

RESUMEN DE PRENSA

I DE FEBRERO DE 2024

División de Comunicación y RR.EE

MEDIASET*españa.*



ANÁLISIS

LAS PLATAFORMAS DE VÍDEO DESAFÍAN A LOS GRANDES DE HOLLYWOOD

La guerra del ‘streaming’ llega a la gran pantalla

Netflix y Apple lideran las nominaciones a los Oscar por delante de Disney y el resto de grandes estudios históricos. En pocos años los grupos de vídeo se han convertido en protagonistas de la gran fiesta de Hollywood. **Por Javier G. Fernández**

La guerra del *streaming* ha pasado de la pequeña a la gran pantalla. A poco más de una semana de que la Academia de Hollywood anuncie los ganadores de los Oscar en el teatro Dolby de Los Ángeles, son dos plataformas de vídeo bajo demanda, Netflix y Apple, las que lideran la carrera de las nominaciones. En los últimos años estas empresas se han convertido en protagonistas de la gran fiesta del cine, gracias a sus enormes presupuestos y a una menor aversión al riesgo que los estudios tradicionales, lo que les permite atraer a los grandes nombres de la industria y financiar proyectos más arriesgados.

Con 18 candidaturas, incluida una a la mejor película por *Maestro*, la película biográfica de Leonard Bernstein que interpreta y dirige Bradley Cooper, Netflix lidera el ranking como el estudio con más nominaciones; le sigue Apple, con 13. De estas, diez son para *Los asesinos de la luna*, entre ellas la de mejor película, mejor director (Martin Scorsese) y mejor actriz principal (Lily Gladstone).

A partir de ahí –ver gráfico adjunto– comienzan a aparecer los tradicionales *majors* de Hollywood: Searchlight, Universal, Warner Bros... Disney suma un total de 20 nominaciones, aunque repartidas entre sus diversas marcas y plataformas: 20th Century Studios, Disney+, Hulu, Lucasfilm, Marvel Studios, National Geographic Documentary Films, Pixar Animation Studios y Searchlight. A24, el estudio independiente que el año pasado triunfó con *Todo a la vez en todas partes*, opta a siete estatuillas.

No es la primera vez que Netflix arrasa en las nomina-

Netflix opta a ganar 18 estatuillas en los Oscar, incluyendo el de mejor película por ‘Maestro’

Apple es el único servicio de ‘streaming’ que ha ganado el premio a mejor película

ciones. Pero esto no se ha traducido en muchas victorias. Desde 2013, cuando entró en el radar de la Academia con su documental *The Square*, ha obtenido 141 nominaciones pero solo 21 estatuillas. Y ninguna a mejor película. El premio gordo que persiguen todos los estudios y que todavía se le resiste. Lo rozó en 2019 con *Roma*, de Alfonso Cuarón, pero el galardón acabó –no sin polémica– en *Green Book*. Desde entonces ha encadenado importantes decepciones. La última fue el año pasado con *El poder del perro*, firme favorita con 12 nominaciones que acabó llevándose únicamente el premio a la mejor dirección.

En el pasado, algunos han atribuido la falta de victorias de Netflix a que Hollywood desconfía de recompensar al servicio de *streaming* con los principales premios debido a cómo ha rechazado las tradicionales ventanas de estreno en las salas de cine, requisito indispensable para optar a los premios de la Academia y una pieza sagrada de la industria cinematográfica.

Apple, el único en ganar Desde que en 2016 *Manchester by the Sea*, distribuida por Amazon Studios, lograra la

NOMINACIONES A LOS OSCAR POR DISTRIBUIDOR					
■ Estudios propiedad de Disney			■ Plataformas de streaming		
>2022			>2023		
Netflix	27		A24	17	
Disney	16		Netflix	14	
Warner Bros	16		Warner Bros	12	
Searchlight	10		Disney	10	
20th Century Studios	8		Searchlight	10	
MGM	8		Paramount	9	
Focus Features	7		Universal	8	
Apple	6		Focus Features	7	
Neon	6		Neon	4	
Amazon Studios	6		Orion Pictures	2	
>2024			>2024		
Netflix	18		Netflix	18	
Apple	13		Apple	13	
Searchlight	13		Searchlight	13	
Universal	13		Universal	13	
Warner Bros	9		Warner Bros	9	
A24	7		A24	7	
Neon	7		Neon	7	
Disney	5		Disney	5	
Focus Feature	5		Focus Feature	5	
Amazon MGM Studios	5		Amazon MGM Studios	5	

Expansión

Fuente: elaboración propia y Variety

primera nominación a mejor película para una plataforma de vídeo bajo demanda, los grupos de *streaming* no han dejado de ganar peso en la ceremonia más importante de la industria del cine.

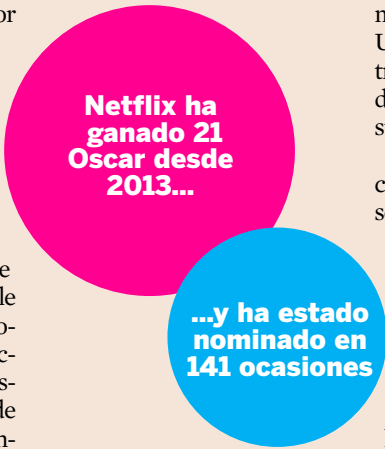
De momento, el único que ha logrado llevarse este codiciado galardón fue Apple en 2022 con *CODA*, una modesta producción que la tecnológica compró para su distribución por 22 millones de dólares en el festival de Sundance.

Mucha más ambiciosas han sido sus últimos filmes: *Los asesinos de la luna* y, sobre todo, *Napoleón*, dirigida por Ridley Scott, con un presupuesto de alrededor de 200

millones de dólares cada una. Un importe que los estudios tradicionales difícilmente podrían justificar sin recurrir a superhéroes o sables láser.

Desde que en 2019 el fabricante del iPhone lanzara su servicio de *streaming*, la compañía ha priorizado la calidad sobre la cantidad. De hecho, es la única plataforma en la que todos sus contenidos son originales. Para ello ha reclutado a grandes estrellas de Hollywood como Alfonso Cuarón, Tom Hanks, Tom Holland o Idris Elba. Esto se refleja en los premios a los que opta: en 2021 obtuvo su primera nominación a los Oscar, tres años más tarde son más de una docena.

Pese a que la pandemia ha dejado muy tocado el negocio de las salas de cine, los gigantes del *streaming* no renuncian a exhibir allí sus producciones. Al contrario. Apple se ha comprometido a gastar 1.000 millones de dólares en la producción de películas para los cines. Esa apuesta, que incluye próximos títulos como *Argylle*, de Matthew Vaughn, coincide con la de su rival Amazon, que anunció planes similares para invertir en estrenos de taquilla el año pasado. Amazon cerró la compra de los históricos estudios MGM en marzo de 2022 por 8.500 millones de dólares y tuvo un gran éxito con el estreno de *Creed III* a principios de esta primavera.





'Los asesinos de la luna', de Apple.

APPLE

Grandes nombres y muchos millones para conquistar Hollywood

Apple desembarcó en 2019 en el negocio del 'streaming' con su plataforma de vídeo bajo demanda Apple TV+. Lo hizo con una hoja de ruta clara: un catálogo corto, sin programas de terceros y con producciones de alta calidad. Tras invertir en programas de televisión de éxito como 'Ted Lasso', la empresa quiere replicar esta estrategia en el cine. Para ello ha apostado por llevar a cabo grandes producciones para las salas de cine como 'Asesinos de la luna' y 'Napoleón', cuyos presupuestos rondan los 200 millones de dólares. Unas cifras que muy pocos estudios en Hollywood pueden alcanzar. La tecnológica ha reclutado a pesos pesados de la industria como Martin Scorsese,

Robert De Niro, Leonardo Di Caprio o Ridley Scott. El objetivo es doble: por un lado, estrenar en cines y competir por los grandes premios permite atraer a las grandes estrellas a sus proyectos, lo que a su vez les ayuda a dar conocer su plataforma de vídeo y sumar nuevas suscripciones. Se calcula que Apple TV+ tiene entre 20 y 40 millones de abonados, menos que rivales como Netflix y Disney+. En 2022 logró llevarse el Oscar a mejor película con 'CODA', convirtiéndose en el primer servicio de 'streaming' en conseguirlo. Para repetir este éxito, la compañía ha anunciado que planea invertir 1.000 millones de dólares al año en películas que primer se estrenarán en cines.



'American Fiction', de Amazon MGM Studios

AMAZON

Mil millones al año para películas

Amazon quiere hacerse un hueco en la industria del cine y está dispuesto a jugar fuerte para conseguirlo. El mayor grupo de comercio electrónico del mundo planea invertir 1.000 millones de dólares al año (920 millones de euros) en la producción de películas, según adelantó 'Bloomberg' el año pasado. El objetivo de la compañía es grabar entre 12 y 15 películas al año que se estrenarán en los cines y después se ofrecerán en su plataforma Amazon Prime Video, siguiendo de este modo una estrategia radicalmente diferente a la de Netflix que directamente lanza las películas en su servicio. Con este volumen de películas, Amazon se situaría al nivel de estudios centenarios como Paramount. Para dar un impulso a su negocio de vídeo, el grupo adquirió el

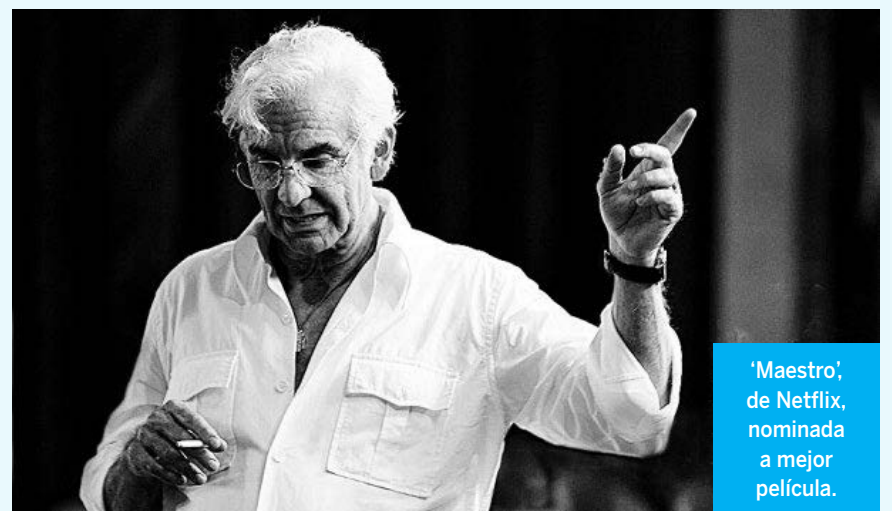
año pasado Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) por 8.500 millones de dólares y lo fusionó con sus estudios. Amazon anunció hace unas semanas que despedirá a cientos de trabajadores de los estudios y la división de 'streaming'. Estos ceses se suman a los más de 27.000 puestos de trabajo que recortó el año pasado. Amazon logró su primera nominación a los Oscar en 2016 con 'Manchester by the sea'. En la edición de este año, el grupo ha logrado seis candidaturas, todas ellas por la película 'American Fiction': un drama protagonizado por Jeffrey Wright sobre un profesor de inglés y escritor que escribe una novela satírica bajo seudónimo con la intención de denunciar la hipocresía de la industria editorial.

NETFLIX

Al líder del 'streaming' se le resisten los Oscar

Año tras año Netflix aparece entre los estudios con más nominaciones a los Oscar, aunque esto no se ha traducido en demasiados galardones. Con una inversión anual en contenido original de alrededor de 17.000 millones de dólares al año, la más alta de la industria, la cantidad de contenido que produce la compañía es ingente. Esto le ha permitido optar a muchos premios pero hasta la fecha se le han resistido los principales galardones. Durante años, Netflix ha primado la cantidad sobre la calidad de los contenidos. En 2020, por ejemplo, Netflix anunció que planeaba estrenar una nueva película cada semana. "Estábamos haciendo crecer un estudio nuevo. Llevábamos pocos años en esto y nos enfrentábamos a empresas centenarias", explicaba en una entrevista

reciente Scott Stuber, el responsable de la división de películas de la plataforma durante los últimos seis años. "Así que tienes que preguntarte: ¿Cuál es tu modelo de negocio? Y durante un tiempo fue simplemente asegurarnos de que teníamos suficiente. Necesitábamos volumen". Esto ha cambiado ahora. Netflix ha dado un giro a su estrategia y ha optado por hacer menos filmes pero de mayor envergadura. En lugar de hacer unas 50 películas al año, el objetivo es apostar por entre 25 y 30. Un ejemplo es la reciente 'Rebel Moon', una aventura galáctica con un presupuesto de 166 millones de dólares. "Ahora mismo, no intentamos alcanzar un número determinado de estrenos. Se trata de hacer aquello en lo que creemos", concluye Stuber.



'Maestro', de Netflix, nominada a mejor película.

TELEVIDENTE

El mensaje es el mensajero

BRUNO
PARDO PORTO

Al principio, el mensaje era el mensaje, pero la vida era muy aburrida, como una contabilidad de las gaviotas, así que un buen día McLuhan aventuró que el mensaje, en realidad, era el medio. Con eso tiramos horas de tertulia y felicidad, porque ya no había que discutir ideas sino técnicas de comunicación, la agresividad del verbo, el lenguaje corporal, la limitación de los ciento cuarenta caracteres, la polarización de los algoritmos, los tempos del discurso, las miradas que se cruzan en una votación. De pronto, la actualidad era una discusión narrativa, y hubo críticos de cine que se metieron a

cronistas parlamentarios, y activistas que acabaron como críticos de cine, todos muy concienciados con las palabras, con el símbolo, con el gesto, porque era la representación de la realidad lo que podía cambiar las cosas: todos eran poetas, también. ¡Dadme una metáfora y moveré el mundo! En esas, por lo que sea, las redacciones de los periódicos se fueron haciendo cada vez más pequeñas, pero los gabinetes de comunicación no dejaban de crecer.

Cansado ya de ese viejo cuento, Pedro Sánchez, un doctor en teoría de la información en potencia, un creador de teoría, mejor dicho, ha decidido que es hora de dar un paso más, porque el progreso es un destino en sí mismo y la quietud una muerte segura. Ya el mensaje es el mensajero,

y la fachosfera, 'fachosphere' al otro lado de los Pirineos, el nuevo mantra, algo así como un animal no tan mitológico con cabeza de cayetano, puños de falangista y cola de pangolín.

El invento tiene la gravedad de un giro copernicano, y es el equivalente político a que el arte es el artista: aquello valía para dignificar un urinario y esto sirve para ennoblecer la causa que uno necesite para mantenerse en el poder. Si el arte es lo que diga el artista, el progreso es lo que dice el progresista. La solución es definitiva, y funciona a la inversa: todo lo que diga un facha es facha.

Solucionado ya el problema milenario del bien y el mal, solo queda terminar de asentar la idea de que el verdadero poder lo ejercen los medios de comunicación y no el Gobierno, próximo reto del presidente. Esto es: demostrar que Pablo Motos es más peligroso que Grande-Marlaska. De aquí a Melilla.

Franganillo mejora a Piqueras, pero Telecinco sigue en mínimos

► TVE es la cadena que más crece en un enero que vuelve a liderar Antena 3 por vigesimoséptimo mes consecutivo

LUCÍA CABANELAS
MADRID

Malas noticias para Telecinco. Había muchas expectativas en el fichaje de Carlos Franganillo por la cadena, que fio una mejora en sus datos de audiencias al relevo generacional en la segunda edición de su informativo. Y aunque el periodista ovetense, en activo con Mediaset desde mediados de mes, mejoró los datos de Pedro Piqueras en la misma franja del año pasado con un 9,8% de cuota de pantalla, no salvó a Telecinco de otro mínimo, registrando en esta ocasión el peor enero de su historia.

Todo lo contrario que TVE, que firmó el mejor arranque de los últimos seis años. Según datos de Barlovento Co-

municación, 36 millones de espectadores únicos vieron La 1 en enero, que anotó un 10,4% de 'share' y es la cadena que más crece, gracias en parte al fútbol, como demuestra la prórroga del derbi madrileño de Copa del Rey, lo más visto del año con una audiencia media de casi seis millones de espectadores.

Hasta aquí las novedades en el balance mensual de las audiencias de enero. En cabe-

za, de nuevo, Antena 3, que sigue distanciándose de sus competidores con otro buen dato. La cadena principal de Atresmedia se asienta en un liderazgo que ostenta ya desde hace 27 meses.

Líder en 'prime time'

A cargo de Vicente Vallés, la segunda edición de los informativos de Antena 3 se asienta como la más vista del 'prime time' y se distancia de la de Telecinco en más de ocho puntos. Además, la cadena logra los cinco programas más vistos del mes: 'Pasapalabra', 'El Hormiguero', 'El Desafío', 'Pasapalabra: noche de campeones' y 'La ruleta de la suerte'.

Por su parte, a una distancia considerable de las autonómicas está La Sexta, que supera a Cuatro en casi un punto. Los buenos datos sonríen a Atresmedia, que también supera a Mediaset como grupo a pesar de tener un canal menos.



Pedro Piqueras

Carlos Franganillo

EL CINE EN TELEVISIÓN

POR OTI RODRÍGUEZ MARCHANTE

★★★★ MUY BUENA ★★★ BUENA
★★ INTERESANTE ★ REGULAR ● MALA

'Zodiac'

EE.UU. 2007. Intriga. 158 m. Dir: David Fincher. Con Jake Gyllenhaal, Robert Downey Jr., Mark Ruffalo.

22.00 BeMad ★★★★★

El director de 'Seven' o 'El club de la lucha', tan brillante y provocador, se enfrenta aquí a una historia también con psicópata y con alto grado de provocación, en este caso narrativa. Un thriller sobre el llamado asesino del zodiaco, que mató a numerosa gente durante más de una década y que se carteaba con la policía y medios de comunicación. El punto de vista de la película es el de las pesquisas de unos detectives y unos periodistas, tan descolocados como el propio espectador ante los hechos visibles e invisibles del asesino. Es un thriller, sí, pero es más un magnífico y frustrante análisis de los procesos de investigación y periodismo.



'La estrella del sur'

14.50 Trece ★★

Francia. 1969. Aventuras. 102 m. Dir: Sidney Hayers, Con George Segal, Ursula Andress, Orson Welles.

Extravagante juego entre la comedia, la intriga y la aventura cuyo mayor interés es ver en ella a la imponente Ursula Andress, que nunca fue una gran actriz pero adornaba el plano como nadie, y a un Orson Welles puesto a secar en la historia. La desaparición de un diamante es el detonante de un argumento para que se divierta George Segal.

