pero señala: "Lo que no entiendo es por qué EL PAÍS solo dedica media página diaria a las opiniones de los lectores, cuando hay otros periódicos que dedican dos páginas, por ejemplo *La Vanguardia* o *El Periódico*".

Calvo aplaude la propuesta de ampliar el espacio para las cartas, pero la considera irrealizable en la edición impresa. Y explica el proceso de criba de las numerosas cartas que se reciben a diario. "Una primera selección elimina circulares, *spam*, cartas sin datos, misivas insultantes... Ese ejercicio nos deja todavía decenas de cartas, que hay que seleccionar con cuidado. Finalmente, se publican, entre el papel y la web, no más de 10. Es muy comprensible la frustración de los que encuentran escaso el espacio, y desde luego en el papel no vamos a ir a mejor. Precisamente por eso, lo que desarrollaremos progresivamente será la

sección digital para Cartas, independientemente de las que se publiquen en el papel".

El periodismo moderno es cada vez más interactivo y busca las reacciones y la opinión de los lectores a toda costa. EL PAÍS tiene abierta en su página web la posibilidad de hacer comentarios en multitud de reportajes, artículos informativos y de opinión, pero, siempre hay un pero. Un lector, Gonzalo Moure, se queja de que mientras es posible opinar en casi todas las noticias —"a menudo con el resultado de correos insultantes", señala—, no ocurre lo mismo, "en muchos artículos de opinión (la mayoría, pero especialmente los referidos a Podemos)". Y cita algunas tribunas que sobre este partido se han publicado últimamente. "¿No es una incongruencia?", se pregunta.

El responsable de la edición digital, Bernardo Marín, explica que el criterio es el mismo desde hace años. "Como norma general no se abren a comentarios los editoriales y el resto de artículos de la sección de Opinión. Es un criterio que merece volver a ser debatido, por cuanto presenta cierta incongruencia, ya que sí se abren a comentarios los artículos de análisis y opinión que se publican como complemento a las noticias de las distintas secciones. También cerramos el foro en determinadas informaciones cuando consideramos imposible reconducir sobre ellas un debate civilizado".

Lo cierto es que los comentarios, ya sean a propósito de informaciones o de artículos de columnistas, incluyen con demasiada frecuencia términos hirientes. Algo que a otro lector, Jesús García Sánchez,

le parece intolerable, con toda razón. "Es indignante que se insulte de forma anónima a Antonio Elorza, uno de los intelectuales más brillantes de España", me escribió hace un tiempo, acompañando su correo con la reproducción de un comentario insultante —e incomprensiblemente no censurado por los moderadores—, que se publicó bajo un artículo de Elorza. "Es un tema recurrente desde hace años", se queja este lector, "¿no puede EL PAÍS acabar de una vez por todas con los insultos en el periódico web?".

### El espacio para cartas puede ampliarse, pero no en la edición impresa

El tema es preocupante, desde luego. Marín explica el sistema que permite estos disparates: "Los comentarios se moderan a posteriori, una vez que han sido publicados, pero nuestra intención es cambiar dicha política para que se haga antes de que aparezcan en la página. También queremos avanzar hacia el fin del anonimato. Hasta ahora los participantes del foro pueden ocultarse tras un alias; en el modelo que estamos estudiando los lectores deberán identificarse con nombre y apellidos. Este y otros requisitos se exigen, por ejemplo, a los lectores que desean publicar cartas al director en la edición impresa. Creemos que ambas medidas contribuirán a elevar el nivel de los debates".

En las condiciones generales que fija este periódico para tener acceso a los comentarios se especifica que no se permitirán aquellos que "vulneren el respeto a la dignidad de la persona, que sean discriminatorios, xenófobos, racistas, pornográficos, que atenten contra la juventud o la infancia, el orden o la seguridad pública", y el diario se reserva la posibilidad de retirar aquellos que no considere "adecuados para su publicación".

El problema, como apunta José Manuel Calvo, "es que hay casos claros, y otros menos claros: los comentarios agresivos, o de mal gusto, o despectivos; los que se protegen en el anonimato... Por eso encuentro razonable que haya columnistas que prefieran no verse sometidos a esas opiniones, y que nos pidan que se cierren sus artículos a los comentarios", señala. "Al tiempo, entiendo que la interactividad y la participación del lector es una de las normas básicas de la comunicación, y que es decepcionante, para aquellos que tienen un espíritu más participativo, encontrarse con un muro cerrado".

Por mi parte, creo que es prioritario afrontar un cambio profundo en el sistema de moderación de los comentarios. Es una lástima que aportaciones de calidad, que añaden interés a un artículo, se pierdan en un debate tumultuoso dominado por la agresividad y los malos modos.

Los lectores pueden dirigirse a la Defensora del Lector al correo electrónico [defensora@elpais.es](mailto:defensora@elpais.es) o telefonar al número 913 378 200.



# Contener la democracia

Por CHRISTOPHER WALKER

**D**urante la Guerra Fría, Estados Unidos adoptó el concepto de contención desarrollado por George F. Kennan como estrategia para tratar de impedir la expansión del comunismo. Ahora, en una adaptación inesperada de ese concepto, las potencias autoritarias influyentes —encabezadas por Rusia y China— han desarrollado su propio tipo de contención. Esta nueva versión —supone un cambio sustancial en la idea de Kennan de contener la tiranía— aspira en cambio a inhibir la difusión de la democracia.

A lo largo de la última década, los regímenes de Moscú, Pekín, Riad, Caracas y Teherán se han vuelto cada vez más partidarios de emplear técnicas modernas para acabar con la disidencia interna. La represión de las voces democráticas dentro de sus fronteras se ha ido sofisticando cada vez más. Los Gobiernos represivos han aprendido a usar las leyes para usar mano dura contra la sociedad y la oposición política. Han adoptado reformas de mercado, pero luego han utilizado el mercado para modernizar las herramientas autoritarias de represión.

Estos Gobiernos no solo han actualizado los métodos para contener el posible avance de la democracia dentro de sus países. Han dado un salto decisivo, hasta un nuevo nivel no valorado suficientemente, que consiste en minar también la democracia más allá de sus fronteras con el objetivo de inten-

tar preservar la continuidad de su estilo de gobierno. Este fenómeno es una muestra de que los países autoritarios han reconocido que, en la era de la globalización, la seguridad de los regímenes no se puede lograr exclusivamente mediante el control interno. La proliferación de las instituciones regionales e internacionales, basadas en la legalidad de los valores democráticos que promueven, junto con el intenso crecimiento y la integración de Internet a escala mundial, se consideran ahora una amenaza directa a la voluntad autoritaria de aferrarse al poder.

Esta evolución de la doctrina de la contención de la democracia se puede observar en tres esferas clave. En primer lugar, pretende socavar las instituciones internacionales inspiradas en las normas democráticas que han actuado como el aglutinante del orden liberal tras el fin de la Guerra Fría. En la lista aparecen los organismos de Naciones Unidas que se ocupan de los derechos humanos y organizaciones regionales como la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa, el Consejo de Europa y la Organización de Estados Americanos. En segundo lugar, esta nueva doctrina aspira a frenar las ambiciones reformistas de las democracias en ciernes y destruir la integridad de las democracias jóvenes. La dura y constante desestabilización de Ucrania por parte de Moscú, que incluye la anexión de Crimea y la instigación de una rebelión separatista en el este del país, se debería contemplar claramente como lo que es: una iniciativa de contención por parte del Kremlin para impedir que los ucranios logren un

Gobierno democráticamente responsable que amenazaría al sistema autoritario y corrupto de Rusia. Y por último, un tercer elemento de la nueva contención es el asalto sistemático a las democracias consolidadas

---

*Estos países tratan de minar la democracia más allá de sus fronteras para preservar su estilo de gobierno*

---

*Este amplio arsenal de televisiones, radios e Internet se centra de forma creciente en los países en desarrollo*

---

y a las ideas centrales asociadas con ellas con el fin de modificar la opinión del mundo sobre la democracia.

Esta tercera esfera de la contención, que hace referencia al ámbito de las ideas, es

crucial y merece especial atención. Es posible que estos regímenes no sean ideológicos en el sentido estricto de la Guerra Fría, pero son conscientes de la importancia de las ideas, lo cual explica por qué se esfuerzan tanto por impedir que surjan formas de pensar alternativas dentro de sus sistemas. En lo que se refiere a la retórica política, países como China, Rusia, Arabia Saudí e Irán se encuentran entre los más represivos del mundo. Con el tiempo han afinado al detalle sus argumentos para el público internacional, centrándose en los aparentes defectos de la democracia y en la decadencia de Occidente.