'No lo llores amor, llámalo X'

0.05 La Sexta ★★

España. 2011. Comedia. 97 m. Dir: Oriol Capel. Con Paco León, Kira Miró, Julián López. Guionista de gran ingenio y desparpajo, creador de personajes y series incorrectas y descacha-

rrantes, Capel dirige esta comedia altamente irreverente sobre un director de cine porno en la que destacan la gracia un punto obscena, buscando siempre las líneas, como los buenos tenistas, y la natural chispa de Julián López y la belleza de Kira Miró.

'La jungla'

22.00 Paramount ★★

Australia. 2017. Drama, aventuras. 115 m. Dir: Greg McLean. Con Daniel Radcliffe, Thomas Kretschmann, Alex Russell. Aventura exótica, tenebrosa y de supervivencia en la selva boliviana, cuyo personaje (real) Yossi Ghinsberg se adentra en la jungla con afán explorador y para descubrir y conocer tribus perdidas. Radcliffe, ya sin su varita mágica, interpreta con pasión y entrega física a ese hombre que luchará contra los elementos y las paranoias tras la pista de El Dorado de Lope de Aguirre.

PARRILLA DEPORTIVA

16.30 Tenis. WTA 500 de Linz. En directo. TDP

20.00 Baloncesto. Euroliga: Alba Berlín-Valencia. En directo. M+ Deportes 2

20.00 Fútbol. Partido amistoso: Inter Miami-Al Nassr. En directo. DAZN

20.30 Baloncesto. Euroliga: Bayern-Olympiacos. En directo. M+ Deportes 3

20.30 Baloncesto. Euroliga: Baskonia-Maccabi. En directo. M+ Vamos

20.30 Fútbol. Premier League: West Ham-Bournemouth. En directo. DAZN

20.45 Baloncesto. Euroliga: Real Madrid-ASVEL Lyon-Villeurbanne. En directo. M+ Deportes

20.54 Fútbol. LaLiga EA Sports: Getafe CF-Real Madrid CF. En directo. M+ LaLiga TV

21.00 Fútbol. Premier League: Wolverhampton-Manchester United FC. En directo. DAZN



ALBERTO R. ROLDÁN

El Grupo lidera por noveno mes consecutivo

suerte», todos líderes absolutos, al igual que el estreno de «Atrapa un millón» en la noche del sábado y que «Y ahora Sonsoles», que amplía su liderazgo en la tarde. Antena 3 tiene también el mayor número de series más vistas del mes con «Entre Tierras», que debuta líder y es el estreno de ficción nacional más visto de las privadas en temporada, «Amar es para siempre», también líder y la serie diaria más vista y los títulos internacionales más seguidos: «Hermanos», «Secretos de familia» y «Pecado original».

Al liderazgo de Antena 3 como cadena más vista, hay que añadir nuevamente en enero el de Atresmedia TV como grupo líder, pese a tener un canal menos que su competidor. Así, Atresmedia TV lidera por 9º mes consecutivo, creciendo en el inicio de año +0,7 puntos respecto a diciembre, un resultado con el que se sitúa a +1,7 puntos de su rival. También vuelve a ser otro mes el grupo líder en prime time (26,8%), a +2,2 puntos de su adversario, y por el que más personas pasan cada día, con cerca de 18,6 millones de espectadores únicos cada día, además del más visto en diferido.

laSexta (6,3%) también sube (+0,3 puntos vs diciembre) y suma otro mes como la tercera cadena privada más vista, por delante de su competidor, y ya son 31 de manera ininterrumpida. También se sitúa por delante de su adversario en target comercial (7,5% vs 6,4%). En la mañana, «Aruser@s» (17,7% y 406.000) continúa imbatible y encadena 19 meses ininterrumpidos de liderazgo y «Al Rojo Vivo» (10,8% y 456.000) sube y es el programa de mayor aportación a la cadena. Este mes, llegan nuevas entregas de «Lo de Évole» y, junto a «El Intermedio» y laSexta Noticias, vuelven a situarse como los contenidos más vistos a diario en la cadena.

En cuanto a las cadenas temáticas del grupo –Nova, Neox, Mega y Atreseries– experimentan una notable subida de +0,7 puntos respecto al mismo mes de 2023, hasta el 7,6% de cuota conjunta, logrando su máximo de temporada y su mejor enero en 6 años. Con Nova (2%), como cadena femenina líder, Neox (2%) con sus mejores registros en target comercial (2,7%), Mega (1,8%) firmando su mejor mes desde agosto de 2020 y atreseries (1,9%) con su mejor enero histórico.

Atresmedia TV es de nuevo el Grupo audiovisual más visto, con subida, y laSexta vuelve a imponerse a su rival un mes más

Antena 3 crece en enero y refuerza su liderazgo

Luis R. Camero. MADRID

Atresmedia TV comienza el año como acabó: líder absoluto de audiencia. En enero, vuelve a ser la televisión preferida por los espectadores, subiendo y logrando de nuevo la triple corona: Atresmedia TV (26,9%) repite como el grupo líder, pese a tener un canal menos que su competidor, Antena 3 (13%) encadena 27 meses como la cadena líder y laSexta (6,3%) vuelve a imponerse a su rival. Un triple liderazgo que vuelve a respaldar su modelo televisivo de forma absoluta en el comienzo de 2024.

Antena 3 arranca el año reforzando su hegemonía como la cadena líder, prolongando así su mayor racha histórica de liderazgo. Sube (+0,3 puntos vs diciembre) y mejora su audiencia en enero, marcando una enorme ventaja sobre sus competidores y concretamente a +3,2 puntos frente a su adversario directo. Otro mes más, Antena 3 se alza con los informativos, los programas y el mayor número de series más vistas de la televisión. Es la cadena por la que más gente pasa cada día, con cerca de 12,3 millones de

espectadores únicos (u/u) a diario, y consigue las emisiones no deportivas más vistas del mes, con Antena 3 Noticias, «El Hormiguero» y «Pasapalabra». Su incontestable liderazgo también queda reflejado en el número de veces que se sitúa como la TV líder: es la cadena más vista en el 80% de los días de enero. También vuelve a ser la cadena líder del prime time por 30º mes ininterrumpido. Logra un 14% de cuota en el horario de máxima audiencia, aumentando a +5,1 puntos la ventaja con su inmediato competidor. En el horario estelar también es la cadena líder en target comercial. Del mismo modo, repite como la cadena más vista en las franjas de mayor consumo, ya que, además del prime time, vuelve a ser la cadena más vista en la sobremesa (16,8%)

y la tarde (11,8%), donde amplía su liderazgo de lunes a viernes (12,5%). Además, lidera también la mañana de L-V (13,2%, +0,4 puntos sobre su inmediato competidor). En enero, Antena 3 continúa imbatible en informativos, que siguen arrasando como los más vistos de la televisión. Antena 3 Noticias suma 49 meses de liderazgo de forma consecutiva, aumentando la distancia frente a su competidor a +8,3 puntos, la ma-

Es la cadena de televisión por la que más gente pasa cada día, cerca de 12,3 M de usuarios únicos

yor desde noviembre de 2022. Todas sus ediciones son líderes, consiguiendo una media de más de 3,4 millones de espectadores únicos cada día. Antena 3 Noticias 1 (21,7% y 2.209.000) encadena 72 meses de liderazgo consecutivo en la sobremesa. Antena 3 Noticias 2 (17,9% y 2.350.000) es el contenido regular más visto de la televisión. Cumple 42 meses como el informativo líder del prime time. Antena 3 Noticias Fin de Semana (16,1% y 1.833.000) suma también 42 meses como la opción informativa más vista del fin de semana.

Los programas de entretenimiento más vistos del mes vuelven a estar en Antena 3 con «Pasapalabra», «El Hormiguero», «El Desafío», «Pasapalabra: Noche de campeones» y «La ruleta de la

ENTRETENIMIENTO | CONOCIMIENTO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

FICCIÓN

Comienza el rodaje de 'La Favorita 1922', la nueva serie de Mediaset

AGENCIAS

Dos mujeres decididas a dejar atrás un pasado peligroso y amenazante encuentran una oportunidad para dar un giro a sus vidas: abrir un restaurante en el Madrid de los años 20. Este es el punto de partida de las tramas de *La Favorita 1922*, nueva ficción que Mediaset prepara para su próxima emisión en Telecinco y cuyo rodaje acaba de comenzar.

Esta producción estará protagonizada por Verónica Sánchez en el papel de Elena de Valmonte, una aristócrata adelantada a su tiempo, y Luis Fernández como Julio, el propietario del local. Junto a los protagonistas, *La Favorita 1922* reúne en su elenco a Andrea Duro, Maribel Salas, Elena Maroto y Raquel Querol dando vida a Ana, Lourdes, Rosa y Cecilia, empleadas del restaurante; Fernando Cayo como César, el suegro de Elena Valmonte; Joel Sánchez en la piel de Roberto, camarero y amigo de Julio; Javier Lago y Manuel de Andrés como el mafioso Don Benito y su secuaz Armando; y Ángela Vega interpretando a Consuelo, la dueña del colmado.

La lucha por los sueños, el amor, la intriga, la resiliencia y la pasión por la cocina se entrelazan en el eje narrativo de este nuevo proyecto de ficción, el primero que la cadena produce en colaboración con Bambú Producciones.

En Sevilla en 1922, la marquesa Elena de Valmonte (Verónica Sánchez), una mujer culta y de posición privilegiada, pasa horas en los fogones junto al servicio volcando su energía en su gran pasión, cocinar, mientras se siente atrapada en un matrimonio infeliz con Adolfo, su autoritario marido que la menosprecia a la menor ocasión, y anhela llevar otra vida. Una noche, tras ofrecer una de sus famosas cenas en su palacete, Elena y Cecilia (Raquel Querol), su fiel doncella, se ven envueltas en un desafortunado incidente que cambiará sus vidas para siempre.



Cartel de la producción.



JP, Issa y Pedro, están decididos a hacer lo que sea necesario para ser más 'cool'.

Clan pone el acento en febrero en el uso responsable de internet

El canal infantil de RTVE también apoya la exploración espacial y el Día de la Mujer y la Niña en la Ciencia y estrena 'Los amigos del bloque Slip' y 'Middlemost Servicio postal'

SPC

Clan empieza el mes de febrero con muchas novedades. La canal infantil de RTVE promueve tres nuevas campañas centradas en el uso responsable de internet, los misterios del espacio y la exploración espacial, y el Día de la Mujer y la Niña en la Ciencia, que se difundirán a través del canal, la web y sus redes sociales. Además, los más pequeños podrán disfrutar de dos nuevas series: *Los amigos del bloque Slip* y *Middlemost Servicio postal*.

'UNA INTERNET MEJOR'. Esta iniciativa busca fomentar el conocimiento sobre las nuevas tecnologías y sus peligros, y cuenta con el apoyo de la Agencia Española de Protección de Datos. Son 15 piezas con mensajes como: «Solo comparte en Internet lo que en tu casa también podrían ver»; «¿Hablas en la calle con quien no conoces? Pues no lo hagas tampoco en Internet»; o «En las redes, ¡pasa de los likes y sé cómo tú eres!».

'EXPLORACIÓN ESPACIAL'. Esta campaña, compuesta por 13 piezas, animará a todos los niños a interesarse sobre el espacio y la exploración espacial. A lo largo del mes, el canal irá dando respuesta a preguntas y curiosidades como qué es una galaxia, cuál es el récord de permanencia ininterrum-



Parker y el antiguo capitán de barco Angus se embarcan en disparatadas aventuras.

pida de un astronauta en el espacio, o por qué los astronautas entrenan en una piscina.

Asimismo, del 9 al 11 de febrero, estas tres piezas coincidirán con el Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia, que se celebra el 11 de febrero. Una fecha importante para recordar a todas las mujeres de la comunidad científica y tecnológica y para que las más pequeñas encuentren la inspiración

y las ganas de aprender y luchar por la igualdad.

Además, a partir del 19 de febrero, Clan estrenará *Los amigos del bloque Slip*. Cansados de ser unos perdedores desde el jardín de infancia, JP, Issa y Pedro, están decididos a hacer lo que sea necesario para ser más *cool*. Para lograr este objetivo, deberán completar una misión al día. Este verano es su última oportunidad para convertirse

en unos chicos súper geniales. Por encima de todo, la serie anima a nuestros tres héroes a aceptarse a sí mismos tal como son.

Poco después, a partir del día 26, llegará *Middlemost Servicio postal*. Una nube de lluvia reformada, un cartero marino naufragado y una morsa mágica se unen para formar Middlemost Post, el servicio postal más loco y adorable de monte Middlemost.

El guionista **Julían Sastre**, graduado en Comunicación Audiovisual en Salamanca, es uno de los creadores de la serie, que acaba de estrenar su cuarta temporada en Telecinco con un 9,7% de *share*

Tintas charras en 'El Pueblo'

CELIA LUIS

Salamanca—Su pasión por el mundo rural y el mundo audiovisual se entremezclan para dar vida a los personajes de la serie 'El Pueblo'. El guionista Julián Sastre, graduado en Comunicación Audiovisual y en el Máster de Guión en la Universidad Pontificia de Salamanca, es uno de los creadores de la comedia, que acaba de estrenar su cuarta temporada en Telecinco con elevadas cifras de audiencia. 'El Pueblo', que narra la historia de varios urbanitas que deciden salir de la ciudad para instalarse en Peñafría, una aldea abandonada de Soria, arrancó esta semana con un 9.7% de cuota de pantalla y cerca de un millón de espectadores.

“Se estrenó en Amazon Prime Video en abril de 2023 y ahora en Telecinco. La recepción ha sido buenísima en ambos formatos. Fue una de las series más vistas este verano en la plataforma y con ese dato el premio ya está logrado”, detalla Julián, que considera a Salamanca como su segunda casa ya que además de estudiar, parte de su familia sigue residiendo en la ciudad.

Todos los lunes en *prime time*, los espectadores pueden disfrutar de los ocho capítulos y de los nuevos personajes que revolucionarán las vidas de los habitantes de Peñafría. Nuevos moradores llegan al pueblo para consolidar negocios, participar en un ambicioso proyecto cinematográfico o combatir el narcotráfico en la provincia. “Esta temporada trae consigo tramas nuevas. Una que me hace especial gracia es la posible relación de amor entre Arsacio y Damaris, una chica latina, pues su manera rígida de ver la vida va cambiando cuando le empieza a gustar alguien que a priori no entra en sus esquemas, se observa su evolución y ese punto es bonito”, expresa.

Para escribir sobre la España rural, eje fundamental de la serie, Sastre se inspira en algunos de los momentos más especiales de su infancia en Villagutiérrez, un pequeño pueblo de la provincia burgalesa, al que sigue yendo siempre que puede para poder desconectar de la ciudad y conectarse con la naturaleza. “Es fundamental poseer una mirada rural que sirva de inspiración. Los personajes de ‘El Pueblo’ tienen aires de mis abuelos, de ciertos señores mayores que te marcan. El día que creas una serie sobre el mundo rural depositas en ella esos detalles”, cuenta.

A pesar de ello, el guionista afirma que la vida en el pueblo, actualmente, es muy complicada: "No estamos dispuestos a rechazar ciertas ventajas y servicios de la ciudad por volver a repoblar los pueblos, aunque no somos conscientes de la diferencia que existe entre despertarse.

abrir la puerta y encontrar naturalmente a levantarse y coger el móvil”.

Julián Sastre posee un largo recorrido en el mundo audiovisual desde sus inicios, ya que también ha tra-

bajado en la serie 'Siete Vidas' como jefe de guión antes de que terminara el Máster que estaba cursando. Así como en la serie 'Aída', donde ejerció como productor ejecutivo.



GADIS

2ª unidad a mitad de precio
En productos señalizados
¡APROVÉCHALO!

CAFÉ MOLIDO
Marcilla, Natural o mezcla, 250 g (11,80€ Kilo)
Llevando 1 unidad **2,95€**
Llevando 2, la unidad sale a **2,22€** (8,88€ Kilo)

La 2ª UD. sale a **1,48€** (5,92€ Kilo)

GARBANZOS EXTRA O LENTEJAS PARDINAS
El Hostal, 1 kg
Llevando 1 unidad **3,84€**
Llevando 2, la unidad sale a **2,88€**

La 2ª UD. sale a **1,92€**

VINO RIBERA DUERO CRIANZA
Durón, Botella 75 cl (10,65€ Litro)
Llevando 1 unidad **7,99€**
Llevando 2, la unidad sale a **6,00€** (8,00€ Litro)

La 2ª UD. sale a **4,00€** (5,33€ Litro)

DETERGENTE LÍQUIDO MARSELLA

Volmatic, 4 L, 50 Lavados (0,14€ Dosis)
Llevando 1 unidad **6,75€**
Llevando 2, la unidad sale a **5,07€** (0,10€ Dosis)

La 2ª UD. sale a **3,38€** (0,07€ Dosis)

CREMA
Dalky, Duo Chocolate Pack 4x90 g (6,92€ Kilo), Fresa Nata o Chocolate Nata Pack 4x100 g (6,23€ Kilo)
Llevando 1 unidad **2,49€**
Llevando 2, la unidad sale a **1,87€** (90 g) (5,19€ Kilo), 100 g (4,68€ Kilo)

La 2ª UD. sale a **1,25€** (90 g (3,47€ Kilo), 100 g (3,13€ Kilo))

MANZANA GOLDEN
Bolsa 2 kg, Unidad (1,28€ Kilo)
Llevando 1 unidad **2,55€**
Llevando 2, la unidad sale a **1,92€** (0,96€ Kilo)

La 2ª UD. sale a **1,28€** (0,64€ Kilo)

Precios válidos del 1 al 7 de febrero de 2024 para los Gadis de Castilla y León.

paralimpicos

¿ERES DE NUESTROS CLIENTES MÁS APPLICADOS?

GADIS + 12:46h
Registra todas tus compras en la APP. Este mes, si superas los 200€ en tickets te regalaremos 5€ en marzo.

Del 1 al 29 de febrero. No aplicable a Gadisline.com

VILAGARCIANO CONCURSANTE DE “BAILANDO CON LAS ESTRELLAS” Bruno Vila –uno de los tres integrantes de “Mozos de Arousa”– triunfa con su carisma en el nuevo concurso de Telecinco “Bailando con las estrellas”. Asegura que está aprendiendo y, sobre todo, disfrutando al máximo.