Esto es importante porque los regímenes autocráticos con más recursos han construido grandes grupos de medios de comunicación que les permiten proyectar esos mensajes al mercado mundial de las ideas. Ese amplio y creciente arsenal de medios informativos que opera al servicio del Estado autoritario da a esos regímenes la capacidad de introducir ideas en el debate mundial de forma sistemática.

El elemento más conocido del creciente imperio de medios de comunicación internacionales ruso es RT (antes conocido como Russia Today). La plataforma de televisión por satélite del Kremlin, que arrancó en 2005 con un presupuesto de 30 millones de dólares, goza actualmente de una asignación que supone aproximadamente diez veces esa cantidad. En noviembre de 2014, el Gobierno ruso lanzó Sputnik, una agencia de noticias a escala mundial cuyos contenidos por radio e Internet se difundirán en 30



idiomas desde oficinas de todo el mundo. China, por su parte, está expandiendo sus medios de comunicación internacionales a un ritmo aún más temible. Según algunos cálculos, le dedica un gasto anual de muchos miles de millones de dólares. Irán y otros regímenes autoritarios del golfo Pérsico cuentan con sus propios grupos de medios informativos.

El poder de comunicación de los Gobiernos autoritarios se centra cada vez más en el mundo en desarrollo. China está haciendo realidad una vasta presencia de sus medios en el África subsahariana y en Latinoamérica. La Televisión Central de China, financiada con miles de millones de dólares, tiene programas en árabe, francés, ruso y español, mientras que Xinhua, la agencia estatal de noticias del país, se está extendiendo por todo el mundo.

---

***El mensaje del Kremlin  
insinúa que la corrupción  
está generalizada en  
todas las sociedades,  
sean o no democráticas***

---

***Estos regímenes dan  
a entender que no  
hay diferencia entre  
sus medios y los de las  
democracias; no es así***

---

Por otra parte, la RT rusa emite en inglés, español y árabe, y está previsto que en breve empiece a hacerlo en francés y en alemán. La propaganda internacional del Kremlin aplica una perspectiva cínica y, por ejemplo, insinúa que la corrupción es generalizada en todas las sociedades, lo cual quiere decir que, desde el punto de vista moral, las autocracias y las democracias están en pie de igualdad.

Estos regímenes también dan a entender que no hay diferencia entre sus medios de comunicación y los de las democracias. Rusia y otros Gobiernos autoritarios afirman que sus medios son como Deutsche Welle, la BBC o la agencia France Presse, todos ellos grupos de comunicación que funcionan con estructuras editoriales responsables y transparentes. Se trata de una comparación falsa que hay que clarificar. A diferencia de sus equivalentes democráticas, la RT de Rusia, la Televisión Central de China y la iraní Press TV desarrollan su actividad bajo la dirección de un poder político autoritario que no está sometido a ningún control, y por lo tanto, son empresas absolutamente diferentes.

El reto de entender estos nuevos medios —que suelen tener grandes recursos para cubrir las noticias y normas informativas aparentemente profesionales— se ha visto dificultado por el hecho de que, en los últimos años, el sector de la información ha experimentado cambios muy negativos en los países democráticos. Los recortes generalizados del gasto en las redacciones de Europa y EE UU suponen que hay menos control informativo y menos periodismo de investigación para ayudar a comprender el alcance y la naturaleza de los nuevos medios de comunicación autoritarios.

Es un problema que no se resolverá de un día para otro. Mientras tanto, las democracias tendrán que encontrar la forma de dedicar más tiempo de reflexión y más recursos a asegurarse de que los medios de comunicación de orientación democrática no queden eclipsados por la creciente oleada de medios de países autoritarios.

Christopher Walker es director ejecutivo del Foro Internacional de Estudios Democráticos de la Fundación Nacional para la Democracia, con sede en Washington. Para seguirle en Twitter: @Walker\_CT. Traducción de News Clips.



## El periodisme amb ànima no pot ser neutral

Una de les coses que em preocupen més del cas *Ciutat morta* és l'alegria amb què alguns mitjans s'hi apunten ara, ara, quan el documental –després que TVC s'hi resistís llargament– s'ha passat pel 33 i l'han vist de cop mig milió de persones, i no pas durant l'any llarg que fa que s'arrossega per festivals alternatius. Em preocupen les raons de fons que expliquen que els mateixos periodistes que ja el van veure fa molts mesos trobessin llavors que era raonable reflectir el seu potent impacte en mitja pàgina o amb dos minuts i ara vegin clar que mereix portades i programes de debat.

¿N'hem de deduir que el periodisme d'alguns grans mitjans, d'una part substancial del quart poder, passa de puntetes sobre les denúncies incòmodes fins que la pressió social passa a ser tan forta que si no s'hi afegís quedaria en evidència?

¿N'hem de deduir que ha perdut el nas i l'ofici que permet saber què és notícia, què preocupa els ciutadans? O, pitjor encara, ¿hem de concloure que alguns cops l'ofici consisteix precisament a saber distingir què convé ressaltar i a què convé posar sordina?

Ens lamentem amargament de la podridura que ha escampat a tants nivells la Transició, com si del seu mirar cap a una altra banda no en fóssim mai còmplices. I no podem ignorar que, amb aquesta Transició, seria gairebé un miracle que algunes de les inèrcies més perverses del franquisme no haguessin quedat enquistades en cossos policials i judicials. I, tanmateix, sabent-ho de sobres, i recordant-nos-ho sovint Amnistia Internacional o el Consell



ALBERT PLA NUALART

LINGÜISTA I ESCRIPTOR

**Fer de periodista és molt més que distingir què cal destacar i a què convé posar sordina**

d'Europa, ¿quin acolliment ha donat bona part d'aquesta societat civil, tan activa en altres lluites, a alguns dels detinguts que denunciïn tortures als calabossos? ¿Amb quants negres no s'havien equivocat els dos agents –el testimoni dels quals va ser vital per *resoldre* el 4-F– fins que es van equivocar de negre?

No deixa de ser simptomàtic que des d'alguns àmbits periodístics s'hagi acusat *Ciutat morta* de ser un documental "de part". Ho és. La seva part és la dels que, sense iniciatives com *Ciutat morta*, serien víctimes impotents de la impunitat. Quan el que veus t'indigna i ets mínimament empàtic, és impossible ser neutral. I per això fem molt bé si no ens deixem arrossegar, si analit-

zem críticament una retòrica que és conseqüència d'uns partits presos molt emocionals. Ara bé: al periodisme, si volem que continuï tenint ànima, no se li pot exigir neutralitat. Només se li pot exigir, se li ha d'exigir, que sigui honest.

Com a veí de la Vila Olímpica no puc ignorar que a prop, que arran, del parc on juguen les meves filles va passar Patricia Heras quan va sortir de Wad-Ras. Ni puc ignorar que un dia haurem d'anar a les mateixes urgències de l'Hospital del Mar on va ser detinguda. I necessito, per poder viure tranquil a la ciutat on visc, un periodisme que investigui, que es mulli, en lloc de donar lliçons deontològiques als periodistes que tenen prou coratge per fer-ho; en lloc de sentir-se ofès perquè defensors dels drets humans d'altres països vénen a veure com administrem justícia. Menys neutral, més valent.



## Bardají: «Exploraremos nuevos territorios sin dejar de ser fieles a nosotros mismos»

G. G. - Madrid

Javier Bardají, director general de la División de Televisión de Atresmedia, es junto al consejero delegado del Grupo, Silvio González, el principal responsable del actual modelo de televisión de Antena 3 y de la familia de canales de Atresmedia TV. Una forma propia y diferenciada de entender y hacer televisión que dio comienzo hace cuatro años y que ha sabido conjugar altas cuotas de audiencia con una fuerte y positiva imagen de marca. «Desde su nacimiento, Antena 3 tiene unas señas de identidad propias muy reconocibles y valoradas por el público. En los últimos cuatro años, cuando iniciamos una nueva etapa, decidimos potenciar esos atributos», explica Bardají, que señala que el compromiso de la cadena con el espectador se caracteriza «por una apuesta por

el esfuerzo, el talento y la calidad, que no busca atajos para alcanzar objetivos de audiencia». Otro puntal del modelo televisivo se explica con «una programación con una tasa muy alta de éxitos, que busca la variedad», lo que ha conseguido convertir a Antena 3 en una cadena «necesaria, que disputa el liderazgo cada día y que aúna la mejor imagen del sector con la necesaria rentabilidad económica». Testigo de excepción de la evolución de la televisión privada en España, no duda en afirmar que en nuestro país «se hace una gran televisión, de las mejores de Europa». Tras 25 años de recorrido, la cadena de San Sebastián de los Reyes ha contado y cuenta con grandes formatos de éxito entre los que Bardají destaca «grandes ficciones y programas, y un compromiso

permanente por la información de la mano de los servicios informativos que dirige Gloria Lomana». Consciente de la rápida evolución del medio, asegura que «somos vanguardia en nuevas tecnologías pero a la vez apostamos por una programación que pueda verse de forma compartida». De cara al futuro, explica que Antena 3 no se cierra a ningún formato «porque nuestro modelo de televisión se define por el cómo y no sólo por el qué» y avanza que la cadena se centrará en innovar y «explorar nuevos territorios sin dejar de ser fieles a nosotros mismos y, sobre todo, a lo que el espectador espera de nosotros».



**Bardají asegura que Antena 3 apuesta por la calidad y el talento**



La presidenta Cristina Fernández de Kirchner, ante el palacio presidencial argentino, la Casa Rosada

REUTERS

# El periodista que destapó la muerte de Nisman busca refugio en Israel

► La Casa Rosada vuelve a encender la polémica al informar en su web del viaje del reportero Pachter, que ha huido de Argentina «por amenazas»

MIKEL AYESTARAN/ABC  
JERUSALÉN/BUENOS AIRES

**L**a oposición argentina criticó ayer duramente al Gobierno por difundir a través de las redes sociales los datos de viaje del periodista Damián Pachter, que dio la primicia de la muerte del fiscal Alberto Nisman, encargado de investigar el atentado antijudío de 1994. Pachter abandonó el sábado Argentina en dirección a Israel tras denunciar que temía por su vida, una vez que se supo que había sido la primera persona que dio a conocer la muerte de Nisman, cuyo cadáver fue encontrado en su domicilio en la madrugada del 18 al 19 de enero pasados.

La cuenta oficial de Twitter de la Casa Rosada causó una fuerte polémica al publicar una noticia de la agencia oficial Télam que informaba, con datos aportados desde la estatal Ae-

rolíneas Argentinas, de que Pachter, que trabaja para el periódico en inglés «Buenos Aires Herald», partió rumbo a Montevideo en la mañana del sábado, con billete de vuelta para el próximo 2 de febrero.

## «Inaudito»

El diputado radical y precandidato presidencial de Frente Amplio UNEN, Julio Cobos, calificó de «inaudito» que un periodista abandone el país por miedo y una cuenta del Gobierno publique su paradero. Cobos anticipó también que estudiarán si Aerolíneas Argentinas violó la ley que prohíbe difundir información personal alojada en archivos o bases de datos públicas o privadas, con el objetivo de preservar el derecho al honor y la intimidad.

En el mismo sentido se manifestó la diputada Patricia Bullrich, del bloque conservador Unión Pro, quien reprodujo un tuit con las penas por difusión de datos personales estableci-

das en el Código Penal argentino.

Damián Pachter abandonó ayer Argentina tras denunciar que había detectado que le seguían y que sus fuentes le habían advertido de que su vida corría peligro.

«A salvo en Tel Aviv. Gracias a todos. En breve hablamos», rezaba el primer mensaje colgado por Damián Pachter nada más llegar a Israel. El reportero se encuentra en lugar seguro y no tiene fecha de regreso a Argentina, «un país oscuro conducido por un sistema corrupto».

Damián Pachter, que dio la exclusiva de la muerte del fiscal Alberto Nisman el día 18, escribió una columna en el diario israelí «Haaretz» para explicar la persecución a la que fue sometido durante la semana posterior por la seguridad argentina y donde confiesa que llegó a temer por su vida. El reportero informó de lo ocurrido a Nisman a través de su cuenta de Twitter y «los días siguientes estuvieron marcados por un gobierno tratando de crear una historia oficial. En primer lugar, la jefa de Estado sugirió una «hipótesis de

suicidio y luego, un misterioso asesinato. Ellos, por supuesto, no eran culpables. De nada.», escribe Pachter, quien concluye su texto lamentando que «no tengo ni idea de cuándo voy a estar de vuelta en la Argentina; ni siquiera sé si quiero. Lo que sé es que el país donde nací no es el lugar feliz que mis abuelos judíos me contaban».

La llegada de Damián Pachter a Israel añade un capítulo más a este caso que se ha convertido en un culebrón internacional con dos enemigos, Teherán y Tel Aviv, como protagonistas. No parece que vaya a ser el último en este caso abierto desde el atentado contra la mutua judía (AMIA), que en el año 1994 costó la vida a 85 personas en la capital argentina.

La muerte del fiscal Alberto Nisman, cuyas circunstancias aún no se han esclarecido, se produjo cinco días después de que denunciase a la presidenta argentina, Cristina Fernández, y a varios dirigentes oficialistas de haber encubierto a Irán en el atentado.



**D. Pachter**  
Imagen de Damián Pachter cuando se disponía a tomar el avión para huir de Buenos Aires por amenazas



## TÀNDEM DE MODA

# Esportistes i reportereres, una atracció irresistible

► **Les estrelles de les dues professions protagonitzen relacions sonades**

MIREYA ROCA  
BARCELONA

**S**i fa uns anys triomfaven les parelles formades per un torero i una tonadillera, ara els amors de la crònica social rosa els protagonitzen les estrelles de l'esport que s'enamoren de reportereres. La campanada la van donar **Iker Casillas** i **Sara Carbonero**, però no són els únics.

Fa tan sols unes setmanes que van veure la llum a *Hola!* unes fotografies que confirmaven l'idil·li entre **Fernando Alonso** i la reportera esportiva **Lara Álvarez**. Les imatges parlaven per si soles: abraçades, petons i molta complicitat desprenien les fotos de la periodista i el pilot de F-1. L'anunci del pilot que deixava Ferrari per fitxar per McLaren va coincidir amb la seva ruptura amb la model russa **Dasha Kapustina**. Per la seva part, la reportera va mantenir una aventura entre el 2010 i el 2012 amb el madridista **Sergio Ramos** i

**Alonso i Lara Álvarez, Casillas i Sara Carbonero, Bartra i Melissa Jiménez són algunes parelles**

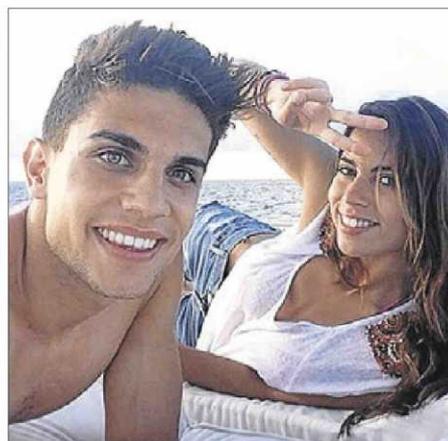
la primavera passada va sortir amb l'actor **Adrián Lastra** (*Velvet*). La jove estrena aquest 2015 amb nou nòvio i amb la seva tornada a Mediaset, ja que s'acaba d'incorporar al programa d'humor que emet *Cuatro Todo va bien*, ocupant el lloc que ha deixat vacant l'eurovisiva **Edurne**.

Curiosament, la nova parella d'**Alonso** ha agafat com a representant **Marta Porras**, la mateixa que va tenir als seus inicis **Carbonero**. Molta casualitat, tenint en compte que la presentadora de Tele 5 va ser una de les primeres periodistes que va saltar a la palestra mediàtica per la seva relació amb el porter del Madrid. Després de l'espectacular petó al Mundial de Sud-àfrica, **Casillas** i **Carbonero** es van convertir en una de les parelles més populars de la crònica social. Actualment, viuen feliços amb el seu primer fill, **Martín**, que el 3 de gener va fer un any.

Però segons *La mañana de la 1*, al Santiago Bernabéu es cou un nou idil·li amb una reportera pel mig. Després de la sonada ruptura entre **Cristiano Ronaldo** i la model russa **Irina Shayk**, el programa de **Mariló Montero** s'ha fet ressò dels rumors que asseguren que el goleador pot



► Iker Casillas besa Sara Carbonero, el 2010.



► Marc Bartra i Melissa Jiménez, l'estiu passat.



► A l'esquerra, Sergio Ramos i Pilar Rubio; a la dreta, Lara Álvarez i Fernando Alonso fotografiats per 'Hola'.



► Cristiano Ronaldo, després de guanyar la Pilota d'Or, i Lucía Villalón.

haver començat una relació amb **Lucía Villalón**, la reportera del canal oficial del Madrid.

Però aquí no s'acaba el tàndem futbolista-reportera al planter madridista. Des del maig del 2013, **Ramos** i **Pilar Rubio**, que col·labora amb *El hormiguero 3.0*, estan junts. Després d'acaparar tots els focus a l'inici del seu idil·li, la parella s'ha tornat reservada des que va néixer el seu fill **Sergio**, el maig del 2014.