Bruno Vila | “Me lo estoy pasando en grande y noto mucho el apoyo de la gente”

FÁTIMA FRIEIRO VILAGARCÍA

Es uno de los chicos de moda no solo en Vilagarcía y en O Salnés, sino en toda España. Su participación –junto a sus amigos Borjamina y Raúl Santamaría– en el concurso “Reacción en cadena” de Telecinco lo ha catapultado a la fama como parte fundamental de los “Mozos de Arousa”. Ahora también brilla en otro plató de televisión, el de “Bailando con las estrellas”. Bruno Vila es un embajador de su tierra y, como no, también profeta desafiando a cualquier dicho.

Ya eras conocedor de otros concursos televisivos, pero... ¿te imaginabas que podías acabar en uno de famosos y, por encima, bailando?

Pues la verdad es que no. Yo estaba hablando con una amiga de que nunca iría a un concurso de televisión de esos en los que hay bulla o conflicto. Justo terminé de hablar esa conversación, miro el teléfono y tenía un mensaje de uno de los jefes de la productora de que querían hablar conmigo. Fue cuando me ofrecieron ir a “Bailando con las estrellas”.

¿Dijiste “sí” de inmediato?

No. Lo hablé con mi familia y también con Borja y Raúl, porque yo sigo concursando en “Reacción en cadena” con ellos. Me pareció una buena oportunidad porque me hace ilusión aprender a bailar y a desarrollar otras habilidades.

En el concurso hay gente que ya tiene algo de experiencia en el baile y otra como tú que nada, que nunca había bailado...

Pues sí, yo no había bailado nunca. Ni tampoco hago deporte, no me ejercito, algo de lo que no me siento muy orgulloso. De no saber nada y de empezar a coger el ritmo y que los pasos te salgan correctamente ya ha sido un avance. Por ejemplo Adrián Lastra ganó el concurso en Estados Unidos, la Mala Rodríguez y María Isabel llevan años en los escenarios. Cada uno tenemos nuestra línea y nuestra evolución.

¿Cuánto ensayáis? Porque os aprendéis la coreografía en muy poco tiempo.

Ensayamos todos los días, excepto los domingos unas tres horas diarias. Entre un programa y otro poco tiempo libre me queda.



Bruno en un momento de su actuación en el programa que sale el sábado | BAILANDO CON LAS ESTRELLAS/TELECINCO

¿Cómo ha sido la conexión con tu compañera de baile –y también profesora– Marta Blanco?

Pues muy bien, la verdad. Yo creo que parte del éxito de que las cosas salgan bien es que hay muy buen “feeling” entre nosotros. Ella tiene un currículum impresionante. Ha competido mucho a nivel nacional y también internacional y fue campeona de España con la bailarina de Miguel Torres. Tiene mucho bagaje y experiencia y eso se nota.

En “Reacción en cadena” os habéis ganado una legión de fans.

¿Notas el apoyo del público ahora

“De no saber nada y de empezar a coger el ritmo y los pasos correctamente ya ha sido todo un avance para mí, la verdad”

que también estás en otro programa de la cadena?

Sí, lo noto, y sobre todo lo noto por parte de la gente de Vilagarcía y alrededores. Está todo el mundo muy volcado con nuestra partici-

pación y yo me siento muy agradecido. El hecho de estar en “Reacción en cadena” ha llevado a gente a querer verme aquí ahora.

Imagino que hace un año te veías en un punto muy diferente de tu vida del que estás ahora.

Buf, no me imaginaba esto para nada. Me imaginaba con la carrera acabada y en Australia estudiando inglés en el curso que me compré con el dinero que habíamos ganado en el concurso de la 1. Pero bueno, la vida me tenía deparada esta sorpresa y he decidido aprovecharla sin perder el objetivo de acabar mi carrera. ●

El Espazo Xove de Vilagarcía cuenta con un punto naranja contra el acoso escolar

F.F. VILAGARCÍA

El Espazo Xove de Vilagarcía –ubicado en San Roque– cuenta ya con un punto naranja contra el acoso escolar. La directora xeral de Ordenación e Innovación Educativa, Judith Fernández, y la directora xeral de Xuventude, Participación e Voluntariado, Cristina Pichel, visitaron las instalaciones y apuntaron que estos puntos también llegarán a residencias juveniles y de estu-

diantes de todo Galicia. Las dos responsables autonómicas coincidieron en fomentar la tolerancia cero ante cualquier conducta contraria a la convivencia, y en reclamar la implicación del conjunto de la sociedad en la lucha contra el acoso.

En todo Galicia está previsto colocar 1.242 puntos naranjas contra el acoso escolar en todos los colegios e institutos sostenidos con fondos públicos, en los Espazos Xove y en las citadas residencias.

Estos puntos funcionan a modo de caja de correo a través del cual los jóvenes pueden comunicar o denunciar desde una posición totalmente anónima posibles situaciones de acoso o ciberacoso que sufran o perciban en terceros.

La iniciativa está promovida al amparo del Plan Integral contra este tipo de conductas impulsado por la Xunta de Galicia con el fin de blindar los entornos escolares seguros, inclusivos y respetuosos. ●

Paula Cascallar gana el primer premio en el concurso de Contos de Nadal de la Mesa das Verbas

F.F. VILAGARCÍA

Paula Cascallar Latorre es la ganadora del primer premio del concurso de Contos de Nadal organizado conjuntamente por el Centro Comercial Arousa y la Asociación Cultural Mesa das Verbas. Su cuento “O lume que quenta os pés” fue el más valorado por el jurado. El segundo premio se lo llevó Rocío Torrado Bea, con su cuento “A árbore dos

desexos”, mientras que el tercer premio fue para María José Rodríguez García con “Un Nadal de terror”. Desde la asociación Mesa das Verbas agradecen la alta participación en este certamen que ya lleva varias ediciones celebrándose y que esperan poder seguir haciéndolo en el futuro.

Esta iniciativa parte de la colaboración de ambas entidades. Los interesados pueden leer los cuentos premiados en <https://mesadasverbas.blogspot.com>. ●

OTRAS VOCES

HACE AÑOS, Leire Pajín, por entonces secretaria de organización del PSOE, anunció la llegada de un acontecimiento histórico para nuestro planeta, la coincidencia de dos presidencias progresistas a ambos lados del Atlántico, la de Obama en Estados Unidos y la de Zapatero en la Unión Europea. A final de este año, otra conjunción para el planeta Tierra, pero en el sentido contrario de lo que esperaba la que luego fue ministra de Sanidad, puede producirse a ambos lados del océano, con Trump de vuelta a la Casa Blanca y con la derecha populista liderando el Parlamento Europeo.

Un elaborado estudio encargado por el Consejo Europeo de Relaciones Exteriores, el *think tank* que en España dirige José Ignacio Torreblanca y que reúne en todo el continente a políticos e intelectuales europeos y europeístas, pronostica un *Brusco giro a la derecha*—así se llama el informe—en las elecciones europeas del próximo mes de junio. No es una encuesta, es un análisis que combina, entre otras variables, la información de los sondeos de opinión más recientes realizados en cada país de la UE con los votos obtenidos en las últimas

elecciones nacionales. El resultado es que se prevé que partidos populistas de derechas y antieuropeos ganen en nueve países, entre ellos Italia, Francia, Bélgica o Austria, y que en otros nueve ocupen el segundo o tercer puesto, como sería el caso de Vox en España. Todo ello puede llevar a que



POR OTRA PARTE
RAFAEL MOYANO

Confluencias electorales en el planeta

por primera vez una coalición de eurodiputados de la derecha populista lidere la cámara por delante del Partido Popular Europeo y la alianza socialdemócrata que, junto a los liberales, han dominado el Parlamento hasta ahora. Todo ello mientras la ultraderecha empieza a ser blanqueada en países como Alemania y a ser aceptada como socio en países como España. Y todo ello cuando exhiben una línea dura en políticas y leyes clave para Europa, como lo son las migratorias, el Pacto Verde o el futuro de Ucrania y las relaciones con Rusia.

El Parlamento Europeo más antieuropeo y más populista puede confluír antes de que acabe el año con una presidencia norteamericana aún más incalificable que la primera que ostentó Donald Trump. Con todas las papeletas para ser el candidato republicano, ha añadido a su mochila un amplio currículo delictivo. Acaba de ser condenado por difamar a la escritora que ya le ganó un juicio por agresión sexual, y tiene por delante acusaciones tan variadas como las de conspiración y obstrucción a la justicia por el asalto al Capitolio, intento de manipulación electoral, sustracción de documentos o falsedad documental para tapar un soborno.

Todo esto se entiende mal cuando hablamos de democracias, de que sólo hay una vía para llegar tanto a la Eurocámara como a la Casa Blanca, la de los votos. Son los ciudadanos europeos y norteamericanos los únicos que pueden procurar estos nuevos acontecimientos históricos para un planeta que, si finalmente llegan, a ver cómo los soporta.



THAT'S ME IN THE CORNER

POR FERNANDO PALMERO

Judeofobia con Eurovisión de fondo

TODA identidad se define tanto por lo que proclama como por lo que rechaza. Y son, en muchas ocasiones, más importantes los enemigos de uno que sus amigos. Aquellos permiten al grupo mantener una cohesión que no siempre es fácil, sobre todo cuando el colectivo es heterogéneo. Pasa (no sólo en España) con las identidades sexuales articuladas en torno a unas siglas cada vez más complejas, abiertas y en constante expansión como son las LGBTQ+. Bien está. Ocurre, sin embargo, que muchos de sus miembros van más allá de la exclusiva defensa de la diversidad sexual y tratan de imponer a todos sus prejuicios políticos. En 2010, los organizadores del Desfile del Orgullo Gay en Madrid impidieron la participación de ciudadanos israelíes hasta que no condenaran el ataque a una flotilla de activistas que intentaban romper el bloqueo a Gaza. Nueve años después, más de 60 colectivos de identidad sexual pidieron boicotear el concierto que Netta Barzilai, la ganadora de Eurovisión de 2018, iba a dar en Tel Aviv, y acusaron a Israel de *pinkwashing* (lavado rosa) por el supuesto uso interesado que estaría haciendo el Estado hebreo de la defensa de los derechos de los homosexuales para ocultar su política de asentamientos en Cisjordania. Frente a ellos, Dana International (la primera persona transgénero que ganó el Festival) recuerda cada vez que puede que en las sociedades islámicas la homosexualidad está fuertemente reprimida. Y en diciembre, en su cuenta de Instagram, afirmó que quien no condene a Hamas «está en contra de las personas LGBTI, las mujeres y la paz». Si algún homosexual, dijo, «acaba accidentalmente en las calles de Gaza, no saldrá vivo de ellas».

Aunque siempre latente, la judeo-

fobia ha encontrado, desde que el 7 de octubre Hamas perpetrara una salvaje masacre en Israel, renovados motivos para su expansión. El viejo antisemitismo se manifiesta ahora como antisionismo, como resalta Donatella di Cesare en uno de sus últimos ensayos. «Todo lo que ya no puede decirse abiertamente contra los judíos», escribe la catedrática de la Universidad La Sapienza de Roma, «se dice contra Israel, nombre que, en la ambigüedad de su significado, se utiliza para indicar tanto el Estado de Israel como el Israel bíblico, es decir, el pueblo judío (...). De ahí la sinonimia de 'judío' y 'sionista'. En este gesto totalizante, que culpa al individuo 'en cuanto que judío', hay que ver el mismo mecanismo que llevó al exterminio».

Ayuso, ayer, en el marco de la conmemoración del Día Internacional en Memoria de las Víctimas del Holocausto, recordó que «de nada sirve conmovernos por los judíos muertos, mientras se desprecia a los vivos». Por eso, hay que celebrar (no lo hará Inés Hernández) que la organización del Festival de Eurovisión haya rechazado la petición de varios artistas (en este caso, no todos LGBTI) para que Israel quedase fuera del certamen.

DONATELLA DI CESARE
SI AUSCHWITZ NO ES NADA
KATZ EDITORES
144 PÁGS. 14 €



GALLEGO & REY



PAPEL TV



ESTRENO AGRIDULCE EN BENIDORM

Primera semifinal. Una audiencia menor de la esperada, un sonido polémico de puro pobre, cantantes emocionados hasta las lágrimas y un par de decepciones dejó el primer 'round' del Benidorm Fest

Por **Andrea M. Rosa del Pino** (Benidorm)

Benidorm amaneció ayer agitado y, cómo no, X (antes Twitter) también. Y es que el martes fue un día lleno de noticias en nuestra ciudad de los rascacielos: por la mañana, Inés Hernand –uno de los rostros principales del Benidorm Fest– soltó en rueda de prensa unas explosivas declaraciones que incitaban a boicotear la participación de Israel en Eurovisión. Por la noche las redes ardieron con la primera semifinal de la preselección *eurovisiva*. La gala dio inicio a las 22,50 horas, en directo desde el Palau d'Esports L'Illa de Benidorm, donde se congregaron un millar de eurofans y casi 200 periodistas. De acuerdo con fuentes de la organización, RTVE esperaba atrapar a millones de españoles a través del televisor. Sin embargo, quedó lejos de alcanzar su meta. El programa sólo alcanzó un 10,8% de cuota de pantalla y apenas superó el millón de espectadores de media. Nada que ver con aquella fulminante primera edición.

Según la prensa especializada, los motivos detrás del desastre de audiencia podrían ser dos: el pésimo horario elegido –que, se rumorea, se escogió para evitar que el concurso compitiera con *El hormiguero*– y la mala calidad de sonido que escuchaba el público desde casa, que provocó las iras de los fans en las redes sociales.

La propia María Eizaguirre, directora de comunicación de RTVE y muy involucrada en la organización del festival, tuvo que salir a dar explicaciones. Para ella, la noche no fue, ni mucho menos, una catástrofe. «Los datos son un poco mejores que los del año pasado y la primera semifinal fue el segundo programa más visto en su franja. Además, más de 12.000 personas votaron a través de mensajes y llamadas. Aun así, entendemos que a algunos no les haya gustado el horario y continuamos dándole vueltas a ese tema. Y sí, aceptamos que hubo problemas de sonido», dijo, para centrarse en este último punto: «Lo que ocurrió fue lo siguiente: todo el sonido y toda la mezcla que ocurrió en el Palau llegó en buena calidad a la unidad móvil y el problema surgió en la transmisión. En una fase de la emisión se provocó una interferencia y ya estamos viendo cómo se puede solucionar. Es verdad que este año se ha subido la calidad sonora de lo que proviene del foso y están viendo si eso ha provocado la distorsión, que hacía que el sonido ambiente se escuchara más fuerte de lo que debería», declaró a los medios.

Pese a ello, ninguno de los participantes de la primera semifinal –una lista compuesta por

Lérica, Noan, Sofía Coll, Mantra, Miss Caffèina, Quique Niza, Angy Fernández y Nebulossa– elevó queja alguna sobre este problema técnico. Todos manifestaron haber pensado que se escuchaban bien.

Aunque, según confiesan, los cuatro clasificados a la final ni siquiera pensaban en sus actuaciones cuando acabó la gala. De acuerdo con sus propias palabras, todos se encontraban en estado semi catatónico. «Estoy en *shock*. Llevo muchos años en la tele y en la música. Pero hoy me sentí como si fuese nueva, como si tuviera 16 años otra vez. Me sentí emocionada al enfrentarme al escenario, y emocionada al recibir tanto cariño.

María Bas, cantante del dúo Nebulossa, interpreta la canción 'Zorra' en la primera semifinal del Benidorm Fest junto a uno de sus bailarines.
RTVE

La gala no consiguió liderar la noche y no cubrió expectativas: apenas superó el millón de espectadores

Una interferencia en la emisión llevó a los televisores un sonido pobre con demasiado ruido ambiente

Me había alejado de mi carrera de cantante y esta noche he renacido un poco. He pasado por tiempos difíciles y estoy despertando», dijo Angy, una de las favoritas con su *Sé quién soy*, al acabar el *show*.

«Yo me siento igual. Estoy temblando. Voy a explotar en cuando salga de aquí. Es que ha sido muy fuerte todo. Fue salir al escenario, escuchar al público gritar... Y he empezado a temblar. He salido de ahí pensando que quería volver, y estoy muy agradecida de que así sea el sábado.

Estoy en una nube y sigo sin poder creérmelo. Pero tengo muchas ganas de seguir», declaró por su parte, entre lágrimas, la catalana Sofía Coll, intérprete de *Here to Stay* que consiguió el tercer pase a la final.

María Bas, cantante del dúo Nebulossa, que terminó la noche como primer clasificado, estaba tan emocionada que apenas podía abrir la boca. «Estoy súper agradecida por todo lo que está pasando, y también súper nerviosa. Aún no me creo que sea verdad. Pienso en toda esa gente cantando con nosotros *Zorra*, que es un himno a la libertad, y me estremezco. Es que todo esto ha implicado un sacrificio para nosotros. Ha sido difícil compaginar este proyecto con nuestra vida familiar», indicó la vocalista del dúo, pareja también fuera del escenario y padres de una hija de 23 años y de un hijo de 11.

Los integrantes de Miss Caffèina, con el cuarto y último pase hacia el micrófono de bronce, también reconocieron estar emocionalmente afectados por la avalancha de cariño. «¡Qué nervios hemos pasado! Nosotros estamos acostumbrados a tocar en festivales, pero esto no tiene nada que ver. Esto es televisión y nos hemos tomado la tarea con mucha responsabilidad. Aunque también hemos intentado pasarlo bien y que la gente disfrutase con nosotros. Y creo que lo hemos conseguido, ¿no?», preguntaba al público Alberto Jiménez, líder de la formación.

¿Y qué hay de quienes no se clasificaron? La mitad se mostraban risueños y la otra mitad, decepcionados. Lérica –el dúo formado Juan Carlos Arauzo, ex concursante de Eurojunior, y Tony, hermano de Abraham Mateo– dijeron: «Para nosotros, esta experiencia es un regalo y conside-

ramos este viaje como un aprendizaje». El vasco Noan, por su parte, afirmó sentirse contento por haber pisado un escenario tan mediático: «He tenido la oportunidad de que la gente me descubra».

El actor de *UPA Next* Quique Niza –el menos votado del programa– no oculta-

ba su tristeza. «Soy humano y sé que no estuve de 10. Pero me atreví, salí y defendí una puesta en escena arriesgada», señaló. Mantra, el trío integrado por el ex Auryn Carlos Marco, Paula Pérez y Charly Weinberg, quienes aun no se explican cómo arrasaron con el televoto con un 52% de las llamadas y SMS, pero no se clasificaron pusieron el toque resignado a la noche. «Nos lo hemos tomado como un meme, pero todavía estamos haciendo las cuentas», aseguraron.