El vestidor del Barça tampoc queda al marge d'aquesta moda, ja que **Marc Bartra** i **Melissa Jiménez**, la reportera que cobreix el Mundial de motos per a Tele 5, van confirmar la seva relació el maig del 2014 amb unes fotos fetes a les Maldives. Des d'aleshores, el jugador i l'ex de **Dani Martín** mantenen una relació a distància, ja que mentre ell juga els caps de setmana, ella viatja per seguir les carreres. ▬



# Libertad de expresión, ¿derecho a ofender?



SALVADOR ARAGONÉS

Periodista y profesor emérito de la UIC

El atentado contra el semanario *Charlie Hebdo* ha cambiado los contenidos de la libertad de expresión en Europa al aceptar que la ofensa, la mofa y el escarnio contra personas o religiones forman parte del derecho fundamental a la libertad de expresión y que el derecho fundamental a la libertad religiosa y de conciencia es un derecho menor subordinado a la libertad de expresión.

De este modo Europa se gana la animadversión de todo el mundo pues la religión, la que sea, tiene un peso importante y muy popular en casi todos los países no europeos y no aceptan escarnios contra las religiones. Vale decir que en el caso de los países islámicos no solo falta el derecho fundamental a la libertad de expresión, sino también el de la libertad religiosa y de conciencia.

Una persona puede ser o no creyente, pertenecer a una religión u otra, sin embargo hay algo que se llama 'respeto', respeto a las personas, a todas, a su dignidad, a su cultura, a su fe, a su patria, a su familia. Atacar la dignidad de las personas ofendiéndolas o burlándose de ellas no está permitido en ningún código de ética periodista, a pesar de que los haya decenas. El periodismo es la profesión que más códigos éticos tiene y también es la que más se salta la ética, después de los banqueros. Todos los medios de comunicación tienen su 'código ético', su 'libro de estilo', pero estos manuales suelen estar en las estanterías de las redacciones y no en la praxis periodística.

A raíz de los atentados de París, he quedado sorprendido de que muchos que defienden a *Charlie Hebdo*, que rechazan la censura o la autocensura de los perio-



distas –yo también la rechazo– impiden la publicación de artículos en sus diarios, emisoras y televisiones a favor de la vida, a favor de los derechos de la persona en el seno de la madre. Dicen que no hay espacio, que no es la línea editorial del medio, que crearía más problemas que beneficios... ¿Entonces, de qué censura hablamos? Pero eso sí: protestan con mordaces palabras o actúan con el Código Penal cuando se insulta a su medio, o a los valores 'inviables' de la patria, como la bandera, los himnos, la lengua.

No conozco a ningún periodista que le guste la censura. Pero sé que los periodistas deben encajar su trabajo con la línea editorial del medio. La principal censura está en la propiedad de los medios o en el entorno, a veces asfixiante, de lo 'políticamente correcto'. Libertad la hay para los medios, pero mucha menos para los periodistas.

¿Y los valores de Europa? ¿Quién sabe hoy cuáles son los valores de Europa? 'Lo dicen en Europa', isanta palabra! Buena parte de los valores europeos de antes han decaído, y al mismo tiempo han surgido nuevos valores llamados 'derechos civiles': el derecho a abortar, el derecho a morir, el derecho a tener hijos adoptados (a veces a nuestro antojo), el derecho al matrimonio entre homosexuales, y un largo etcétera.

Y ahora surge calentito un nuevo derecho a partir de los atentados de París: el derecho al escarnio de todo lo religioso, pues la religión «es el opio de los pue-

*Atacar la dignidad de las personas no está permitido en ningún código de ética periodística*

blos», como decía Marx (el director de *Charlie Hebdo*, vilmente asesinado, era un comunista convencido, aunque parece que emparejado con una exministra del derechista Sarkozy). Ahí está el recién estrenado derecho a ofender, a maltratar, a denigrar, a ultrajar todo lo que huele a religioso, porque la religión hay que barrerla del mapa. Una cosa es el derecho que uno tiene a ser respetado si es ateo –y debe ser así– y otro imponer el ateísmo y el laicismo a todos y que la religión se quede encerrada con llave en la esfera de lo privado. Estos dicen: Dios no existe. O Dios ha muerto. Y todos, amén. Los nuevos valores son producto del consumismo, del egocentrismo y sobre todo del relativismo. El relativismo contribuye a que no haya valores permanentes en Europa y que el laicismo sea la única 'religión protegida'. Los valores europeos hoy son muy volátiles, cambian en cada generación y el único valor

en alza es la libertad del 'ego', del 'yo', que consiste en un cultivo intensivo de egocentrismo en esta sociedad del consumo. Tan volátiles son estos valores que nadie sabe hoy a ciencia cierta qué es una familia, qué es una persona y mucho menos quién es Dios.

Vemos así que Europa ha perdido su propia identidad. Ninguna sociedad puede subsistir si no tiene valores permanentes arraigados en su historia y su cultura. Es la dictadura del relativismo. Esa no es la Europa que pensaron sus fundadores hace 70 años, sino la que han inventado los hijos y los nietos de ellos, los cuales –en no pocos casos– han tirado por la borda los ideales de los fundadores y han hecho de la corrupción, de la trampa, de la mentira y de la ausencia de valores morales el medio para mantenerse en el poder, para medrar. Ese no es el ideal de Europa: lo han cambiado.



# Primero un tuit, luego la huida a Israel

- ▶ El periodista que adelantó la noticia de la muerte de Nisman llega a Tel Aviv
- ▶ Dice que ha recibido amenazas porque su mensaje "arruinó el plan de alguien"

NOGA TARNOPOLSKY  
Tel Aviv

En la tarde del domingo 18 de enero, el joven periodista argentino Damián Pachter fue convocado por una fuente de su total confianza. "Me encontré con él, y también había alguien más. Me dijo que [el fiscal Alberto] Nisman estaba muerto", afirmó al arribar ayer al aeropuerto Ben Gurión en las afueras de Tel Aviv (Israel).

Nisman, el fiscal argentino encargado del caso AMIA, quien cuatro días antes había acusado a la presidenta Cristina Fernández de Kirchner del encubrimiento de la participación iraní en el atentado de 1994, debía prestar testimonio ante el Congreso la mañana siguiente.

Ya eran las once de la noche, y Pachter tuiteó un primer aviso: "Me acaban de informar sobre un incidente en la casa del fiscal Alberto Nisman". Media hora más tarde, escribió: "Encontraron al fiscal Alberto Nisman en el baño de su casa de Puerto Madero sobre un charco de sangre. No respiraba. Los médicos están allí".

El periodista, quien fue el primero en dar conocer lo que había ocurrido con el fiscal, asegura que tuvo que abandonar el país el viernes pasado tras descubrir que agentes de los servicios de inteligencia lo estaban siguiendo. Viajó primero a Uruguay y desde allí, a Israel (país cuya ciudadanía ostenta y donde dice que vivió "los mejores años" de su vida) con escala en Madrid.

Argentina vuelve a vivir un grave caso de persecución contra la prensa en medio de la investigación sobre la muerte de Nisman, justo cuando se cumplen 18



El periodista Damián Pachter (segundo por la derecha), a su llegada al aeropuerto de Tel Aviv. / A. COHEN (REUTERS)

## El reportero cree que la primicia impidió alterar la escena del suceso

años del asesinato del fotógrafo José Luis Cabezas, que retrató al empresario Alfredo Yabrán, ligado a casos de corrupción durante el gobierno del presidente Carlos Menem.

Pachter no conoce la razón por la que está siendo amenaza-

do por Twitter y por teléfono al punto de que sintió que su vida corría peligro. Afirma que tenía su teléfono celular pinchado y que fue seguido "por lo menos durante varias horas" por parte un individuo que el periodista cree es un agente de los servicios de la inteligencia argentina.

"Me estoy preguntando desde que pasó esto qué hubiera sucedido si yo no hubiera escrito ese tuit", aseguró Pachter —con un aspecto pálido y cansado tras el largo viaje y días sin descanso— al llegar a Israel por tiempo indefinido. Llevaba solamente una

mochila escolar. "Tal vez ellos tenían otro plan. Y mi tuit, con ciertas horas de anticipación, arruinó el plan de alguien, no sé aún de quién pero voy a intentar descubrirlo. Pienso que tenía que haber algo que encubrir [por parte de las autoridades]. Algo, porque todo queda raro. Es todo raro por todos lados. El Gobierno se contradice de un día tras otro".

En una crónica publicada ayer por el periódico israelí *Ha'aretz*, Pachter detalló cómo fueron sus últimas horas en Argentina. Fue seguido durante varias horas por un hombre con vaqueros, chaque-

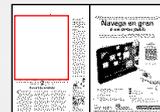
ta tejana y gafas de sol Ray Ban, que según le aseguró su informante era un agente de seguridad argentino. Pachter dice que incluso porta consigo la fotografía que su fuente le sacó en ese momento con el hombre que le seguía.