PANTALLAS



Mark Dasousa y Mery Bas, integrantes de Nebulossa, en una imagen facilitada por el dúo. / VALERO RIOJA

NEBULOSSA Participantes del Benidorm Fest

“Rigoberta Bandini abrió el camino y esto va a seguir”

HÉCTOR LLANOS MARTÍNEZ
Benidorm

Mery Bas (55 años) y Mark Dasousa (47 años) están casados desde hace más de dos décadas y son padres de dos hijos. Hasta el 2018 no se convirtieron también en pareja artística. Él es un veterano productor de la escena musical valenciana con Atomic Studio. Y ella es amante de la ópera. Él pidió a su esposa grabar unas voces líricas para uno de sus proyectos experimentales. Y así les vino la inspiración para crear Nebulossa, un dúo con la esencia del *synth-pop* de los años ochenta que tanto les marcó en su juventud. La canción *Zorra* sigue la línea irreverente, desprejuiciada y empoderada de algunos de sus composiciones anteriores. Llegó el martes al escenario del Benidorm Fest como una de las propuestas más escuchadas de las 16 candidatas. Y triunfó junto a Angy Fernández en la primera semifinal del concurso. Ya se encuentra entre las favoritas para representar a España en Eurovisión 2024.

Pregunta. Su éxito en el Benidorm Fest demuestra es un formato muy tolerante. Acepta incluso a los homosexuales.

Mery Bas. Sí que lo es. Cuando envié la propuesta, no esperaba que fuera a ser tan bien aceptada. Sobre todo por el título. Y por su mensaje en sí, por lo que defiende la canción.

Mark Dasousa. Con este camino que abrió Rigoberta Bandini y que nosotros intentamos seguir, esto va a ir creciendo. El año que viene, otra gente va a pensar lo que pensamos nosotros cuando la vimos a ella: “Pues nosotros también podríamos presentar-nos...”.

P. ¿Cómo fue la sensación de

El dúo se calificó en primera posición para la final con la canción ‘Zorra’

“Parece que España no ha salido del todo de la época previa al destape”

pasar en una sola noche de ofrecer conciertos para unas decenas de personas a hacerlo en un pabellón lleno y ante millones de espectadores en televisión?

M. B. Nuestra edad hace que nos tomemos las cosas de diferente manera, aunque la situación impresiona. Me daba un poco de miedo que esa euforia de la gente, esas ganas que tenía de cantar la letra, me pudiese desconcentrar. Me supo mal no poder improvisar más, pero había que respetar las pautas de la gala.

M. D. Para la final del sábado no van a cambiar muchas cosas, salvo quizá nosotros mismos. Vamos a intentar disfrutarlo un poco más.

P. Su propuesta recuerda a una generación de artistas españoles conectados entre sí, como Luis Miguélez, Fabio McNamara, Nacho Canut, Glamour to Kill...

M. D. Sí, toda esa hornada. Y La Mode, Pegamoides, Radio Futura, Golpes Bajos... Y lo mezclamos con una vertiente más anglosajona, de The Cure a Blondie.

M. B. Pero también nos nutrimos de Madonna y Kylie y nos fijamos en aspectos no musicales

de artistas actuales, como The Weekend, Bad Bunny o Rosalía.

P. *Zorra* es más hedonista y recuerda, entre otras cosas, que las mujeres mayores de 50 no son invisibles.

M. B. Aún no estamos en igualdad de condiciones. Y eso hay que cambiarlo.

P. Tras su actuación explicaban que el mensaje no es solo feminista; que también hace un guiño a la comunidad LGTBI y a los que se sienten fuera de la norma.

M. D. Neo, nuestro hijo de 11 años, estuvo en los ensayos y me fijé cómo observaba a César y Josu, nuestros dos bailarines, que se dedican al drag. Una mirada entre la admiración y la confusión. Me di cuenta de que le estábamos acercando a otras realidades y alejándole de prejuicios. Y sus amigos también lo hacen. Al principio, me daba miedo que con esto del Benidorm Fest diéramos pie a que sus compañeros le dijeran: “Tu madre es una zorra”.

M. B. Y lo ha vivido... Pero el niño sabe llevarlo muy bien.

P. ¿Es necesario un tema así tantos años después del *A quién le importa*?

M. B. ¡Sí! Nuestra canción debería haber sonado antes.

M. D. Parece que en España estamos siempre en la época previa al destape. Y no la superamos del todo.

P. Abogados Cristianos está estos días muy ocupados con la Semana Santa de Sevilla, pero ¿temen ser su próximo objetivo si terminan en Eurovisión?

M. D. No nos preocupa. No hemos hecho esto con una intención de que fuera un himno. Nos ha salido así. La gente la ha adoptado como tal y es lo mejor que le puede pasar a un artista.

LIBRE DE ESTILO / IDAFE MARTÍN PÉREZ

Del godo y otros olores

Ernest Urtasun, ministro de Cultura, anunció la puesta en marcha de un proceso para revisar las colecciones de los museos estatales buscando superar, si los hubiera, conceptos y marcos coloniales. Urtasun activa un debate que lleva años o décadas en otros países europeos, donde esas iniciativas dieron pie en algunos casos a devoluciones de obras a países africanos, asiáticos o latinoamericanos. En ocasiones, se limitó a explicar el contexto histórico de la obra expuesta.

La fachosfera (la mía, no la de don Pedro), esa nebulosa donde reina una concepción carca y acientífica de la historia que asegura que España nunca tuvo colonias, salió en tromba. Urtasun lo tiene todo: es rojo, es catalán y catalanista. No lo soportan. A su anuncio se respondió con improperios y con una mentalidad colonial rancia que cree que la América prehispánica acogió a los conquistadores con los brazos abiertos. Es la defensa de un supuesto mestizaje voluntario, propaganda franquista traída hasta 2024.

Jorge Bustos (*El Mundo*) acusa a Urtasun de descolonialista y explica que el “descolonialismo es una variante del movimiento *woke*”. Y eso, niños, es malo, malísimo. También cuenta que “si los belgas, los franceses, los alemanes o los ingleses quieren hacer penitencia (...) son libres de hacerlo”. Los españoles no, faltaría más. ¡Firme, Urtasun, arriba esa cruz, enhiesta la espingarda! Porque Bustos cree que “España no fundó colonias”, sino “virreinos hermanados”. Rafa Latorre, compañero de Bustos, asegura que el ministro lo que busca es convertir “los museos en lugares penitenciales a los que los españoles [no] irían para expiar los pecados de sus antepasados”. Estima que eso es una “lavativa ideológica”. El editorial de *El Mundo* sobre el asunto llega a decir que “España no fue una potencia expoliadora” y resume la propuesta del ministro como “un instrumento ideológico con el que ahondar en la división entre españoles”.

Ángel Expósito, de la cadena Cope, en referencia al anuncio de Urtasun, dijo: “Si salto por esta boquita. De verdad, pero este tío es el ministro de Cultura”.

El plan museístico de Urtasun recibe ataques propios de una mentalidad colonial rancia

En la fachosfera reina una concepción acientífica y carca de la historia

Abc niega a través de sus columnistas y editoriales la existencia de un “marco colonial”. España no tuvo colonias, porque, argumenta Juan Manuel de Prada, “nunca hubo nación más reacia que la nuestra a admitir la superioridad de unos pueblos sobre otros o de unas clases sociales sobre otras”. El editorial de su periódico dice que hablar de colonias es “un desatino histórico”, porque España lo que tuvo fueron “territorios ultramarinos”.

La mentalidad colonialista de algunos es tan profunda que en *La Razón* Jorge Vilches llega a escribir que gracias a la colonización española no se perdió la historia de los pueblos precolombinos. Gracias a que los españoles fuimos a escribir lo que aquellas gentes sin dios verdadero tenían que decir. Estaban esperando en las playas a que llegara un cura. En el *carcatólico* *El Debate*, Gabriel Albiac considera que la idea de revisar las colecciones museísticas es cosa de un “apoteósico indocumentado” y Ramón Pérez-Maura se pregunta cómo pudo el ministro “llegar al grado de sectarismo que exuda en todas sus intervenciones públicas”, para responderse que se debe a que los padres de Urtasun lo llevaron de niño a visitar un campo de concentración y no a Disneylandia. Y claro, también cree que “España nunca tuvo colonias”. Resabios de aquella asignatura de Formación del Espíritu Nacional.

La mente colonial no mira solo a América. También lo hace a las islas del Teide. Los canarios nos referimos de tres formas a los españoles continentales: peninsulares, godos y, muy rara vez, perdonen ustedes, godos *enterados* o *hediondos*, que tal y como parece es un insulto. Pero, como aspiramos la h en las palabras que por esa letra empiezan, en realidad decimos *jediondos*. Peninsular es una simple descripción. Godo puede ser o no despectivo en función del contexto. Godo *enterado* o *jediondo* va más allá. Se refiere a aquel peninsular que piensa, como Jorge Bustos, que si al ministro se le ocurriera algún día devolver la momia guanche del Arqueológico de Madrid a uno de los mejores museos españoles del ramo, el de Santa Cruz de Tenerife, los canarios la meteríamos en una cueva. Mentalidad colonialista, de godos *enterados* (o *jediondos*).

«Si salgo sola, soy la zorra. Si me divierto, la más zorra. Si alargo el día y se me hace de día, soy más zorra todavía». El grito de liberación que Nebulossa ha liderado desde que publicó su canción en diciembre encontró el martes por la noche su punto álgido en la primera semifinal del Benidorm Fest: no solo contó con el beneplácito del jurado, sino el apoyo de un público que coreó el tema de principio a fin.

María Bas y Mark Dasousa, desconocidos para la mayoría hasta su participación en el concurso de RTVE, a sus 56 y 49 años, han convertido su alegato feminista en el himno de esta edición. Viralísimos, cómo no, lo normal es que no faltasen en la final de este sábado. Una predicción que, alentada por las cifras millonarias que han alcanzado, quedó confirmada hace escasas horas. El dúo podría representar a España en Eurovisión. Ahora bien, dada la política lingüística del festival, por la que están prohibidos los insultos y los mensajes políticos, ¿estarían obligados a cambiar la letra?

No sería la primera vez que España tendría que hacerlo. En 2008, una audiencia dividida entre *La revolución sexual* y *Baila el chiki chiki* encumbró una propuesta que, parodiando por delante, tuvo que deshacerse de las referencias a Hugo Chávez, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy. Por contra, introdujo a Pau Gasol, Javier Bardem y Pedro Almodóvar entre los citados. La jugada no le pasó factura, ya que Rodolfo Chikilicuatre sacó a nuestro país de las últimas posiciones a las que se acostumbró durante una década. Un puesto 16



Momento de la actuación de Nebulossa, en el Benidorm Fest.

Benidorm Fest

Nebulossa ha convertido su canción 'Zorra' en un himno candidato a estar en la final del sábado del Benidorm Fest. Ahora bien, dada la política lingüística del festival, ¿estarían obligados a cambiar la letra?

La canción 'Zorra' abre otro debate en Eurovisión

PEDRO DEL CORRAL
Madrid

Morell / Efe

que nadie logró superar hasta 2012.

Las normas están claras: «No se permitirán letras, discursos o gestos de carácter político. Tampoco insultos ni ningún lenguaje de carácter inaceptable». Dicho esto, no hay duda de que la palabra *zorra* estaría vetada por la Unión Europea de Radiodifusión (UER). No obstante, hay que tener presente que el objetivo de Nebulossa al usarla es resignificarla. De ahí, precisamente, el mensaje de empoderamiento que transmite la canción. No hay que olvidar además que, tal y como recogen las bases del certamen, este se sustenta en los valores de universalidad, igualdad, inclusión y tradición para celebrar la diversidad a través de la música. Por lo que *Zorra* podría acogerse a este punto sin necesidad de modificar nada.

Matices

Sin embargo, existen casos previos que dicen lo contrario. Uno parecido tuvo lugar en 2017, cuando el sueco Robin Bengtsson tuvo que cambiar «*I can't go on when you look this fucking beautiful*» por «*I can't go on when you look this freaking beautiful*». La organización consideró que la expresión «jodidamente bonita» no debía escucharse en horario de máxima audiencia.

Lo mismo sucedió con Zitti e buoni de Måneskin: tuvieron que reescribir dos de sus versos. De «*Vi conviene toccarvi i coglioni*» a «*Vi conviene non fare più errori*»: los cojones se convirtieron en errores. Y de «*Non sa di che cazzo parla*» a «*Non sa di che cosa parla*»: pasaron de gritar «no sé de qué pollas habla» a «no sé de qué cosa habla». En el matiz está la diferencia, claro. ■

TELEVISIÓN

El presentador de 'Pesadilla en la cocina' y '¿Te lo vas a comer?' se pone al frente, a partir de esta noche, de 'Batalla de restaurantes'.

La Sexta monta un 'Joc de cartes' por España con Chicote

MARISA DE DIOS
Barcelona

Joc de cartes, uno de los concursos más consolidados de TV3, tendrá su versión española en La Sexta de la mano del chef de referencia de la cadena de Atresmedia: Alberto Chicote. El presentador de *Pesadilla en la cocina* y *¿Te lo vas a comer?* se pone al frente, a partir de hoy (22.45 horas), de *Batalla de restaurantes*, un concurso gastronómico que busca el local que mejor prepara el plato típico de su región.

La mecánica es prácticamente calcada al *Joc de cartes* de Marc Ribas, ya que parten del mismo formato original: *My restaurant rocks*, que lleva 17 temporadas de éxito en Alemania, nueve en Italia, se ha emitido en Francia y también ha sido adaptado por otras cadenas autonómicas españolas aparte de la catalana, como Telemadrid, ETB (País Vasco) y À Punt (Comunidad Valenciana).

Plato especial

Cada semana, cuatro restaurantes de una misma ciudad y especializados en el mismo plato local se

enfrentarán para obtener un premio de 10.000 euros. Los propietarios de los locales se valorarán entre ellos, puntuándose en una horquilla del 0 al 10, en seis categorías: espacio, cocina, comida, servicio, precio y la especialidad regional en la que compiten, «ese plato especial que sirve como nexo entre unos restaurantes y otros», explica Chicote. Una categoría distintiva del programa y que le diferencia de otras versiones del mismo concurso.

«Son restaurantes a los que les va bien y se arriesgan a que alguien les dé un juicio negativo, a veces



Alberto Chicote (derecha), en 'Batalla de restaurantes'.

por un enfrentamiento personal. Pero Alberto Chicote también puntúa y eso hace que el ganador sea justo», comenta Carmen Ferrero, directora de programas de entretenimiento de Atresmedia.

Eso sí, los cuchillos volarán en la parte final del concurso, en la puesta en común de las votacio-

nes. Ahí quedará en evidencia si los participantes han sido honestos en sus valoraciones, si han tirado de estrategia para ganar a sus rivales a cualquier precio o si se han dejado llevar por valoraciones personales en vez de gastronómicas a la hora de puntuar a sus competidores. ■

El Periódico

La crisis del Barça y el gobierno corporativo

Xavier Vives



La última derrota del Barça ha llevado al entrenador a anunciar su dimisión en diferido y ha generado otra crisis existencial sobre las posibilidades de resurrección del club. Esta crisis involucra tanto la vertiente deportiva como la económica y las dos están, obviamente, muy relacionadas. ¿Cuál es el problema del Barça? Como observador externo en el mundo del fútbol, hay que destacar su endeudamiento, legado de una mala gestión y de una gobernanza deficiente. Queremos que el club sea competitivo arrastrando una gran deuda y una gestión poco profesional parece una misión imposible.

Mantener la ficción de que el club lo rigen los socios ha permitido que la gobernanza de la institución no estuviera a la altura de las circunstancias. Las entidades con gobierno corporativo deficiente, sean empresas con o sin ánimo de lucro, sufren dos problemas fundamentales, conocidos entre los expertos en organizaciones. El primero es una mala selección de personal a todos los niveles que acaba en ba-

jo rendimiento a un coste excesivo, improvisación y cambios reiterados de managers.

Pensemos en sueldos inflados, transferencias de jugadores a pérdida y contrataciones poco efectivas del club en el periodo 2017-2021. También en los cambios frecuentes de entrenador, en que factores emocionales muchas veces parecen pesar más que los estrictamente de calidad profesional. Instituciones que buscan siempre “gente de dentro” tienden a la mediocridad. Es un problema conocido en las empresas familiares. En este contexto, la atracción de personal puede sufrir el fenómeno de la selección adversa, donde la entidad no atrae precisamente a los mejores profesionales.

La inyección de capital externo para enjugar la deuda puede venir de una salida parcial a bolsa

El segundo problema es que no se proporcionan los incentivos adecuados para que los directivos y trabajadores se esfuercen para que la empresa tenga éxito. Estos incentivos pueden ser tanto materiales como morales. Solo hay que comparar las retribuciones del exitoso y ejemplar equipo femenino con el masculino para intuir que el problema del último no es que las retribuciones sean escasas.

¿Cómo se puede reformar el gobierno corporativo, mejorar la gestión y reducir o eliminar la deuda? La crisis puede hacer descarrilar la apuesta por la resurrección hecha con las famosas *palancas*, que no son más que venta de activos del club, que generarían ingresos en el futuro, para obtener ingresos ahora y salir del paso, esperando producir un círculo virtuoso económico-deportivo. La deuda pesa y la salida de convertirse en sociedad anónima para atraer capital se puede llegar a poner sobre la mesa tarde o temprano. No creo que sea la opción preferida por la afición, ni por la sociedad catalana en general, que el Barça acabe en manos de, pongamos, capital de Oriente Medio como algunos clubs europeos. Ahora bien, la inyección de capital externo para enjugar la deuda puede venir también de una salida parcial a bolsa manteniendo, por ejemplo, la Fundación del Barça, que representaría a los socios, una participación de control, como en el caso del Bayern Munich. Es la propuesta de Jaume Roures en este diario el pasado enero.

La ventaja de este esquema es que se tendría que profesionalizar la gestión del club, dado que estaría sujeto a la disciplina y regulaciones de transparencia del mercado de capitales. En este esquema de gobierno corporativo el punto crucial sería la estructura y la representatividad de la fundación, que ejercería el control efectivo del club. Una cuestión delicada y no menor.●

X. VIVES, profesor del IESE

El mundo se debe a Junts

Joaquín Luna



El comportamiento de JxCat me recuerda lo que días atrás le sucedió a una maestra y amiga. Un niño se quejó de que no le trataba bien. Sorpresa. “Hay días que me siento niña”, adujo.

—Hagamos una cosa. El día que te sientas niña me avisas porque yo no me doy cuenta.

Desde que el partido burgués y europeísta de Catalunya se creyó revolucionario, no dejan de sorprender. Y desconcertar. Al final, mi conclusión es tan subjetiva como su comportamiento: están seguros de que todo el mundo les debe algo.

Yo no creo que el mundo les deba nada y menos que nadie los jueces, la televisión alemana o los catalanes. Pero, claro, lleve usted la contraria a alguien convencido de que se lo merece todo...

Calcados a Trump o Netanyahu —los jueces se han confabulado—, declararon hace años la guerra al poder judicial y ahora se extrañan de su hostilidad y de que hagan su trabajo. Como aclarar

Nadie debe nada a Junts y menos la TV alemana, la justicia o los catalanes

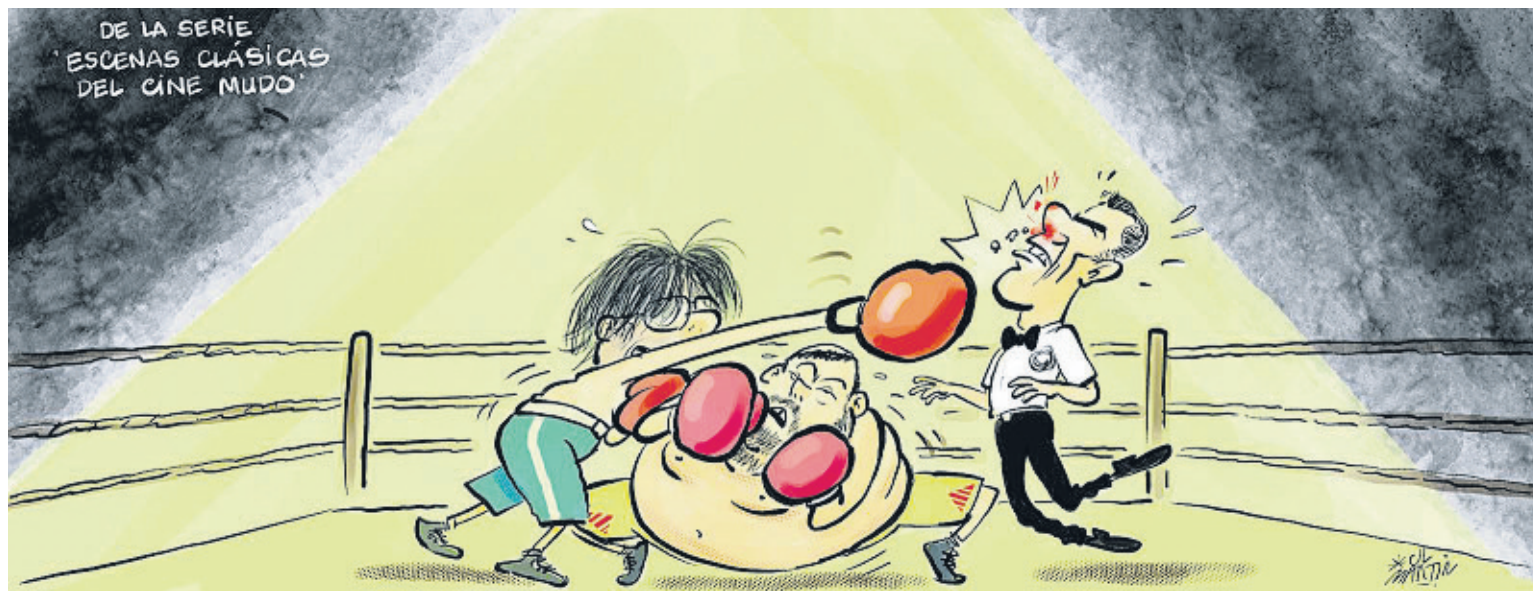
la *bromita* de los contactos reconocidos con gente turbia de un país turbio, interesado —¿o no?— en desestabilizar la UE. De paso, se cargaron la trayectoria europeísta de Catalunya. Como el niño, podían haber dicho si era broma o alta diplomacia porque ahora resulta que era broma y la culpa es de los jueces y los periodistas que nos tomamos muy en serio sus tratos de tonto útil con el Kremlin.

¿Les sorprende que un juez investigue o que la televisión pública alemana informe con rigor de semejante peligro para Europa?

Gracias al convencimiento de que el mundo está en deuda, Junts siempre imputa sus errores a los demás. De ahí que, con inconsciencia y superioridad moral —oído barra, ERC—, le gasten astucias a Sánchez, que ya debería haber anticipado cómo actuar, incluso con sus aliados.

Nunca esperes nada de quien cree que el mundo le debe todo...●

APUNTES DEL NATURAL – JL MARTÍN



Sexismo eurovisivo

Maricel Chavarría



Desde la actuación esta semana de Nebulossa en la semifinal del Benidorm Fest con la canción *Zorra*, hay más posibilidades —o directamente ninguna— de que las masas entiendan qué habrán querido decir durante décadas las feministas cuando alertaban sobre el léxico sexista. Cuarenta años después de que Carlos Tena tuviese que dimitir por haber traído a su programa de TVE a la Vulpes cantando aquello de *Me gusta ser una zorra* —adaptación al castellano *I wanna be your dog* de los Stooges—, la zorrería en la música es recibida de muy distinta guisa y con calidad artística meramente eurovisiva.

La cantante del dúo Nebulossa, María Bas, que a sus 56 años temía que por edadismo no les cogieran para esta Eurovisión, indicaba en entrevista con RTVE que es curioso que una simple vocal pueda cambiar el sentido de la palabra. “Zorro es listo, zorra es ruin”, decía.

La RAE asemeja el término a “persona muy taimada, astuta y solapada”. Y en femenino le

reconoce el uso común equivalente a “prostituta” y a los malsonantes “puta”, “furcia”, “fulana”, “pelandusca”... usados para definir a “la que se acuesta con todos”, etcétera.

El feminismo lleva años reclamando que el

diccionario incluya en entradas como *zorras* las etiquetas de sexista, despectivo o discriminatorio, especialmente en los duales aparentes. Pero antes que alcanzar la justicia léxica será más fácil que gane puntos el menear el trasero y reivindicarse *zorras*, “zorras de postal”, como dice la eurovisiva canción, o más *zorras* todavía si salgo y “se me hace de día”.

El trasero no lo meneas la hierática cantante de Nebulossa, sino dos bailarines que la flanquean y que, aunque desconocemos sus pronombres, llevan tanga y corsé, y se recrean cual aprendices neófitos de la corte de Madonna en su reciente *Celebration Tour*.

Bas dice que si la llaman *zorras* se bloquea. Aun así, define el término como “una persona empoderada que a veces se tiene que poner un caparazón porque hay mucha envidia por ahí”. Algo *cool*, vaya. Su consejo para quienes reciban el insulto es que se sientan *zorras*, “pero no de manera despectiva”.

Como dice la ley, mujer es quien se lo siente. ¿Y *zorras*? *Zorras* también.●

La nueva **guerra** de Alberto Chicote

laSexta estrena esta noche en prime time la primera entrega de «Batalla de restaurantes», un formato sorprendente que enfrentará a cuatro locales en 8 localidades

Gerardo Granda. MADRID

Empezan los grandes estrenos en laSexta. La cadena de Atresmedia emitirá hoy en prime time la primera entrega del nuevo programa del chef Alberto Chicote, que bajo el nombre «Batalla de restaurantes», comienza una nueva andadura y formato en el mundo de la restauración. Chicote vuelve a la guerra.

Durante la presentación, Carmen Ferreiro, directora de entretenimiento de Atresmedia TV destacó el gran balance de laSexta en 2023, «liderando sobre su principal rival, Atresmedia liderando dos años consecutivos y Antena 3 como la cadena más vista». «Batalla de restaurantes es un formato producido por Atresmedia TV en colaboración con Zeppelin (Banijay Iberia), ha sido creado por Good Times (Banijay), basado en el formato «My Restaurant Rocks» y distribuido por Red Arrow Stu-

dios International. Ferreiro destacó que el formato «en España ya ha sido adaptado en dos autonómicas y en varios países y se ajusta a las necesidades del prime time de laSexta y cuenta con Chicote como conductor y alma». Además, confirmó que es una adaptación en la que «llevamos bastante tiempo trabajando. Es un formato que desde los inicios le teníamos echado el ojo». El programa, que tendrá ocho capítulos, mostrará cómo cuatro restaurantes de una misma ciudad y especializados en el mismo plato local, se enfrentarán para obtener un premio de 10.000 euros y el reconocimiento de ser el mejor en su campo. La dinámica, explicó Ferreiro, es que los restaurantes se puntúan del 0 al 10 en seis categorías, que incluyen cinco del formato original, espacio, cocina, comida, servicio y precio, y un añadido original, el plato típico de la región. Además, también puntuarán la especialidad regional en la que compiten. Chicote también participará en las votaciones y, al final

del programa, su puntuación será decisiva para confirmar la clasificación o darle la vuelta.

Miguel Martín, director general de Zeppelin, explicó que el espacio ya forma parte de la programación de varios países como Alemania o Italia y la versión de TV3, «Joc de cartes», presentado por Marc Ribas, es poseedor de un Premio Ondas. Para la versión que estrenará esta noche laSexta, Martín explicó que han viajado por ocho localidades, Cádiz, Vigo, Menorca, Zaragoza, Gijón, Murcia, Toledo y Madrid, «y Alberto y el equipo vivieron todo tipo de situaciones. Ha sido una aventura fascinante y el resultado merece la pena».

Alberto Chicote tomó la palabra

«Los restaurantes son conocidos; es un ejercicio de generosidad», dijo Carmen Ferreiro

para hablar de «más de dos meses apasionantes en Galicia, Asturias, Madrid, Murcia, Baleares...» y de la idea de aportar algo nuevo al formato original: «Ese plato especial que sirve como de nexo entre los restaurantes (atún rojo, el mejor marisco, la mejor caldereta de langosta, las mejores migas, la mejor fabada, el mejor caldero, la mejor carne de caza y el mejor cocido, respectivamente), y que nos ha servido muy bien, porque es apasionante ver negocios que ya son exitosos, que funcionan, cómo sus propietarios quieren defender que su negocio es el mejor en su categoría». Con ello, aclara el chef, «Batalla de restaurantes» descubre «al hacerlo en toda España, la idiosincrasia de unos y otros. Las personas, los platos, los tipos de restaurantes cambian y no son lo mismo. No es lo mismo en Murcia, en Vigo, en Gijón o en Menorca». Por eso cada entrega es diferente y «muy divertida». Chicote está convencido de que el programa «os va a enamorar. Hemos visto algo ya y

estamos atrapados». Apuntalando las palabras del chef, Carmen Ferreiro calificó el programa, «de alguna manera, como una guía de viaje para encontrar el mejor atún o la mejor langosta».

Por supuesto a colación salió la experiencia de «Pesadilla en la cocina» y las comparaciones con el gran éxito de Alberto Chicote. Sí que reconoció que él pensó «que iba a ser más relajado, «sólo acompañar señores a probar restaurantes y platos. Qué equivocado estaba». Sin embargo, él mismo aclaró que al contrario que en pesadilla, «dificultades para este programa prácticamente ninguna». El cocinero compartió que «todos los contrincantes se han entregado al 100% y no ha supuesto un problema la grabación, más allá de la complicación de engranar a un equipo que empieza. Cualquiera de los participantes está a tope, y gracias a ellos, tenemos estos grandes programas». Al agradecimiento se sumó Carmen Ferreiro, que valorando que los restaurantes que participan «son famosos y son conocidos; es un ejercicio de generosidad». Y desveló que la tónica del programa sorprende porque «el juicio negativo no tiene nada que ver con la calidad del plato. Se trata de algún enfrentamiento personal».

ATRESMEDIA



El incansable chef vuelve a las andadas

► «Batalla de restaurantes» se suma como nuevo proyecto para el chef Alberto Chicote, una máquina de trabajar. A sus obligaciones y quehaceres en sus restaurantes, su participación en «Hablando en plata» y «¿Te lo vas a comer?», ahora hay que sumarle la grabación de este nuevo espacio y la siguiente temporada de «Pesadilla en la cocina», la novena, que ya se encuentra grabando, como desveló el propio Chicote en sus redes sociales: «¿Tienes un restaurante con problemas o tu local no se llena? Si necesitas ayuda, no dudes en escribirnos», escribió el chef

Chicote recorrerá ocho provincias y la primera parada será Cádiz

Chicote lleva el ‘Joc de cartes’ a La Sexta

El chef y presentador estrena esta noche ‘Batalla de restaurantes’

FRANCESC PUIG Barcelona

Alberto Chicote emprende una nueva aventura televisiva. A *Pesadilla en la cocina* (acaba de arrancar el rodaje de la noventa temporada) y *¿Te lo vas a comer?* (pendiente de estreno su tercera entrega), el chef suma esta noche el concurso *Batalla de restaurantes*, basado en el mismo formato alemán del *Joc de cartes* de Marc Ribas en TV3. “El público que piense que esto va a ser más de lo mismo verá que no será así. Va a ser mucho más”, avisa el chef.

Batalla de restaurantes es la versión de Atresmedia de *My restaurant rocks*, que además de en TV3 también se emite en más cadenas autonómicas como À Punt, ETB y Telemadrid. La mecánica es la misma: cuatro restaurantes de una misma ciudad o zona y especializados en el mismo plato local competirán por determinar quién es el mejor y llevarse un premio de



Chicote y los cuatro protagonistas de la primera entrega del programa, que se grabó en Cádiz

10.000 euros. A lo largo de ocho episodios, *Batalla de restaurantes* recorrerá Cádiz (que abre hoy el programa en busca del mejor atún rojo), Vigo, Menorca, Zaragoza, Gijón, Murcia, Toledo y Madrid.

Igual que en *Joc de cartes*, los propietarios de cada restaurante son los jueces que valoran a su competencia, pero es Chicote quien tiene el voto decisivo. El es-

pacio, la cocina, la comida, el servicio y el precio, junto a la ejecución que se realice del plato, son los elementos que valorar y puntuar. Aunque Chicote precisa: “Aquí no hay una norma escrita de cómo has de votar o qué has de tener en cuenta, con lo cual, cada uno de los contrincantes que visita los restaurantes del resto va votando según le parece. Pero, al fi-

nal, mi votación termina siendo decisiva para decidir quién es el vencedor de cada batalla”.

Chicote explica a *La Vanguardia* que la gran diferencia de *Batalla de restaurantes* con los programas de las cadenas autonómicas es que “cada uno de los capítulos es muy distinto al viajar ahora por toda España porque tenemos idiosincrasias muy diferentes: no es lo

mismo hacer el marisco de Vigo que el atún de Cádiz, las migas de Zaragoza o el cocido madrileño”.

“Y luego nosotros hacemos mucho hincapié, y ya el nombre del propio programa lo indica, que esto no es venir a echar el rato y a pasar la experiencia. Esto es una batalla y cada restaurante tiene que defender que su opción es la mejor del cuarteto en cada programa”, avisa el presentador, que niega que vayamos a ver a un Chicote más relajado.

“Sobre el papel parece algo relativamente sencillo, ya que vas a comer a restaurantes que tienen cierto nivel y fama. Parece que te lo vas a pasar bien hasta que empiezan a volar los cuchillos, en modo figurado, y la cosa deja de ser tan amable para convertirse en una auténtica batalla”, dice.

Cuando Atresmedia le presentó esta propuesta, Chicote vio un par de programas de *Joc de cartes* para hacerse una idea del formato y la mecánica, “porque siempre es mejor verlo que te lo expliquen”, pero no para intentar parecerse. “Tanto la productora Zeppelin como la cadena se esforzaron en decirme que en este programa tenía que aparecer el Chicote de siempre”.