Un hecho de mayor gravedad es que la agencia de noticias estatal, Télam, publicó anteaer una pieza que ilustra con un billete de avión con las fechas y horas del vuelo que el periodista de la página web del diario *Buenos Aires Herald* había tomado rumbo a Montevideo y pensaba abordar con regreso a la capital argentina el 2 de febrero y que fue reproducido y subido a Twitter por la cuenta oficial de la Casa Rosada, la sede de la presidencia del país. El Gobierno redobló la apuesta y ayer siguió informando desde la red social del itinerario del periodista, aclarando que su destino final era Tel Aviv.

Pachter había dejado entretener en una entrevista con el portal *Infobae* que su primicia podría haber ayudado a que no se pudiera alterar la escena en la que fue encontrado muerto Nisman. "Cuando ya se hizo público el tuit y todo lo que pasó con las diferencias de hora que hay —quién entró, cuándo, cómo y con quién—. Imaginate si mis tuits no hubiesen sido enviados, ¿con qué escena nos hubiéramos encontrado? Ni siquiera me animo a hacer una hipótesis de lo que me podría haber encontrado", afirmó antes de partir hacia el exilio.

Pachter ya había demostrado tener importantes fuentes. El 14 de enero, el mismo día en el que Nisman presentó su denuncia en contra la presidenta, en un tuit enviado a esta periodista, informó que el caso "es muchísimo más grave de lo que salió".

Al día siguiente, le llegó un tuit de una cuenta denominada @InformaCorrecta, en hebreo, que contenía el mensaje "sospeché de que eras traidor pero hoy sé que eres traidor".



MITJANS

El canal Odisea estrena aquesta setmana una sèrie sobre el canvi climàtic en què participen grans estrelles del cinema dels EUA

# Hollywood, amb el planeta

SALVADOR ENGUIX

Denunciar en un documental els riscos que corre el nostre planeta, com les conseqüències del canvi climàtic, no té perquè ser avorrit. Aquesta és una de les premisses que han motivat la realització, gairebé una superproducció, de la sèrie documental *Years of living dangerously*, que dijous vinent a les 23.00 hores estrenarà a Espanya el canal Odisea. Produïda per noms claus de la indústria del cinema dels EUA com James Cameron, Jerry Weintraub i Arnold Schwarzenegger, la sèrie té com a narradors estrelles com Harrison Ford, Matt Damon, Jessica Alba o Michael C. Hall. Adam Bolt, editor, escriptor i productor del programa, ha assenyalat que “no volíem fer una cosa avorrida, volíem elaborar un producte sobre els riscos del canvi climàtic que fos atractiu, que fos com *Mad men* o *Joc de trons*”.

La sèrie, dividida en nou entregues, ha aconseguit un gran èxit de públic i crítica als EUA. Entre d'altres, aquests documentals mostraran les conseqüències de l'huracà *Sandy*, la galopant desforestació d'Indonèsia –que està convertint el país en un dels emissors mundials més grans de gasos d'efecte hivernacle–, les condicions de vida dels habitants del sud de Bangla Desh –zona especialment sensible a tota mena de desastres naturals i que podria quedar, segons els experts, submergida sota el mar a finals d'aquest segle–, o la influència del canvi climàtic en l'estabilitat política i social de països com el Iemen o Síria.

La sèrie oferirà a més una



ODISEA

L'actor Harrison Ford és una de les estrelles de Hollywood que participen en el documental

entrevista del periodista Thomas L. Friedman, tres vegades guanyador del premi Pulitzer, al president dels Estats Units, Barack Obama.

La presència d'Obama i de les estrelles de Hollywood ha permès, segons Adam Bolt, que la sèrie arribés a més públic del que solen seguir aquest tipus de programes. “Les celebritats van aconseguir que el nostre producte arribés a gent que normalment no s'interessaria per aquests temes, però també ens va obrir moltes portes quan estàvem gravant”, segons Bolt. A tot aquest elenc d'estrelles s'hi afegeix un equip de realització elegit específicament perquè els documentals resultessin molt atractius per a la televi-

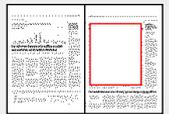
**Ha estat produïda per James Cameron i oferirà una entrevista amb el president Obama**

sió. El primer capítol que estrena la sèrie al canal Odisea aquesta setmana porta per títol *Estación seca*, i aborda el cas d'Indonèsia.

Després continuaran *El fin de los bosques*, sobre la desforestació; *La crecida*, sobre els efectes de l'huracà *Sandy*; *Hielo y azufre*, sobre els efectes de l'escalfament global a Grenlàndia; *Colores verdaderos*, sobre la situació en l'estat de Nova

Jersey; *Vientos de cambio*, sobre les energies netes; *Revolución, reconstrucción, renovación*, sobre els costos de l'escalfament global; *Un futuro peligroso*, sobre els efectes d'aquest escalfament en la salut humana i *Moviendo una montaña*, on s'ofereix l'entrevista amb Obama i s'aborda la situació a Bangla Desh.

La sèrie ha estat venuda a canals de més de 75 països i també es pot veure per Netflix i Amazon. Per acompanyar l'emissió a Espanya, el canal Odisea ha gravat una sèrie de promocions ecològiques amb personalitats locals com el xef Rodrigo de la Calle; la directora de la Fundació Biodiversitat, Sonia Castañeda, o l'aventurer Sebastián Álvaro.●



# Un tercio de los españoles consulta su móvil cuando tiene cinco minutos libres

## Un informe de Telefónica desvela los nuevos hábitos de la sociedad conectada

Antonio Lorenzo MADRID.

El magnetismo que ejerce el teléfono móvil entre los usuarios alcanza niveles tan poderosos como sorprendentes. Según se desprende del estudio editado por Telefónica sobre *La Sociedad de la Información en España*, correspondiente a 2014, uno de cada tres personas consulta su móvil cada vez que dispone de cinco minutos libres. El porcentaje es superior cuando se trata de personas menores de 26 años, ya que entonces afecta a dos tercios de este colectivo. Ni que decir tiene que el uso del *smartphone* es frecuente en el cuarto de baño y que acapara la primera atención de los usuarios cuando se despiertan y la última cuando se acuestan. Entre los usos que acaparan la atención de los usuarios sobresale la mensajería instantánea, actualmente considerado el medio de comunicación favorito de los usuarios. Según el informe, este tipo de plataformas “combina a la perfección la vida digital con la vida real”.

### El poder del Whatsapp

Un tercio de los españoles usuarios de Whatsapp u otras aplicaciones similares (el 34 por ciento) organizan por este medio sus actividades *offline*. El Whatsapp se ha convertido en el recurso idóneo para concertar citas, felicitar por los aniversarios o compartir chascarrillos o chistes con los amigos. Si hace unos años los contenidos se limitaban a textos, poco después irrumpieron las fotografías y ahora abundan los vídeos, todo ello relacionado con la mayor capacidad de las redes y los sistemas de tarificación con tarifas planas de datos cada vez más generosas.

Según el informe, el uso de la mensajería instantánea “ha crecido un 206 por ciento en los últimos

## Evolución de los indicadores tecnológicos

En porcentaje en España

Suben		Bajan	
Líneas de fibra óptica	112,6	Consumo de SMS	-32,55
Compras de juegos online	83	Facturación de telefonía móvil	-20,90
Conexiones de más de 100 mb	72,9	Conexiones de menos de 10 mbps	-19,6
Tráfico de banda ancha móvil	45,62*	Facturación de telefonía fija	-16,42
Lectores de libros electrónicos	38,9	Líneas de Datacard	-16,05
Smart TV	34,8	Línea M2M	9,26
Tabletas	32,6	Vídeo convencional	-8,5
Smartphones	22,7	Disponen de página web	-5,9
Líneas de banda ancha	21,94	DVD	-4,6
Televisión de pago	14,26**	Equipo de alta fidelidad	-2,9
Personas que se conectan a diario	10,51	Envío de emails	-2,6
Ingresos banda ancha móvil	9,71	Usuarios diarios de PCs	-1,31
Líneas banda ancha fija	6,45	Líneas de telefonía fija	0,96
Cable	2,52	Consumo de TV	-0,2
ADSL	2,46	Ingresos banda ancha fija	-0,06

(\*) Terabytes. (\*\*) Accesos.

Fuente: Sociedad de la Información en España 2014.

elEconomista

## Éxito de las televisiones inteligentes

Las televisiones inteligentes (*smart TV*) han encontrado en España uno de los territorios más fértiles para su desarrollo. Según el informe de Telefónica, el crecimiento de este tipo de dispositivos en España durante el último año superó el 34 por ciento, porcentaje superior al registrado en países como Alemania (20 por ciento), Reino Unido (17 por ciento) y Estados Unidos (16 por ciento). Además, entre los más jóvenes, el consumo del vídeo bajo demanda (90 por ciento) superó el año pasado a la televisión en abierto (73 por ciento). Asimismo, según el mismo informe, el 95 por ciento de los internautas españoles consume contenidos gratuitos de la red.

dos años hasta alcanzar el 78 por cien de la población con teléfono móvil. Además, estas plataformas de mensajería “prácticamente iguala a la llamada al móvil (utilizada

por el 82 por ciento) como medio de comunicación con familiares y amigos”, añaden los expertos que colaboran en el estudio de Telefónica.

Por su parte, las redes sociales han registrado una evolución dispar. Pese a que en el conjunto de la población ha aumentado su uso, ahora en manos del 67 por ciento de la población, su consumo disminuye por primera vez entre los más jóvenes, ahora del 91,3 por ciento, tres puntos menos que doce meses atrás. Los autores del informe también han detectado que el tiempo de acceso a dispositivos digitales en mayor entre equipos móviles (*smartphones* y tabletas) que en ordenadores personales (53 por ciento frente al 47 por ciento). De la misma forma, la facturación registrada por los operadores por sus servicios de banda ancha móvil superó a la registrada por las conexiones fijas.



## La columna

Joan  
Rueda



# Consciència molt viva

L' emissió pel Canal 33 de la pel·lícula documental *Ciutat morta* ha provocat un terrabastall polític i social que encara no sabem on ens durà. El treball de Xavier Artigas i Xapo Ortega tenia una intenció política, no periodística, en explicar només una part de la història, i aquesta està més que assolida: posar sobre la taula que el sistema té esquerdes, i que els afectats per aquestes esquerdes són sempre els més febles. És ben cert que aquest mateix documental no hauria aconseguit aquest ressò social i mediàtic brutal –va trencar les audiències del Canal 33– sense la confluència de dos elements: per una banda, el canvi que s'ha produït en la societat en els darrers anys gràcies al 15-M, a la petició de transparència inspirada en internet o a l'aparició de casos de brutalitat policial, la detenció i mort d'un em-

## 'Ciutat morta' s'estudiarà a les facultats per l'ús intel·ligent del nou escenari comunicatiu

presari al Raval, el cas Ester Quintana o l'ús de la força a la tanca de Melilla, per dir alguns casos. Molts dels que ara aplaudeixen els dubtes generats sobre la Guàrdia Urbana fa uns anys feien pinya davant de qualsevol sospita o denúncia.

I, de l'altra, l'ús intel·ligent del nou escenari comunicatiu, de les xarxes socials i el que les envolta. *Ciutat morta* s'acabarà estudiant a les Facultats de Comunicació. Des que els seus impulsors –s'ha pagat amb un Verkami– van saber la data de l'emissió pel Canal 33, van iniciar una campanya de promoció com mai s'ha vist. Els antisistema fent servir, com ningú, el sistema. Sóc en grups de Whatsapp en què gent que no m'ho hauria imaginat mai penjava el reclam del documental, el divendres o el mateix dissabte de l'emissió. Òbviament, la censura de cinc minuts hi va ajudar, però crec que les audiències haurien estat semblants. Hi havia ganes... de canvi. I una consciència molt i molt viva. El documental ja ha generat que altres persones surtin públicament a denunciar o recordar altres casos de tortures. Més que reobrir un cas concret, potser caldria ventilar alguns despatxos.



## Els pits de Murdoch

**D**esprés de proporcionar dos dies d'alleujament al sector progressista local, **Rupert Murdoch** ha tornat a col·locar a la pàgina tres de *The Sun* l'habitual fotografia de la noia amb els pits al descobert que tant alegra l'existència del parat d'infinida durada que inverteix judiciosament el xec del govern en whisky i cervesa del *pub* de la cantonada. **Murdoch** es deu als lectors i el seu fort és un acte de coherència. Sap que les masses il·letrades que fan com que llegeixen *The Sun* comencen el dia amb més alegria gràcies a la noia de la pàgina tres. I total, per als llepafils i els cultuletes, el magnat ja té *The Times*. Si el poble demana carn, **Murdoch** l'hi dona.

Qui ha fet el ridícul és el progressisme britànic, que s'ha portat com el tonto que davant el dit que assenyala la lluna es queda mirant el dit. Si *The Sun* és un diari infame –que ho és–, la culpable no és la noia de la tercera pàgina, que cobra pels seus serveis, sinó el seu propietari, el seu di-

**Com que 'The Sun' és el més perjudicial de tots els tabloides, és el que ven més**

rector i fins i tot l'últim dels seus col·laboradors, conxorxats tots ells per fabricar un producte groguenc, escandalós, populista, antieuropeu i immune a la cultura que enverina les ments dels ciutadans més grollers del Regne Unit des de fa dècades. Com que és el més perjudicial de tots els tabloides, és el que es ven més i constitueix la font principal d'informació de l'obtús britànic mitjà, tant si es troba a Londres, Liverpool, Manchester, Benidorm, Mallorca o la Costa del Sol.

Emprendre-la amb la noia de la pàgina tres és un exercici de miopia sociopolítica extrema que, a més, permet a **Murdoch** mostrar-se com un liberal enfrontat als capellanets de l'esquerra i les feministes, que ho volen tapar tot, les molt gates maules. El vell és més llest que els seus oponents. Potser també és un energumen d'extrema dreta que ha infligit un gran perjudici als mitjans de comunicació –el gran **Dennis Potter** va batejar com *Rupert* el càncer que acabaria amb ell–, però si tot el que trobem per censurar-lo és la mamelluda de la tercera pàgina de *The Sun*, deixem-ho córrer, **Karl Marx**. ≡



## La Xina intensifica la censura per accedir a internet

El govern xinès ha intensificat la censura a internet amb l'actualització del protocol que bloqueja webs i en filtra els resultats als cercadors, conegut com el Gran Talla-foc. Segons el diari *Global Times*, la censura també afecta ara les xarxes privades virtuals que permeten amagar les adreces

IP i accedir a pàgines bloquejades a la Xina, com ara Facebook i Google. En paraules de Qin An, membre de l'Institut per a les Estratègies d'Innovació i Desenvolupament del país, les autoritats "no poden ignorar aquests serveis" perquè es podrien utilitzar amb "propòsits perillosos".



## El periodista Damián Pachter es refugia a Israel

► El periodista argentí Damián Pachter, el primer d'informar sobre la mort del fiscal Alberto Nisman, va assegurar ahir als seus seguidors a la xarxa social Twitter «estar fora de perill a Tel Aviv», on va arribar dissabte.



# 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.
24/01/15	Villatoro: «Tots som menys del que pensàvem que seríem» / ElSetmanari.cat	83	1
24/01/15	Villatoro: «Tots som menys del que pensàvem que seríem» / ManresaInfo.cat	84	1

## Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/01/15	Aunque el día de los periodistas pase desapercibido: ¡Felicidades periodistas! / PRNoticias	86	1
24/01/15	Bárcenas pone a prueba la nueva Comunicación de Rajoy / PRNoticias	87	1
25/01/15	VÍDEO Antena 3 cumple 25 años: prnoticias visita algunos de sus programas más emblemáticos / PRNoticias	88	2
26/01/15	Allò que Charlie sendugué / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	90	2