PARRILLA ELABORADA POR ONEDATA. COMERCIAL@ONEDATA.ES							
PROGRAMACIÓN TV							
Consulte aquí la programación de hoy y de los próximos dos días de todos los canales http://parrilla-tv.lavanguardia.com							
ST SUBTITULADO / R REPETICIÓN							
1	2	3	cuatro	5	La Sexta		
6.00 Telediario matinal. Incluye El tiempo. (ST)	8.00 Café d'idees (magacín).	6.00 Notícies 3/24. (ST)	7.40 Alerta Cobra (serie).	8.05 Informativos Telecinco.	6.00 Minutos musicales.	6.00 Remescar, cosmética al instante (promocional).	6.00 Remescar, cosmética al instante (promocional).
8.00 La hora de La 1 (magacín de actualidad).	9.55 La aventura del saber.	8.00 El matins (magacín de actualidad).	Emisión de los capítulos Los guardianes de Engonia, Amigos para siempre, Apagón y Sin aliento.	Presentadoras: Laila Jiménez y Arancha Morales. Incluye El tiempo.	6.30 Remescar, cosmética al instante (promocional).	6.15 Las noticias de la mañana. Incluye Deportes y El tiempo. (ST)	6.15 Las noticias de la mañana. Incluye Deportes y El tiempo. (ST)
Presentadores: Marc Sala y Silvia Intxaurre. (ST)	10.55 Aquí hay trabajo.	Presentadora: Ariadna Oltra. Magacín de actualidad que incluye entrevistas, reportajes y debates, entre otras secciones. (ST)	11.30 En boca de todos (actualidad).	8.55 La mirada crítica (magacín).	7.00 Previo Aruser@s.	9.00 Aruser@s (entretenimiento).	8.55 Espejo público (magacín).
10.40 Mañaneros (magacín de actualidad).	11.20 Pueblo de Dios.	Presentador: Nacho Abad.	Presentador: Antonio Texeira.	Presentadora: Ana Terradillos. Colaborador: Antonio Texeira.	9.00 Aruser@s (entretenimiento).	Presentador: Alfonso Arús. (ST)	Presentadora: Susanna Griso. (ST)
(ST)	11.50 La 2 express (zapping).	10.30 Tot es mou (magacín).	14.00 Notícies Cuatro.	10.30 Vamos a ver (magacín de actualidad).	11.00 Al rojo vivo (debate).	13.20 Cocina abierta con Karlos Arguiñano (gastro-nómico).	13.20 Cocina abierta con Karlos Arguiñano (gastro-nómico).
14.00 L'informatiu. Incluye El temps. (ST)	12.05 Culturas 2. (ST)	Presentadora: Helena García Melero. (ST)	Presentadora: Alba Lago. (ST)	Presentador: Joaquín Prat. Colaboradora: Adriana Dorronsoro.	Presentador: Antonio García Ferreras. (ST)	13.45 La ruleta de la suerte (concurso).	13.45 La ruleta de la suerte (concurso).
14.10 Ahora o nunca (magacín).	12.35 Grans documentals (serie documental).	13.50 Telenotícies comarques.	14.55 Eldesmarque Cuatro.		14.30 La Sexta noticias 1ª edición.		
Presentadora: Mònica López. (ST)	13.25 Mañanas de cine: La balada de Johnny Ringo.	14.30 Telenotícies migdia. (ST)	Presentador: Manu Carreño. (ST)		Presentadora: Helena Resano. (ST)		
	14.55 El libro de cocina mediterránea de Ainsley. (ST) (R)						
15.00 Telediario 1. Presentadora: Alejandra Herranz. Deportes: Ana Ibáñez. Incluye El tiempo. (ST)	15.45 Saber y ganar. (ST)	15.35 Cuines (gastronómico).	15.20 El tiempo. (ST)	15.00 Informativos Telecinco.	15.10 Jugones.	15.00 Antena 3 Noticias 1.	15.00 Antena 3 Noticias 1.
15.50 L'informatiu. Incluye El temps. (ST)	16.30 Grans documentals (serie documental).	Presentadores: Marc Ribas, Gessamí Caramés y Arnau Paris.	15.30 Todo es mentira (humor).	Presentadoras: Isabel Jiménez y Ángeles Blanco. (ST)	Presentador: Josep Pedrerol. (ST)	Presentadora: Sandra Golpe. (ST)	Presentadora: Sandra Golpe. (ST)
16.15 El tiempo. (ST)	Meravelles salvatges de Madagascar: Els amos de la selva.	16.15 Com si fos ahir (serie).	18.00 Cuatro al día (magacín de actualidad).	15.30 Eldesmarque Telecinco.	15.30 La Sexta meteo.	15.30 Deportes. (ST)	15.30 Deportes. (ST)
16.30 Salón de té La Moderna (serie).	17.20 Grans documentals (serie documental).	Aitor se hace el simpático con Mari Carmen y le pregunta por Noe. (ST)	Presentadores: Verónica Dulanto y José Luis Vidal. (ST)	Presentadora: Lucía Taboada. (ST)	Presentadores: Francisco Cachó y Joanna Ivars. (ST)	15.35 El tiempo.	15.35 El tiempo.
	Tairona: La selva.			15.40 El tiempo. (ST)	15.45 Zapeando.	Presentador: Roberto Braseró. (ST)	Presentador: Roberto Braseró. (ST)
					Presentador: Dani Mateo. (ST)	15.45 Amar es para siempre (serie).	15.45 Amar es para siempre (serie).
17.30 La Promesa (serie).	18.05 Helvètica (divulgativo).	16.50 El Paradís de les Senyores (serie).	20.00 Notícies Cuatro.	15.50 Así es la vida (magacín).	17.15 Más vale tarde (actualidad).	17.00 Pecado original (serie).	17.00 Pecado original (serie).
Feliciano evita que una pelea entre Salvador y Jerónimo tenga consecuencias irremediables.	Publicitat. Presentadora: Flora Saura.	En el piso de las chicas, todas tienen problemas. Para empezar, a Gabriella le cuesta mucho sacar adelante a la vez el traje de Gramini y la colección de Navidad.	Presentadores: Diego Losada y Mónica Sanz. (ST)	Presentadores: Sandra Barneda y César Muñoz. (ST)	Presentadores: Iñaki López y Cristina Pardo. (ST)	Yildiz y Kerim se despiden de manera definitiva. Más tarde, una vez que la relación con Yildiz ha acabado, Kerim decide terminar su trabajo robando el dinero del holding y desapareciendo.	Yildiz y Kerim se despiden de manera definitiva. Más tarde, una vez que la relación con Yildiz ha acabado, Kerim decide terminar su trabajo robando el dinero del holding y desapareciendo.
18.30 El cazador (concurso).	18.35 Déu n'hi do (divulgativo).	17.35 Planta baixa (magacín de actualidad).	20.45 Eldesmarque Cuatro.	17.00 TardeAR (magacín).	20.00 La Sexta noticias 2ª edición.	18.00 Y ahora Sonsoles.	18.00 Y ahora Sonsoles.
Presentador: Rodrigo Vázquez. (ST) (R)	Únics (serie documental): Núria Espert.	20.15 Està passant (humor).	Presentador: Ricardo Reyes. (ST)	Presentadora: Ana Rosa Quintana. Colaboradores: Antonio Hidalgo, Manuel Marlasca, Laura Madrueño, Miguel Ángel Nicolás, Beatriz Archidona y Jorge Luque.	Presentadores: Cristina Saavedra y Rodrigo Blázquez. (ST)	20.00 Pasapalabra (concurso).	20.00 Pasapalabra (concurso).
19.30 El cazador (concurso).	19.00 El libro de cocina mediterránea de Ainsley.		21.00 El tiempo. (ST)	20.00 Reacción en cadena (concurso).	21.00 La Sexta clave.		
Presentador: Rodrigo Vázquez. (ST)	La 2 express. (ST)		21.05 First Dates (entretenimiento).		Presentador: Joaquín Castellón. (ST)		
20.30 Aquí la Tierra (divulgativo).	19.40 Grandes diseños: la casa del año. (ST)		Presentador: Carlos Sobera.		21.20 La Sexta meteo.		
(ST)	20.45 Grandes diseños de Suecia: Sur de Gotland.				21.25 La Sexta deportes.		
21.00 Telediario 2. Presentadora: Marta Carazo. Deportes: Arsenio Cañada. Incluye El tiempo. (ST)	21.30 Cifras y letras. (ST)	21.00 Telenotícies vespere.	22.50 Horizonte (actualidad).	21.05 Informativos Telecinco.	21.30 El intermedio (humor).	21.00 Antena 3 Noticias 2.	21.00 Antena 3 Noticias 2.
21.55 4 estrellas (serie): Eva al desnudo. (ST)	22.00 El condensador de flujo: ¿Cosas de casa o las familias poderosas en la historia? Las familias más poderosas de la historia protagonizan esta nueva entrega, en la Raquel Martos desvela, junto a los colaboradores, aquellas sagas que han dejado más huella.	Presentador: Toni Cruanyes. Deportes: María Fernández Vidal y Tomàs Molina. (ST)	Presentador: Iker Jiménez. Colaboradora: Carmen Porter. El programa aborda la iniciativa de descolonización de los museos a raíz de la declaración del ministro de Cultura, Ernest Urtsun, de su intención de llevar a cabo una revisión de los museos estatales para superar el marco colonial que ha lastrado, en ocasiones, la visión del patrimonio, de la historia y del legado artístico.	Presentador: Carlos Franganillo. (ST)	Presentadores: El Gran Wyoming y Sandra Sabatés. (ST)	21.30 Deportes. (ST)	21.30 Deportes. (ST)
22.50 Benidorm Fest (musical): Segunda semifinal. Presentadores: Ruth Lorenzo, Marc Calderó y Ana Prada. María Peláe, Dellacruz, MARLENA, st. Pedro, Jorge González, Yoly Saa, Roger Padrós y Almácor son los ocho artistas que presentan su propuesta sobre el escenario.	22.45 Polònia (humor).	20.15 Està passant (humor).	21.05 First Dates (entretenimiento).	21.35 Eldesmarque Telecinco. (ST)	22.30 Batalla de restaurantes (concurso): El mejor atún rojo de Cádiz. Presentador: Alberto Chicote. El programa arranca buscando el mejor atún rojo de Cádiz. Para empezar, el espacio visita Ciclo, una apuesta muy personal de Luis Callealta, así como Burlesque, un restaurante al más puro estilo parisino.	21.45 El hormiguero 3.0 (talk show).	21.45 El hormiguero 3.0 (talk show).
	22.55 Apocalipsis de la antigüedad: El imperio acadio.	22.10 Històries de la primària (serie documental): Acompanyar. Uno de los personajes estrella del primer capítulo, Teresa, vuelve con sus quebraderos de cabeza y su adicción al chocolate con leche.	Presentador: Carlos Sobera.	21.45 El tiempo. (ST)	Presentadora: Marta Flich. Versión del reality en la que los concursantes que conviven en la casa de Guadalix de la Sierra son famosos que están unidos por lazos sentimentales.	22.45 Entre tierras (serie).	22.45 Entre tierras (serie).
	23.50 El museo invisible. (ST)	23.40 Al cotxe (entrevistas): Roger Casamajor. Presentador: Eloi Vila.	21.05 First Dates (entretenimiento).	22.00 GH Dúo (reality show).	0.05 Cine: No lo llames amor... llámalo X.	1.15 Cine: El testimonio de una madre.	1.15 Cine: El testimonio de una madre.
0.30 Noche del Benidorm Fest.	0.40 Carlos V. Los caminos del emperador: Por las tierras de Castilla.	0.05 Més 324 (debate). Presentador: Xavier Graset.	1.45 Eldesmarque madruga-da (magacín).	2.00 Casino Gran Madrid Online Show (otros).	1.45 Crímenes imperfectos.		
	1.15 Conciertos de Radio 3.			2.20 ¡Toma salami! (zapping).			
				2.55 El horóscopo de Esperanza Gracia.			

Celine Dion se sincera sobre la enfermedad que padece: «Ha sido un reto para mí»

► La cantante protagoniza un documental en el que habla, como nunca antes lo había hecho, sobre su vida privada

ROCÍO F. BUJAN
MADRID

IAm: Celine Dion', el documental que recorre la vida de una de las voces más reconocidas a nivel internacional ya tiene quién se encargue de distribuirlo. Será a través de la plataforma Amazon Prime Video desde donde se podrá disfrutar de un viaje por la vida de la artista, de la mano de la cineasta nominada al Oscar Irene Taylor. Un documental que refleja una época decisiva de la vida y la carrera profesional de la cantante.

Una lucha feroz

Uno de los momentos más emotivos de la cinta es cuando la cantante se sincera sobre su lucha con el síndrome de la persona rígida (SPR) y los esfuerzos que ha hecho para continuar actuando pese a la enfermedad. Una dolencia rara e incurable que el pasado mes

de mayor obligó a la canadiense a cancelar su gira. «Sufro espasmos musculares persistentes que me impiden realizar mi trabajo». Una rara enfermedad neurológica desde hace años que no le permite llevar a cabo una vida normal.

«Siento mucho decepcionaros de nuevo. Estoy trabajando muy duro para recuperar mi fuerza, pero las giras pueden ser exigentes y difíciles, incluso cuando estás al cien por cien. Sería injusto para vosotros posponer los conciertos una vez más y, aunque me rompe el corazón, es mejor cancelar todo ahora, hasta que esté realmente lista para volver a los escenarios. Quiero que sepáis que no me rendiré», escribió entonces

La cantante no está dispuesta a tirar la toalla y piensa volver a los escenarios en cuanto le sea posible

ces la cantante a través de un comunicado en referencia al trastorno neurológico que se caracteriza por episodios de rigidez y espasmos musculares en el tronco, brazos y piernas. Una patología extremadamente rara, que afecta únicamente a una persona por cada millón y que afecta más a las mujeres que a los hombres.

Además, el documental captura la vida privada nunca antes vista de Celine Dion, mientras lucha por vivir una vida abierta y auténtica con su enfermedad. «Este último par de años ha sido un reto para mí, un viaje desde que descubrí mi enfermedad hasta saber cómo vivir con ella y gestionarla, pero no dejo que me defina», ha afirmado Celine Dion durante la presentación del documental. «Mientras continúo hacia la meta de retomar mi carrera artística, me he dado cuenta de cuánto he echado de menos ver a mis fans. Durante esta ausencia, he decidido que quería documentar esta parte de mi vida para intentar generar conciencia sobre esta enfermedad tan poco conocida para ayudar a otras personas que también sufren este diagnóstico», ha añadido.

Celine Dion // REDES



El delantero brasileño Neymar // ABC

Una mujer húngara asegura que el padre de su hija de 10 años es Neymar

► Gabriela Gaspar, que ha solicitado una prueba de ADN, le reclama al futbolista 30.000€ de manutención

L. G. C.
MADRID

A finales de noviembre, y tras varias semanas de rumores de infidelidad, por parte del futbolista brasileño, a su novia Bruna Biancardi, la pareja ponía fin a su relación, tan solo un mes después de convertirse en padres. Pero este no es el único hijo que tiene el brasileño, ya era padre de Davi Lucca da Silva Santos, nacido el 24 de agosto de 2011, fruto de su relación con Carolina Dantas.

Hijos sorpresa

Ahora, Gabriela Gaspar, una ex modelo húngara, afirma que tuvo un breve romance con Neymar en 2013, cuando la selección brasileña jugaba en Bolivia -y acabó quedando embarazada de una niña que ahora tiene 10 años- según informa 'Domingo Espetacular'.

La joven, que actualmente trabaja como reponedora en una tienda de alimentación, acaba de solicitar una prueba de ADN que confirme



Gabriela Gaspar // REDES

la paternidad y además solicita al jugador casi 30.000€ en concepto de manutención.

Pero no es el único hijo que quieren adjudicarle al futbolista. Según desvelaba el medio brasileño 'LeoDias', Neymar será padre, una vez más, tras haber mantenido una corta relación con Amanda Kimberlly, una joven modelo y creadora de contenido brasileña.

Tras salir a la luz estas noticias bomba, el futbolista ha preferido no hacer declaraciones por el momento.

Píldoras



Vista aérea de Tampa (Florida), donde los vecinos soportan un ruido que viene del mar y que ya están investigando

Enigma

Un supuesto ruido sexual tiene en vela a los habitantes de Tampa (Florida)

► Puede tratarse del apareamiento de corvinas negras en el fondo del mar

Mamen Sala. NUEVA YORK

El sonido es similar al de una ametralladora que dispara sin descanso. De nada sirve taparse los oídos porque aun así puedes sentir su temblor en el cuerpo. Por eso los vecinos del sur de la ciudad de Tampa, en Florida, han decidido que no van a parar hasta encontrar al, o a los, culpables de ese ruido que les está volviendo locos. Lo que nunca imaginaron es que el origen podría estar en la ruidosa y poco discreta vida sexual de unos peces.

Tras varios días de investigación local, y ante el fracaso del Departamento de Policía de Tampa, que no pudo determi-

nar el origen, los vecinos de la pequeña localidad floridana descubrieron por su cuenta que los extraños ruidos que tanto les estaban molestando procedían del fondo del mar. Crearon una campaña de recogida de fondos, y contrataron al científico James Locascio, director del programa de pesca del Acuario y Laboratorio Marino Mote de Sarasota para que continuara la investigación bajo agua.

El experto asegura tener una buena idea de lo que está ocurriendo porque lo ha oído antes. Según él, aunque se trata de un fenómeno poco común en esta época lo que está enturbiando la tranquilidad de los vecinos es el apareamiento de las corvinas negras. Son criaturas grandes,

que pueden pesar hasta 45 kilos, y muy ruidosas, sobre todo cuando cortejan a una pareja. Para enamorarlas, sin ningún tipo de vergüenza, emiten sonidos similares a los de una ametralladora. Hacen tanto ruido como podría hacer el de una cortadora de césped a oídos del ser humano. Y aunque para los vecinos de Tampa este ruido sea incomodo, para las hembras marinas de esta especie es pura melodía.

En un medio de comunicación local, Locascio explicó que «estos peces flexionan los músculos contra la vejiga natatoria para producir sonidos de tambor a bajas frecuencias» y aunque estos curiosos ruidos pocas veces se transmiten al aire debido a las diferentes densidades, «los sonidos de tambor de la corvina negra viajan por el suelo y los túneles, llegando a veces hasta la casa de la gente». No hablamos de unos peces, «son muchos, muchos los que viajan juntos», asegura el exper-

Los vecinos crearon una campaña de recogida de fondos y contrataron a un científico experto

to, que también apunta que la temporada de amor se extiende hasta principios de la primavera, y recomienda «celebrar lo divertido que es». Ya en el 2.000, en las localidades de Cape Coral y Punta Gorda, muchos vecinos reportaron ruidos similares. De hecho, el propio Locascio trató la cuestión en su tesis, que completó en el 2005 en la Facultad de Ciencias Marinas de la Universidad del Sur de Florida. Ya entonces ayudó a resolver el gran misterio, lo mismo que espera conseguir ahora. «Estos sonidos son comunes de las corvinas negras, pero la gente no esté acostumbrada a escucharlos», ha dicho el científico.

Quizá por la actual crisis climática, los sonidos se han intensificado en los últimos años, y los nuevos afectados no pueden más, algunos incluso aseguran que el ruido asusta a sus hijos. Con los 2.500 dólares que han recaudado los vecinos, Locascio espera confirmar su teoría colocando micrófonos bajo el agua y una grabadora que le permitan grabar el sonido y analizarlo después. Enero es su momento álgido de procreación, así que ahora mejor que nunca. En anteriores investigaciones han grabado coros de varios peces de hasta 202 decibelios, solo la ballena les supera en estruendo.

Atresmedia se adhiere a la iniciativa «Todos contra el cáncer»

J. C. MADRID

Atresmedia se ha adherido a la iniciativa «Todos Contra el Cáncer», promovida por la Asociación Española Contra el Cáncer para contribuir a superar el 70% de supervivencia en el año 2030. Este objetivo implica la creación de un movimiento que una a toda la población, empresas, entidades, administraciones públicas y medios de comunicación para alcanzar este reto común a todos. Atresmedia se compromete por ello a difundir esta iniciativa en sus propios canales, contribuyendo a concienciar sobre la investigación, la prevención y la detección precoz del cáncer.

El presidente del Grupo Atresmedia, José Creuheras, y el presidente de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC), Ramón Reyes, firmaron el pasado martes el acuerdo de adhesión a la iniciativa en la sede del grupo audiovisual. Una alianza que coincide con el Día Mundial contra el Cáncer este domingo.

El presidente de la AECC señaló que el cáncer «es una enfermedad que en mayor o menor medida nos va a afectar a todos y cuyas consecuencias perjudican al enfermo a nivel personal, familiar, social, económico y laboral. Dado que el 38% de la población con cáncer forma parte de la población activa, consideramos fundamental la implicación de las empresas, ya que pueden actuar como palanca del cambio y ayudar, no solo a prevenir el cáncer, sino a paliar sus consecuencias».

Por su parte, Creuheras aseguró que «en Atresmedia estamos muy orgullosos de apoyar esta iniciativa de la Asociación Española Contra el Cáncer y contribuir a la detección precoz, la investigación y la mejora de la calidad de vida de los pacientes con cáncer». «Somos conscientes de que podemos generar un impacto positivo en la vida de las personas y contribuir a concienciar a la sociedad, gracias a la información rigurosa y a los mensajes de sensibilización que enviamos a través de nuestros canales de difusión, que ponemos gustosos al servicio de esta causa», dijo.