# Col·legi de Periodistes de Catalunya

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



## Villatoro: «Tots som menys del que pensàvem que seríem»

### Sábado, 24 de enero de 2015

Vicenç Villatoro va bufar dijous les espelmes del seu aniversari a Manresa. L'agenda va propiciar que el periodista i escriptor celebrés els seus 58 anys a la capital del Bages, trenta-cinc anys després que justament a Manresa, un joveníssim periodista guanyés la Flor Natural dels Jocs Florals de la Misteriosa Llum per "Aquests sis murs". Va presentar el seu darrer llibre 'L'home que se'n va' dins del cicle Pessics de Vida, que organitza el Centre Cultural El Casino i la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes. El periodista i escriptor manresà Genís Sinca va ser l'encarregat de repassar amb Villatoro el viatge que fa al passat familiar en aquest llibre que relata la història del seu avi que un bon dia va deixar el seu poble natal, Castro del Río (Còrdova), per afincar-se a Terrassa. Villatoro reflexiona en aquest llibre sobre els motius pels quals la gent marxa d'un lloc. "La gent no només marxa per la feina i els diners", va dir, "sinó també per empaitar els seus somnis, per les ganes de ser anònim...". Va reconèixer que ell mateix li agradaria molt desaparèixer a estones, però no sempre. "He descobert que només tinc sentit aquí". Els motius pels quals les persones se'n van d'un lloc o hi tornen és una constant en la seva obra literària. Sinca li va demanar directament que li ha sorprès que en el llibre es parli molt de fracàs i que en Villatoro en consideri un insatisfet. "Què et passa?", li va preguntar. I el convidat li va respondre: "totes les generacions creiem que totes les històries comencen i acaben amb nosaltres. Tots som menys del que pensàvem que seríem. Als vint anys creus que passaran unes coses i en passen unes altres. La vida no és ben bé allò que havíem pensat que seria". Set anys de feina 'L'home que se'n va' és el resultat de 7 anys de feina. El va escriure a mà i el va llegir en veu alta abans d'enviar-lo a l'editor. La mort de la seva dona li despertat la necessitat de fer aquesta mirada al passat. No volia posposar el projecte perquè el seu pare el pogués llegir. Creu que l'avi, si fos viu, quedaria sorprès per ser tractat com a excepcional havent estat un home normal d'una generació marcada per la guerra. Villatoro va recordar que té una gravació en cinta de casset del seu avi explicant la seva vida i mai fa referència ni a la guerra, ni a la presió i la immigració. Mai parlava d'aquests fets. "L'experiència de la guerra i la presó són intransmitible" va assegurar i va afegir que coneixem molt poc els nostres avis perquè acostumen a amagar el dolor als altres per protegir-los. L'escriptor va puntualitzar que no és un llibre sobre la immigració, sinó sobre l'emigració perquè tot passa a Andalusia" i va reflexionar sobre les anades i vingudes constants entre persones de Terrassa i Castro del Río, dos municipis que comparteixen lligams familiars. Va arribar a assegurar que hi té un parent que penja la senyera cada diada i que a la biblioteca del poble s'hi troben alguns llibres en català. Sinca i Villatoro van concloure que el següent pas és que el llibre sigui traduït al castellà. A l'acte també hi va participar llibreria Parcir. Després de la presentació, Villatoro va assistir a un sopar tertúlia a l'Espai Rubiralta.

## Villatoro: «Tots som menys del que pensàvem que seríem»

**Sábado, 24 de enero de 2015**

Genís Sinca entrevistant Vicenç Villatoro durant el Pessics de Vida. Foto: Sussi Garcia Vicenç Villatoro va bufar dijous les espelmes del seu aniversari a Manresa. L'agenda va propiciar que el periodista i escriptor celebrés els seus 58 anys a la capital del Bages, trenta-cinc anys després que justament a Manresa, un joveníssim periodista guanyés la Flor Natural dels Jocs Florals de la Misteriosa Llum per "Aquests sis murs". Va presentar el seu darrer llibre 'L'home que se'n va' dins del cicle Pessics de Vida, que organitza el Centre Cultural El Casino i la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes. El periodista i escriptor manresà Genís Sinca va ser l'encarregat de repassar amb Villatoro el viatge que fa al passat familiar en aquest llibre que relata la història del seu avi que un bon dia va deixar el seu poble natal, Castro del Río (Còrdova), per afincar-se a Terrassa. Villatoro reflexiona en aquest llibre sobre els motius pels quals la gent marxa d'un lloc. "La gent no només marxa per la feina i els diners", va dir, "sinó també per empaitar els seus somnis, per les ganes de ser anònim...". Va reconèixer que ell mateix li agradaria molt desaparèixer a estones, però no sempre. "He descobert que només tinc sentit aquí". Els motius pels quals les persones se'n van d'un lloc o hi tornen és una constant en la seva obra literària. Sinca li va demanar directament que li ha sorprès que en el llibre es parli molt de fracàs i que en Villatoro en consideri un insatisfet. "Què et passa?", li va preguntar. I el convidat li va respondre: "totes les generacions creiem que totes les històries comencen i acaben amb nosaltres. Tots som menys del que pensàvem que seríem. Als vint anys creus que passaran unes coses i en passen unes altres. La vida no és ben bé allò que havíem pensat que seria". Set anys de feina 'L'home que se'n va' és el resultat de 7 anys de feina. El va escriure a mà i el va llegir en veu alta abans d'enviar-lo a l'editor. La mort de la seva donar li despertar la necessitat de fer aquesta mirada al passat. No volia posposar el projecte perquè el seu pare el pogués llegir. Creu que l'avi, si fos viu, quedaria sorprès per ser tractat com a excepcional havent estat un home normal d'una generació marcada per la guerra. Villatoro va recordar que té una gravació en cinta de casset del seu avi explicant la seva vida i mai fa referència ni a la guerra, ni a la presió i la immigració. Mai parlava d'aquests fets. "L'experiència de la guerra i la presó són intransmitible" va assegurar i va afegir que coneixem molt poc els nostres avis perquè acostumen a amagar el dolor als altres per protegir-los. L'escriptor va puntualitzar que no és un llibre sobre la immigració, sinó sobre l'emigració perquè tot passa a Andalusia" i va reflexionar sobre les anades i vingudes constants entre persones de Terrassa i Castro del Río, dos municipis que comparteixen lligams familiars. Va arribar a assegurar que hi té un parent que penja la senyera cada diada i que a la biblioteca del poble s'hi troben alguns llibres en català. Sinca i Villatoro van concloure que el següent pas és que el llibre sigui traduït al castellà. A l'acte també hi va participar llibreria Parcir. Després de la presentació, Villatoro va assistir a un sopar tertúlia a l'Espai Rubiralta.



# Periodisme i Mitjans de comunicació

---

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi  
de Periodistes  
de Catalunya

## Aunque el día de los periodistas pase desapercibido: ¡Felicidades periodistas!

### Sábado, 24 de enero de 2015

Que sea sábado hace mella en el mundo del periodismo, y es que parece que hoy, día en el que se celebra San Francisco de Sales, patrón de los periodistas, han sido escasas, las alusiones a esta celebración. Hoy se celebra nuestro día, el día del periodista que además ha sido una de las profesiones más castigadas y que no vive sus mejores épocas. Sin embargo, parece que poco a poco, se ve la luz al final del túnel, y es que si hacemos caso de los últimos datos de la EPA , 33.400 profesionales del mundo de la información y la comunicación , continúan sin encontrar trabajo. Y decimos que parece que la situación en la profesión remonta porque los últimos datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), aseguran que el desempleo en el sector se ha reducido un 29% con respecto al año anterior. Con más o menos repercusión, lo cierto es que hoy se celebra el día de los periodistas, y desde prnoticias queremos felicitar el día a los que hayan elegido esta profesión que es, sin duda, una de las más bonitas del mundo. Seguiremos informando

## Bárceñas pone a prueba la nueva Comunicación de Rajoy

**Sábado, 24 de enero de 2015**

Cara y cruz en la nueva Comunicación del Partido Popular. Tras salir de la cárcel de Soto del Real al reunir los 200.000 euros de fianza, Bárceñas ha comparecido ante los medios para asegurar que Mariano Rajoy, presidente del Gobierno, conocía la contabilidad B del partido. Unas declaraciones que han puesto en marcha la maquinaria de esta nueva Comunicación del PP: mientras Pablo Casado restaba importancia al comentario asegurando que a lo mejor el que tiene que tener miedo es el propio Bárceñas, porque todavía no ha explicado de dónde viene el dinero, Carlos Floriano eludía responder las preguntas de la prensa sobre el ex tesorero y la caja B del partido. El , Pablo Casado, ya comienza a ejercer de portavoz del partido de cara a la última polémica surgida tras las declaraciones de Luis Bárceñas sobre la supuesta contabilidad B en Génova. Hacía tiempo que tanto dentro como fuera del PP reclamaban a una cara visible que contestara las preguntas más incómodas para la formación política, y Casado parece moverse como pez en el agua en este terreno. El portavoz de campaña del Partido Popular ha comparecido en diferentes medios para asegurar que al PP no le preocupa el fantasma de Bárceñas, ya que hemos hecho lo que teníamos que hacer: pedir disculpas por confiar en una persona que no lo merecía, echarle del partido y tomar las medidas para que esto no vuelva a pasar. Además, ha sido rotundo al aseverar que nunca hemos reconocido la existencia de una caja B. Pero tras esta visible apertura de la Comunicación de la agrupación política, Carlos Floriano, vicesecretario de Organización del PP y responsable de dirigir la campaña para las próximas elecciones, ha dado un paso atrás al esquivar las preguntas de los periodistas en la convención celebrada por el partido sobre estas afirmaciones del ex tesorero, indicando que ya había hablado del tema en TVE. El motivo podría haber sido no ensombrecer la citada convención que se celebra en Madrid, aunque ha dejado en evidencia la falta de estrategia que aún planea sobre esta nueva Comunicación del Partido Popular. Precisamente Floriano aseguraba en TVE que el PP no necesita querellarse contra Bárceñas, porque ya hay escritos de la Fiscalía y de la Abogacía del Estado que piden condenas de cárcel para él, por lo que no tiene sentido para los medios que no haya querido repetir este mensaje a los medios que cubren la convención popular. Objetivo: conectar con los militantes. En otro orden de cosas, el Partido Popular ha puesto en marcha un proyecto, orquestado por el propio Pablo Casado, con el objetivo de volver a conectar con sus militantes: la web popular.es. La misma dirección del partido ha confesado la pérdida de sintonía con sus bases, ya que sus mensajes no han llegado bien a los afiliados. Casado tiene ahora el importante papel de llevar a cabo esta nueva empresa, que se incluye dentro de la estrategia global del PP para hacer llegar a la sociedad sus mensajes y transmitir sus logros económicos al frente del Gobierno. Seguiremos informando...

## VÍDEO Antena 3 cumple 25 años: pnnoticias visita algunos de sus programas más emblemáticos

### Domingo, 25 de enero de 2015

El 25 de enero de 1990 a las 20:00 horas es una fecha relevante en la historia de la comunicación en nuestro país. Justo en ese momento se producía un hecho destacado. Nacía la primera cadena comercial que rompía el monopolio de la televisión pública en España, llegaba a nuestros hogares Antena 3. pnnoticias ha recorrido junto a parte de sus protagonistas algunos de los programas más emblemáticos de la cadena. Un intensa visita resumida en el vídeo inferior. [embedded content] Un cuarto de siglo después su nacimiento Antena 3 se ha consolidado como una televisión de éxito y como una de las cabezas visibles de un gran grupo de comunicación multimedia como es Atresmedia . La cadena celebra hoy su 25 aniversario mirando con nostalgia todo su recorrido a lo largo de estos años. También lo hace mirando hacia el futuro con energías renovadas y bajo la premisa de seguir evolucionando de la mano de la sociedad y de lo máspreciado: el espectador. En este sentido , Carlos Fernández Alonso , director de Contenidos de Atresmedia , ha explicado en una entrevista con pnnoticias que es imposible mantenerte 25 años si no eres coherente y fiel a lo que eres y a lo que el espectador espera que seas . Y es que la evolución, especialmente en el área tecnológica, no está reñida con mantener las líneas básicas con las que nació la cadena y su estilo propio y reconocible de hacer televisión. Lourdes Maldonado , presentadora de Antena 3 Noticias 1 , habla de revolución más que de evolución. Además, ha valorado que aunque el formato donde se ofrezcan las noticias se haya transformado, el fondo sigue siendo el mismo: información rigurosa, de calidad y siempre sin traspasar ciertas barreras . Susanna Griso , presentadora de Espejo Público, ha recordado que desde sus inicios Antena 3 ha cuidado mucho el entretenimiento, la ficción con mayúsculas, el cine y las series , pero que el sello distintivo de la cadena ha sido la apuesta por la información y la actualidad desde el primer momento . Efectivamente la ficción nacional es uno de los pilares básicos de Antena 3 . Desde aquel comienzo con Farmacia de Guardia pasando por Policías, Un paso adelante , Compañeros, Lleno, por favor o más recientemente El tiempo entre costuras , Velvet o Sin identidad . Ficciones que además han dado su salto al mercado internacional en muchos de los casos. Tampoco podemos olvidarnos del entretenimiento. Es aquí donde entran en juego formatos como El Juego de la Oca , Lluvia de Estrellas , Sabor a tí, Tu cara me suena El Homiguero 3.0 o La ruleta de la suerte. La versión renovada del concurso lleva ocho años en antena bajo la batuta de Jorge Fernández . El presentador ha puesto de relieve que los productos que ofrece Antena 3 son para toda la familia . Una cadena que reúne desde el más pequeño al más grande de la casa. El cine de estreno con El Peliculón y su amplia oferta de títulos es otro de sus básicos en la parrilla. Como productora del séptimo arte, a través de Atresmedia Cine , encontramos películas como Vicky Cristina Barcelona, Torrente 5 o La Isla Mínima . Su elenco de nombres propios del mundo de la comunicación, el periodismo y la interpretación está lleno de

**Audiencia:** 121.510

**Ranking:** 6

**VPE:** 2.333

**Página:** 2

**Tipología:** online

profesionales ampliamente reconocidos y acreditados. En el ámbito deportivo, Antena 3 fue la primera cadena de televisión privada en emitir un Mundial de Fútbol de Corea y Japón en 2002. En la actualidad, la principal cadena de Atresmedia cuenta entre otros con el Mundial de Fórmula 1 . Antena 3 cumple sus bodas de plata bajo el lema 25 años emocionando a través de la pequeña pantalla y de las nuevas formas de comunicación online como la aplicación Atresmedia Player , su canal de YouTube o los diferentes perfiles oficiales en redes sociales como Twitter o Facebook . El círculo se cierra con su labor de RSC liderada por campañas como 'Ponle freno' o la subasta solidaria que se encuentra en marcha por el 25 Aniversario y cuya recaudación estará destinada al Banco de Alimentos . Seguiremos Informando Seguir a @carmentejon

## Allò que Charlie sendugué

**Lunes, 26 de enero de 2015**

Avui fa vint dies de latemptat a Charlie Hebdo, un temps suficient per veure què sha escrit en les columnes dopinió, especialment a França però també al món sencer. Els articles que nhan parlat han manifestat, en primer lloc, el rebuig més absolut a la barbàrie que va significar aquell atac i a les morts que hi va haver el 7 de gener i els dos dies següents, a França. En general, tal i com van fer la majoria dels informatius dels mitjans els primers dies, lopinió escrita sha referit als seus autors com jihadistes, islamistes radicals o terroristes islàmics. Gairebé al mateix moment que es condemnava l'atac a Charlie Hebdo, es reivindicava el dret a la llibertat d'expressió, a riures de tot i de tothom, com l'exercici d'aquest dret fonamental i expressió mateixa de la laïcitat de què sempre ha fet gala la República Francesa. És clar que també hi va haver qui es va preguntar on eren els límits d'aquesta llibertat i si acabaven allà on es vulneraven altres drets com el de l'honor o les creences religioses, morals o polítiques de cadascú. A França, que jo sàpiga, la blasfèmia no és delictes i això és precisament del que shan fet gala revistes satíriques com Charlie Hebdo o el Canard Enchaîné, que no hi ha límits en aquest sentit. Per això latemptat va ser una càrrega de profunditat contra una manera de ser que, agradi o no, encara és majoritària a França. Amb el que ens enfrontem ara tots plegats no és si aquests atemptats ens han de fer reconsiderar els límits de la llibertat d'expressió perquè, si a algú no li agrada un acudit, una opinió o una informació, pot defensar-ho responent-hi i contraposant la seva opinió o, si creu que els seus drets o la seva dignitat han estat vulnerats, pot recórrer als tribunals. El debat de fons és, com incidiran aquests fets en la pròpia autocensura, que és de totes les censures, la més forta i la que més afecta la pròpia llibertat de consciència. La por a les conseqüències que poden tenir les opinions expressades en públic o la sàtira i l'humor sobre determinades creences i ideologies pot acabar fent més mal al pluralisme de les idees i al pensament crític, que qualsevol altre restricció que els conservadors de signe divers i els totalitaris, ens vulguin imposar amb l'excusa de no provocar i ofendre la fe dels altres, com aquesta mateixa setmana sha encarregat de recordar-nos el Papa Francesc. L'altra gran repte que tenim al davant dels mitjans de comunicació i que sha tornat a posar damunt de la taula amb aquests últims atemptats és el de desvincular les practiques violentes d'aquests grups amb uns creients que són majoritàriament pacífics. Els autors dels atemptats de París, com els que des de fa temps es reivindiquen com guerrers per la causa d'Al·là, no tenen res a veure amb els creients musulmans que omplen mesquites i oratoris arreu d'Europa. Són aquests mateixos grups, (ISIL, Al Qaeda i Boko Haram), els que exporten el seu règim de terror a països com Síria, Iraq i Nigèria, de majoria musulmana i són els creients musulmans, les seves primeres i més nombroses víctimes. Mentre els mitjans centraven la seva atenció exclusivament en uns atemptats execrables, eren centenars els morts que aquests grups continuaven fent, cada dia, entre la població que diuen defensar i que volen salvar i alliberar. Crec que és exigible un exercici de major responsabilitat dels professionals del periodisme i dels opinadors

**Audiencia:** 3.143

**Ranking:** 4

**VPE:** 8

**Página:** 2

**Tipología:** blogs

dels mitjans, perquè es deixi d'adjectivar els autors datemptats amb termes com islàmics o musulmans i es parli d'ells amb els noms de les seves organitzacions criminals, sense cap més atribut. Associar els seus actes a la religió islàmica condueix indefectiblement al creixement d'un sentiment d'islamofòbia que, afegit a la propaganda que els propis grups ja s'encarreguen de fer, és cada dia més estès, arrelat i difícil de combatre i és, precisament aquest, l'objectiu que busquen: l'enfrontament civil, una guerra de religions a la qual, de cap manera hem de fer el joc.