SOCIEDAD

El hallazgo de restos de los primeros humanos en los Alpes añade incógnitas al vínculo entre sapiens y neandertales

El misterio de unas flechas de hace 47.000 años

DANIEL MEDIAVILLA, **Madrid**
Hace 47.000 años, en el corazón de Europa, a mitad de camino entre las actuales Fráncfort y Berlín, el clima era gélido, parecido al que se puede encontrar ahora en Siberia. Sin embargo, esas condiciones no asustaron a los pioneros de la primera colonización humana de la región. Entre 1932 y 1938, en la cueva de Ilsehöhle, en Ranis (Alemania), se habían encontrado miles de fósiles de multitud de especies animales, algunas difíciles de identificar, junto a unas herramientas en forma de hoja, unas flechas posiblemente usadas para cazar, que se conocen como industria LRJ (siglas de Lincombian-Ranisian-Jerzmanowician). Estos objetos, encontrados en Polonia, Alemania y Reino Unido, se solían asociar a

nos modernos sustituyeron a la diversidad de especies del linaje humano presentes hasta ese momento] que apareció en Oriente Próximo, donde fue producida por los sapiens que salían de África”, indica Hublin.

Los nuevos resultados son una pieza más de un largo proceso de reconstrucción de las ancestrales migraciones humanas desde África. Ya había restos de *Homo sapiens* de hace 50.000 años en Bulgaria e incluso indicios de hace 54.000 en el sudeste de Francia. En la cueva de Ilsehöhle, la posibilidad de recuperar ADN del Pleistoceno, una tecnología desarrollada por Svante Pääbo permitió identificar como humanos restos encontrados en 2016 y hacerlo también con algunos de los recuperados en la década de 1930.



Fragmento de hueso humano de Ranis y, a la derecha, puntas bifaciales características del LRJ.

los últimos neandertales, la especie de homínidos que habitó Europa durante decenas de miles de años antes de la llegada del *Homo sapiens*. Pero un trabajo de *Nature* puede cambiar esa interpretación histórica.

En 2016, un equipo internacional de científicos liderado por Jean-Jacques Hublin, del Instituto Max Planck de Antropología Evolutiva de Leipzig (Alemania), regresó a la cueva de Ilsehöhle para completar la información recabada en la década de 1930 y tratar de identificar a los autores de las herramientas LRJ. Con las nuevas técnicas para datar restos, identificar ADN antiguo o reconstruir las condiciones climáticas y la alimentación de los visitantes de la cueva, fueron capaces, por primera vez, de asociar a los humanos modernos con una tecnología antes atribuida a los neandertales.

“Al final, parece que LRJ no tiene nada que ver con los neandertales. Es una de las formas europeas del Paleolítico Superior [el periodo en que los huma-

La asociación de la tecnología LRJ con nuestra especie y la fecha de llegada al norte de Europa mantiene incógnitas sobre la relación entre sapiens y neandertales. En el caso de los restos de Ilsehöhle, los autores creen que las hojas talladas fueron un invento sapiens.

Respecto a la influencia sapiens en la caída neandertal, Weiss es cauteloso: “De momento, solo podemos decir que había poblaciones de *Homo sapiens* en el norte de Europa cuando los neandertales vivían en el sudoeste”. Hublin añade que “hizo falta mucho tiempo para que los neandertales fuesen reemplazados más hacia el sur, en Francia o España”. Eso, concluye, solo sucedió con la siguiente oleada humana, la que llegó hace menos de 40.000 años y se asocia a la tecnología auriniaciense, que borró la huella genética de aquellos sapiens que se adaptaron al frío y sustituyó al musteriense, la forma de hacer herramientas que había sido útil para los neandertales en los 800 siglos anteriores.



En el centro, María Jesús Espinosa de los Monteros, directora ejecutiva de Prisa Audio, con los socios del proyecto WePod. / PRISA AUDIO

COMUNICACIÓN

Prisa Audio, referente en 2023 de la industria en español

El balance del año deja 616 millones de descargas y 1.053 millones de horas de escucha, un aumento del 12% y el 9,7% respecto a 2022

NOELIA NÚÑEZ, **Madrid**
Por tercer año consecutivo, Prisa Audio, la plataforma de Prisa Media que integra toda la producción de audio digital del grupo, se consolida como el primer productor mundial de audio en español y la segunda compañía a nivel mundial, solo tras la estadounidense iHeart Media. Los datos han sido publicados en el *ranking* de Triton Digital's Streaming Metrics Monthly Ranker, la firma de referencia en la medición de la industria del audio digital.

Solo en 2023, Prisa Audio deja un balance de 616 millones de descargas y 1.053 millones de horas de escucha, lo que supone un crecimiento anual del 12% y el 9,7% con respecto al año anterior.

El catálogo de Prisa Audio en 2023 se amplió con más de medio centenar de nuevos *podcasts*. De toda su producción, muchos se sitúan en los principales puestos de las listas semanales de los agregadores de audio: *Nadie sabe Nada*, *Estirando el Chicle*, *Criminopatía* o *Titania* son solo algunos de ellos. Las cifras han permitido a Prisa Audio crecer en sus ingresos durante el pasado año. En publicidad, contenido patrocinado, eventos y producciones a terceros los ingresos han crecido un 61% respecto a 2022.

La apuesta por el audio en EL PAÍS el pasado año deja más de 23 millones de descargas entre todas sus creaciones, lo que supone un 36% más con respecto a 2022. Estrenó el 2023 con la edición de fin de semana de *Hoy en EL PAÍS*, gracias a su colaboración con Podimo, siendo el único *daily* en España con episodios de lunes a domingo. A esto se suman los estrenos de varias series documentales y divulga-

Destaca por sus descargas ‘Sin control. El universo de Javier Milei’

‘Hoy en EL PAÍS’ es el único ‘daily’ en España emitido de lunes a domingo

vas: *La vida en jaque*, con Leontxo García; *El enemigo: el crimen de la viuda de la CAM*; *La caída del Apóstol* (para Podimo México) y *Sin control. El universo de Javier Milei*. Este último, en coproducción con la productora argentina Anfibia Podcast, ha tenido un éxito sin precedentes en Argentina con casi un millón de descargas en cuatro meses.

Prisa Audio nació en mayo de 2021 como una apuesta de Prisa Media para aglutinar la estrategia y el negocio de todos los contenidos de audio no lineal del grupo: EL PAÍS, AS, Cadena SER, Podium Podcast, Cadena Dial, LOS40, así como en las emisoras del grupo en Latinoamérica. Los buenos resultados constatan la apuesta del grupo por los contenidos innovadores y de calidad como referencia en el sector. Así lo ha valorado Carlos Núñez, presidente ejecutivo de Prisa Media: “La apuesta decidida de Prisa Media por el audio digital está dando sus frutos. En solo tres años, nos hemos convertido en líderes absolutos de la categoría en español y hemos podido comprobar el éxito de los *podcasts* como una nueva oportunidad de comunicación y conexión con nuestras audiencias”.

Uno de los principales hitos de 2023 fue el nacimiento de WePod, el proyecto liderado por Prisa Audio junto a nueve socios de distintos países europeos para potenciar la creación de contenidos sonoros transfronterizos. Financiado con fondos del Creative European Project (CREA), WePod tiene un objetivo muy claro para María Jesús Espinosa de los Monteros, directora general de Prisa Audio: “En los dos próximos años consolidaremos la industria cultural del audio a nivel europeo, no sólo con la creación de estos 24 *podcasts* de investigación periodística en cinco idiomas, sino también con la elaboración del *Libro blanco del podcast europeo* para abordar las ventajas y desafíos de la industria en Europa y con la creación de la primera asociación europea de profesionales de audio”. Además de la coordinación del proyecto, Prisa Audio será la responsable de la producción ejecutiva de las coproducciones periodísticas que se estrenarán en 2024 y 2025.

Prisa Audio sigue apostando por el *branded podcast* con creaciones junto a grandes empresas. Lo atestigua el *podcast Titania*, la coproducción de Podium Podcast y el Banco Santander que se ha convertido en un caso de éxito con un Premio Ondas al Mejor podcast este año.

Otros estrenos de Prisa Audio con importantes marcas han sido *Road to Dakar*, con Audi; *Buena huella*, con Naturgy; *La Suma*, con Novartis; *Tu viaje empieza hoy*, con Cabify; o *El legado de Odette*, con el Banco Sabadell. Además, la plataforma consolida la colaboración con otras instituciones como SGAE y su *podcast Vamos con todo* o con la Asociación Española Contra el Cáncer y el *podcast El cáncer se habla*.

JUAN GUTIÉRREZ



La despedida de otro gigante

La presente semana ha juntado en el tiempo dos ilustres nombres del baloncesto español, acompañados de dos noticias trascendentes. Por un lado, el regreso de **Ricky Rubio** a los entrenamientos con el **Barcelona**, después de medio año de parón para gestionar sus problemas de salud mental. Lo más importante, en su caso, es volver a verle sonreír. Y otro, el anuncio de retirada de **Marc Gasol**, que a efectos prácticos llevaba casi tantos meses como **Ricky** fuera de las canchas, desde el 24 de mayo de 2023, aunque faltaba la oficialidad del adiós. Los dos nombres, unidos, nos

transportan al quinteto ideal de la **Copa del Mundo** de 2019, que **España** ganó, contra pronóstico, gracias en gran parte por la aportación de ambos. En el caso de

Marc, además, era su segundo oro mundial, un hito del que solo pude presumir otro jugador: **Rudy Fernández**.

Cuando hablamos de la época dorada de nuestro basket, la primera figura que surge es la de **Pau Gasol**, que triunfó en la **NBA** a la altura de las máximas estrellas y transformó a la **Selección**. Sin embargo, en paralelo crecieron otros ases que escribieron las mismas páginas de gloria, y en algunos casos muchas otras. En aquel segundo **Mundial**, por exprimir el ejemplo, no estaba el mayor de los **Gasol**, pero sí

Marc, que ha labrado su propia carrera sin la carga del apellido, aunque una de sus fotos más icónicas sí está ligada a **Pau**: el salto inicial en el **All-Star 2015**. Sumen otros dos oros en el **Eurobasket**, además de una plata y dos bronce; otras dos placas olímpicas en los **Juegos**, un anillo con los **Toronto Raptors**, el premio de **Mejor Defensor** en la liga nortamericana, un **MVP** en la **ACB**, donde también tiene un título, una **FIBA Eurocup**... Ahí queda eso. Marc es otro gigante del deporte español que cuelga la camiseta. Solo queda darle las gracias por sus 20 años de servicio. Y desearle suerte en su nuevo viaje.

► PREMIOS



Los Premios Admiral, ayer.

“Todos los de aquí vamos a por medallas”

■ Con París 2024 en la cabeza, ayer, los Premios Admiral al Deporte Español condecoraron a Antía Jácome (Mejor Deportista Femenina), Fran Garrigós (Mejor Deportista Masculino), Inés Bergua (Mejor Deportista Sub-23 Femenina), Cayetano García (Mejor Deportista Sub-23 Masculino), María Delgado (Mejor Deportista Paralímpico) y Teresa Portela (Historia del Deporte Español). “Todos los de aquí vamos a por medallas y el que diga que no... ¡miente!”, dijo Delgado como resumen de la gala. —A. S.

DE TODO UN POCO

■ Atletismo. Peso de oro

Tom Walsh, Darlan Romani, Zane Weir y Rajindra Campbell, cuatro lanzadores por encima de 22 metros, estarán en el World Indoor Tour de Gallur (23 de febrero).

■ Esquí. Plata mundial

Ander Mintegui se coronó subcampeón del mundo junior y es el primer deportista masculino español en subir al podio en unos Mundiales de la especialidad.

■ Natación. Baja artística

Emma García, plata en Dúo Mixto Técnico en los pasados Mundiales de natación artística, anunció anoche su baja de última hora en Doha por una lesión de espalda.

PÁDEL ► HEXAGON CUP

Bella Puerto Rico luce en el estreno del torneo

Media entrada en el Madrid Arena para empezar

E. OJEDA / MADRID

La Hexagon Cup tiene por objetivo ser un torneo vivo con oferta variada. Empezó por la entrega de los premios Padel Spain (novena edición) de los mejores de 2023 por elección popular (320.000 aficionados): Ari Sánchez y Agustín Tapia, los dos del equipo RL9, el de Lewandowski en este torneo; Augsburger y Ustero, los revelación; y la mejor competición solidaria para el Real Madrid, premio que recogió Iker Casillas.

Ayer se temía que el público no respondiese, pero el Madrid Arena superó la media entrada, que por comparación con los WPT y Premier Padel disputados en el mismo escenario sale bien parado.

Para ser el primer día, y la primera edición, los detalles estaban cuidados. Sí, se descolgó uno de los 36 focos que iluminan la pista, pero se solventó pronto. La regidora de la televisión quiso retrasar el



Di Nenno y Tello, ayer en la Hexagon Cup.

saque en un punto, y los jugadores y la árbitra saltaron: no es una exhibición, es un torneo con un millón de euros en premios. Y hasta está prevista la posibilidad de que se siga la competición aunque haya lesiones: Momo González y Virginia Riera son los suplentes por si hay contingencias.

Los equipos actúan como tales, pero el Bella Puerto Rico lo hace como país: ha desplazado a 26 personas, en el que deportivamente destaca

Tommy Ramos, finalista olímpico en gimnasia, y Dayanara Torres, Miss Universo de 1993 y cuya presencia se convirtió en uno de los reclamos del primer día. En Puerto Rico no hay algún jugador destacado, pero su apoyo en las gradas a su pareja femenina fue realmente animador de la tarde en una jornada en la que destacó el choque ente el Murray Team y Eleven de Estados Unidos, en el que actuaba Chingotto en la izquierda con

Lucho Capra. Enfrente estaban Tello y Di Nenno, que han sido compañeros de Fede y, aunque ganaron el partido, decían que “este Chingotto es una rata que te mata”. “Me conoce tanto que me busca las cosquillas”, comentaba Tello (6-2 y 7-6). Marta Ortega y Gemma Triay (Nadal Academia) ganaron en tres sets a Sofi Araújo y Delfi Brea, también del equipo de Murray. Para hoy, morbosos Tello y Di Nenno contra Stupa y Ruiz en un inédito cambio de parejas.

COMUNICACIÓN

PRISA Audio, referente en la industria del audio en español

■ Por tercer año consecutivo, **PRISA Audio**, la plataforma de **PRISA Media** que integra toda la producción de audio digital del grupo, se consolida como el primer productor mundial de audio en español y la segunda compañía a nivel mundial, solo tras la estadounidense **iHeart Media**. Los datos han sido publicados en el ranking de **Triton Digital's Streaming Metrics Monthly Ranker**, la firma de referencia en la medición de la industria. Solo en 2023, PRISA Audio deja un balance de 616 millones de descargas y 1.053 millones de horas de escucha, lo que supone un crecimiento anual del 12% y el 9,7% con respecto al año anterior.

El catálogo de PRISA Audio en 2023 se amplió con más de medio centenar de nuevos podcasts. De toda su producción, muchos se sitúan en los principales puestos de las listas semanales **Mínimo de Veterano**, **Nadie sabe Nada**, **Estirando el Chicle** o **Criminopatía**... Publicidad, contenido patrocinado, eventos y producciones a terceros los ingresos han crecido un 61% sobre 2022.

Uno de los principales hitos de 2023 fue el nacimiento de **WePod**, el proyecto liderado por PRISA Audio junto a nueve socios europeos para potenciar la creación de contenidos sonoros transfronterizos. Los buenos resultados de 2023 provienen también de las creaciones de **AS Audio**, como **Los últimos de la lista** y **Mínimo de veterano**. La división de audio de esta cabecera también ha estrenado tres series documentales: **Pau Gasol, siempre un Laker**; **Imposible sin ellas**, con motivo del **Mundial** de fútbol femenino, y **Mi recuerdo de La Quinta**, con **Tomás Roncero**.

TENIS ► CIRCUITOS WTA Y ATP

Las lesiones vuelven a lastrar a Paula Badosa

■ Paula Badosa tuvo que retirarse por lesión durante su partido de octavos de final del WTA 250 de Tailandia ante la rusa Daria Shnaider después de caer en el primer set por 6-2 y cuando mandaba por 3-4 en el segundo set. Badosa empezó a mostrar molestias en la espalda que le impidieron

sacar con normalidad. Precisamente la zona de la espalda fue la que lastró a la catalana durante gran parte de 2023.

Además, Garbiñe Muguruza desapareció del ranking WTA al no tener puntos, y hoy en Montpellier Pablo Llamas se mide con Holger Rune, y Pedro Martínez con Borna Coric. —J.M.M.



Paula Badosa, tras un revés.

Un análisis con datos hasta la pandemia señala la existencia de una crisis en la salud mental de los jóvenes

Niños ansiosos y adolescentes depresivos

ENRIQUE ALPAÑÉS, **Madrid**
Ser joven suele ser un factor positivo al hablar de salud. Pero las cosas cambian radicalmente al poner el foco en la salud mental. Un nuevo estudio basado en los resultados del *Estudio de la Carga Global de las Enfermedades o Global Burden of Disease Study* (GBD, en sus siglas en inglés) de 2019, revela que los trastornos mentales lastran la vida de la población de cinco a 24 años. Uno de cada 10 niños y jóvenes de esta edad (o lo que es lo mismo, 293 millones en todo el mundo) convive con al menos un trastorno mental diagnosticable, según un estudio publicado en la revista *JAMA Psychiatry*.

“La salud mental de los jóvenes de todo el mundo está en crisis”, explica en un editorial David C. Saunders, psiquiatra infantil de la Universidad de Columbia, Estados Unidos. Las cifras que señala el estudio están en consonancia con los datos que se manejaban sobre la prevalencia mundial de los trastornos mentales en jóvenes, que se sitúan en el 13,4% en niños y adolescentes hasta los 18 años. Sin embargo, este estudio desagrega por grupos de edad y sexo, mostrando grandes diferencias según la enfermedad. En estos temas, la edad importa. Así, la ansiedad predomina en el grupo de 5 a 9 años, mientras que los trastornos depresivos son más prevalentes en los grupos de 15 a 19 años y 20 a 24 años. El género también es determinante. Así, los hombres son más propensos a sufrir problemas de alcoholismo o abuso de drogas, mientras que la ansiedad, la depresión o los trastornos de la alimentación tienen mayor prevalencia entre las mujeres. En otras enfermedades don-

de el condicionante social no es tan claro, como en la esquizofrenia o el trastorno bipolar, apenas hay diferencias.

El GBD es un estudio en el que colaboran más de 3.600 investigadores de 145 países. Y hace una foto fija y genérica de las enfermedades que afectan al mundo. Los resultados son alarmantes, pero no sorprendentes. La revista científica *PNAS* publicó el pasado noviembre un estudio que avisaba de un empeoramiento de la salud mental entre los grupos de población más jóvenes en Australia. Los síntomas depresivos también son más frecuentes entre los adolescentes británicos nacidos en los 2000 que entre los nacidos en la década anterior.

“También concuerda con lo que vemos aquí”, confirma José Luis Ayuso Mateos, catedrático de psiquiatría de la Universidad Autónoma de Madrid. “La realidad clínica lleva tiempo demostrando que estábamos ante un problema que había que abordar”. Ayuso, que también trabaja en los estudios de campo de la Organización Mundial de la Salud, no ha tenido nada que ver con este análisis. Pero está trabajando en el GBD de 2021 y puede adelantar una cosa: “La pandemia ha tenido un impacto claro. Cuando salga, vamos a ver que hay un incremento considerable entre los depresivos, el trastorno de ansiedad, la cantidad de suicidas y la cantidad de suicidio consumado. La dimensión del problema va a parecer más marcada”.

Al hablar de salud mental es normal situar un punto de inflexión en la pandemia, con millones de personas encerradas en sus casas, con difícil acceso al médico y mucho tiempo para pensar.



Un joven en Vitoria, el año pasado. / L. RICO (EFE)

Los hombres son más propensos al alcoholismo y al consumo de drogas

Los trastornos de la alimentación tienen mayor prevalencia entre las mujeres

Pero lo cierto, muestran los análisis, es que el cambio ya se estaba fraguando antes. “La salud mental de los jóvenes está empeorando”, señala Saunders en su editorial. “Pero hay aspectos importantes que este ensayo no puede responder y uno de ellos es por qué”. No obstante, el psiquiatra especula con los posibles causantes, “factores estresantes como las redes sociales y el cambio climático [la ecoansiedad] pueden estar impactando las tasas de depresión”.

Otro de los lugares comunes al hablar de la salud mental de los jóvenes es poner el foco en la fragilidad de la llamada, despectivamente, generación de cristal. Una vez más, los datos matizan esta idea. “Uno podría especular que los aumentos observados en los

últimos años son un error de percepción: que una mayor conciencia y menor estigma que podría haber llevado a más diagnósticos”, reconoce Saunders. Pero acto seguido destaca el aumento en los intentos de suicidio entre los jóvenes como contraargumento. “Esto sugiere que el aumento de diagnósticos de enfermedades mentales en la juventud no es un fenómeno artificial”, concluye.

Maduración cerebral

Tampoco es nuevo. Desde los primeros resultados del GBD, en la década de los noventa, se ha acumulado evidencia de que los trastornos mentales empiezan a manifestarse en la adolescencia, alcanzando un pico alrededor de los 14 años. Este período, que abarca desde la infancia hasta el inicio de la adultez temprana, “es crucial debido a los intensos cambios en el desarrollo que ocurren”, señala el estudio, “como la maduración cerebral, el ingreso a la escuela, la pubertad y la transición al trabajo”. Quizá por eso, el estudio considera que sería recomendable aumentar el término a estudiar como adolescente hasta los 24 años, cuando se completa realmente la transición a la vida adulta.

“No es un dato nuevo, de hecho, es una observación histórica en la epidemiología”, confirma Ayuso. “Las cohortes más jóvenes tienen más morbilidad de enfermedades mentales que las cohortes de personas nacidas antes. Ya se vio, por ejemplo, que las personas que habían nacido después de la Segunda Guerra Mundial en Estados Unidos tenían más prevalencia de depresión que aquellas personas que habían nacido antes de la Segunda Guerra Mundial”. Desde entonces, distintos estudios epidemiológicos han venido a confirmar esta idea. Como el presente.

El estudio no solo deja certezas. También reconoce la necesidad de investigaciones adicionales para comprender mejor las causas subyacentes de la crisis actual y la identificación de poblaciones más vulnerables. Se destaca que factores como la exposición a redes sociales, la realidad virtual y la inteligencia artificial también deben ser considerados en futuras investigaciones. Y se avisa de las posibles secuelas de un factor que este análisis aún no ha podido analizar: la pandemia.

Los senadores de EE UU, a los directivos de las redes sociales: “Tienen sangre en las manos”

Mark Zuckerberg, de Meta, pide perdón a los padres de víctimas de acoso digital

M. V. L., **Washington**
“Ustedes y sus empresas, sabemos que no es esa su intención, pero tienen las manos manchadas de sangre. Hacen un producto que mata gente”. La andanada que lanzó el senador republicano Lindsey Graham en su discurso, entre los aplausos entusiastas del público, fue solo un adelanto de la hostilidad que esperaba a los consejeros delegados de las mayores redes sociales en la audiencia de ayer en la Cámara alta del Con-

greso estadounidense sobre la explotación de menores en internet y la necesidad de implantar legislación contra los depredadores en esas plataformas. Organizaciones especializadas y legisladores acusan a las compañías de no hacer lo suficiente para proteger a los menores y de llenarse los bolsillos con esa falta de control.

A la sesión del Comité Judicial del Senado estaban citados los directores generales de las grandes compañías: Mark Zuckerberg de

Meta, la compañía matriz de Facebook; Linda Yaccarino, de X; Shou Zi Chew, de TikTok; Jason Citron, de Discord, y Evan Spiegel, de Snap. Tras ellos, el público más hostil posible: padres de niños víctimas de abusos en redes que se acabaron suicidando por el acoso recibido en esas plataformas.

“No existe ninguna herramienta para que las empresas se vean obligadas a rendir cuentas”, señaló Dick Durbin, presidente del Co-

mité. “Lamento todo lo que ustedes han pasado. Nadie tendría que sufrir las cosas que sus familias han padecido, y por eso invertimos tanto en todo el sector para asegurarnos de que nadie tenga que pasar por lo que han tenido que sufrir”, declaró Zuckerberg pidiendo perdón a los padres de niños víctimas.

En 2009, apenas la mitad de los adultos de Estados Unidos utilizaba teléfonos inteligentes. En 2012, la mitad de los adolescentes

ya estaba en redes sociales. Hoy, el 95% de los adolescentes emplea alguna de estas plataformas digitales. Y una tercera parte de muchachos entre los 13 y los 17 años reconoce consumirlas de modo constante. Al mismo tiempo, se ha disparado la cifra de jóvenes que admite padecer síntomas de depresión.

El Congreso de EE UU maneja varios proyectos de ley que buscan aumentar la protección de los menores en las redes sociales, aunque ninguna ha salido adelante hasta el momento. Algo que senadores como la demócrata Amy Klobuchar atribuyeron, al menos en parte, a la presión ejercida por las grandes compañías tecnológicas. “¿Por qué no tomamos medidas, cuando sabemos que hay niños muriendo?”, se preguntó.



EL GIGANTE DISCOGRÁFICO, CON ARTISTAS COMO TAYLOR SWIFT O THE WEEKND, ACUSA A LA RED SOCIAL CHINA DE "INTIMIDACIÓN" Y DECIDE NO RENOVAR EL CONTRATO ENTRE AMBOS.

Universal Music retira su música de TikTok al no llegar a un acuerdo

Anna Nicolaou. Financial Times

Universal Music ha decidido retirar su música de la red social china TikTok tras la ruptura de las negociaciones entre ambas partes sobre el pago que debe recibir la discográfica, lo que impediría el acceso de la red social a la música de estrellas como Taylor Swift, The Weeknd, U2, The Killers, Red Hot Chili Peppers o Drake. En España, su catálogo incluye las canciones de Aitana o Leiva, entre otros.

Universal, el gigante de la industria que controla un tercio de la música a nivel global, había mantenido tensas negociaciones con TikTok a lo largo del último año, según personas familiarizadas con la situación.

Este martes, Universal acusó a TikTok de "intimidación", explicando que la compañía china se mostró solamente dispuesta a pagar una "fracción" de la tarifa que otras redes sociales pagan por el acceso a su extenso catálogo de música.

Ante esta situación, la discográfica anunció que dejaría de conceder licencias de su contenido a TikTok cuando finalizara su actual contrato. La fecha de vencimiento expiró ayer.

Un negocio lucrativo

Las grandes discográficas ganan miles de millones de dólares al año por el pago de derechos de autor de plataformas de *streaming* y redes sociales como Spotify, Apple y Meta. La práctica habitual es



La red social se ofreció a pagar sólo una parte de la tarifa por el acceso a su catálogo de música

volver a negociar las condiciones de estos contratos cada dos años.

"En el transcurso de las negociaciones, TikTok intentó intimidarnos para que aceptáramos un acuerdo por un valor inferior al anterior, muy por debajo del valor justo de mercado y que no reflejaba su crecimiento expo-

nencial", declaró Universal.

En respuesta a estas declaraciones, TikTok afirmó que Universal ha "antepuesto la codicia a los intereses de sus artistas y compositores".

"A pesar de la falsa narrativa y retórica de Universal, el hecho es que han elegido dar la espalda al poderoso apoyo de una plataforma con más de 1.000 millones de usuarios y que sirve como vehículo gratuito de promoción de su talento", añadió la red social.

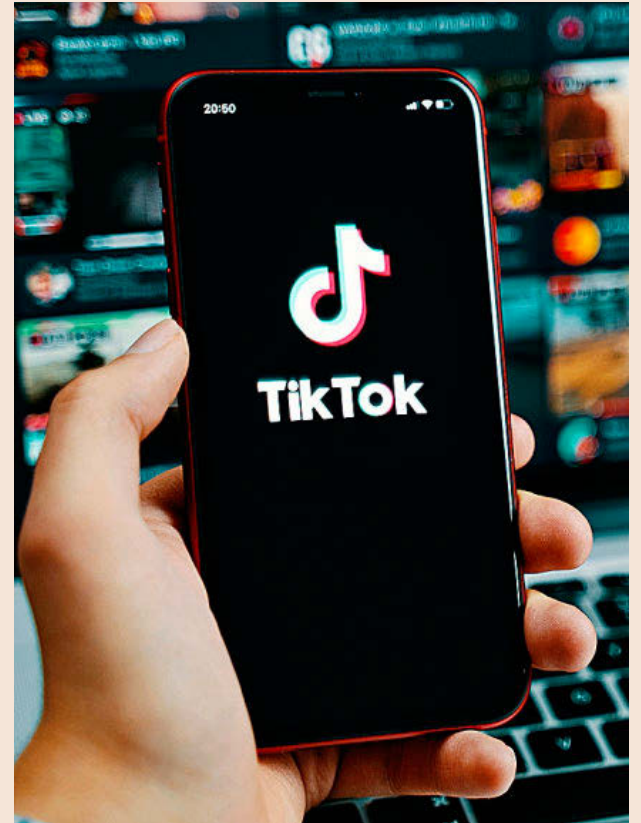
Es la primera vez en la era moderna del *streaming* que Universal Music llega al extremo de retirar su música

Según TikTok, Universal ha dado la espalda a una plataforma que promociona el talento

—que incluye millones de canciones de muchas de las mayores estrellas de la música— de la plataforma de una empresa tecnológica.

TikTok gana peso

La popularidad de TikTok se ha disparado en los últimos años. Millones de usuarios suben a la aplicación breves ví-



LA MÚSICA DEJARÁ DE SONAR El desencuentro entre Universal Music y TikTok ha provocado que la red social china de vídeos cortos, que suma más de 1.000 millones de usuarios, ya no podrá reproducir en su plataforma la música de artistas como Taylor Swift, Drake, The Killers o The Weeknd (en la imagen). TikTok representaba el 1% de los ingresos de Universal.

deos de sí mismos cada día, en muchos casos simulando que cantan las canciones de artistas de renombre.

Financial Times informó el mes pasado de que la empresa matriz de TikTok, ByteDance, obtuvo unos ingresos de 29.000 millones de dólares en los tres meses anteriores a junio de 2023, un 40% más que el año anterior. ByteDance no hace públicos sus resultados financieros.

"Las tácticas de TikTok son evidentes: utilizar el poder de su plataforma para perjudicar a los artistas vulnerables e intentar intimidar-

nos para que aceptemos un mal acuerdo que infravalora la música y perjudica a los artistas y compositores, así como a sus fans", sentenció Universal Music.

Los ingresos que genera a través de TikTok representan apenas el 1% de la facturación de Universal, añadió.

Warner Music, la tercera mayor discográfica del planeta, con un catálogo de artistas que incluye a Bruno Mars, Coldplay, Dua Lipa, Ed Sheeran o Green Day, entre otros, anunció el año pasado que había renovado su acuerdo con TikTok.

EL MUNDO

MARCA

Expansión

TELVA

YO

ESUE

www.esuelaunidadeditorial.es

Tu Futuro es

PERIODISMO - COMUNICACIÓN - DEPORTE
MODA - EMPRESA - TRANSFORMACIÓN DIGITAL

EDICIÓN
24
25

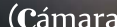


Tu Futuro

ESUE

informacion@escuelaunidadeditorial.es

Avalada por:



PROTAGONISTAS



BBVA

La Fundación BBVA premia la investigación de la sexta extinción

Los científicos mexicanos Gerardo Ceballos y Rodolfo Dirzo (en la imagen) han sido galardonados con el premio Fundación BBVA Fronteras del Conocimiento en Ecología y Biología de la Conservación por su contribución a documentar la magnitud de la llamada sexta gran extinción provocada por la actividad del ser humano. Según el jurado, su trabajo “ha demostrado que las tasas actuales de extinción son más altas que las producidas en los dos millones de años precedentes”.



GETTY

Universal retira la música de sus artistas de la red TikTok

Universal Music Group (UMG) anunció ayer que retirará su música de TikTok tras no llegar a un acuerdo con la plataforma, por lo que los usuarios ya no podrán utilizar canciones de artistas como Taylor Swift, Harry Styles, Bad Bunny y Ariana Grande o Drake para generar contenido en la red social. El sello musical estadounidense reafirmó su compromiso de ayudar a sus artistas y compositores a “alcanzar su mayor potencial creativo y comercial”.



El Museo Paleontológico de Castilla-La Mancha recibe un esqueje de la higuera de Miguel Hernández

La Universidad Miguel Hernández (UMH) de Elche (Alicante) ha entregado al Museo Paleontológico de Castilla-La Mancha uno de los esquejes que la Escuela Politécnica Superior de Orihuela (EPSO) de la UMH ha clonado de la higuera de Miguel Hernández. Con la clonación de los esquejes, la UMH pretende dar continuidad a este “simbólico árbol, testigo de la vida familiar del poeta en su casa de Orihuela. La reproducción de estos esquejes se inició en 2017 con el objetivo de dar continuidad a esta centenaria planta.



Los empleados de Mondelez destinaron 395 horas a causas benéficas

El grupo Mondelez International asegura demostrar un año más su implicación en las comunidades en las que está presente. Así, a lo largo de 2023, 133 empleados en España invirtieron 395 horas en ocho actividades de voluntariado, con Cruz Roja, SEO/Birdlife, la Asociación Alpi, Amavir o la Fundación A la Par. Estas acciones se enmarcan en el programa MDLZ Changemakers, que dona recursos y talento de los empleados con el objetivo de generar un impacto positivo en las comunidades en las que desarrolla su negocio.

Adquisición de Serosense para crecer en el negocio de redes eléctricas

VISALIA El grupo energético ha entrado en el negocio de las redes eléctricas y de telecomunicaciones con la adquisición de Serosense. Visalia reactiva así el mercado de adquisiciones de pequeños comercializadores energéticos. Serosense suma más de cien años de trayectoria y tiene presencia en la provincia de Lleida, donde cuenta con redes de distribución eléctrica y de telecomunicaciones, servicios que también comercializa. Suma 9.000 puntos de suministro de electricidad y unos 4.000 clientes de Internet de banda ancha, telefonía fija, móvil y contenidos de televisión.

Pospone previsiones por la crisis del Max

BOEING El fabricante aeronáutico redujo sus pérdidas un 55,6% en 2023, hasta 2.242 millones de dólares (2.068 millones de euros), tras crecer un 17% (77.794 millones de dólares). Boeing ha pospuesto la guía de 2024 tras el incidente del 737 Max 9 de Alaska Airlines.

Rechaza la fusión con Iliad en Italia

VODAFONE La operadora británica de telecomunicaciones ha rechazado la propuesta de la francesa Iliad de fusionar sus respectivos negocios en Italia para crear el mayor grupo de telefonía móvil del país. Iliad dijo que su propuesta no ha recibido el visto bueno de Vodafone.

Acuerdo para instalar electrolineras en plantas de Lactalis

IBERDROLA La compañía eléctrica ha llegado a un acuerdo para instalar y operar una red de recarga de vehículos eléctricos en las plantas del fabricante lácteo Lactalis. En concreto, la compañía energética se hará cargo de un total de 44 puntos de recarga en las 11 fábricas y centros de trabajo de Lactalis repartidos en Galicia, Castilla y León, Castilla La Mancha, Madrid, Andalucía y Cataluña. Ayer se completó el despliegue de la red con la puesta en servicio de 10 puntos de recarga en la fábrica de yogures y postres frescos de Lactalis Nestlé en Marchamalo (Guadalajara).

La obesidad dispara los resultados de Novo Nordisk

Ana Medina. Madrid

La farmacéutica danesa Novo Nordisk aumentó un 51% su beneficio neto el año pasado, hasta 83.683 millones de coronas (11.225 millones de euros), impulsada por sus tratamientos para la obesidad y la diabetes. El beneficio operativo fue de 102.574 millones de coronas, un 37% más (+44% a tipos de cambio constantes), y los ingresos ascendieron a 232.261 millones de coronas, un 31% más (+36% a tipos de cambio constantes).

La división de diabetes y obesidad creció un 38%, facturando 215.098 millones de coronas (28.853 millones de euros). En esta división se incluye su inyectable contra la diabetes tipo 2 Ozempic –generó 95.718 millones de coronas (12.840 millones de euros), un 60% más– y Rybelsus, indicado para la misma enfermedad, y que aportó 18.750 millones de coronas (+66%).

Wegovy

En paralelo, el área de obesidad creció un 147%, encabezada por Wegovy, cuyas ventas se multiplicaron por cinco hasta 31.343 millones de coronas (4.204 millones de euros).

Wegovy (obesidad) quintuplica ventas, mientras que Ozempic (diabetes) crece un 60%

Saxenda, su anterior fármaco para bajar de peso, decreció un 4%, con 10.289 millones.

Mientras, la división de enfermedades raras de Novo facturó un 64% menos, con 17.163 millones de coronas (2.302 millones de euros).

Con datos de la consultora Iqvia, Novo Nordisk señala que al cierre de noviembre tenía, sólo en diabetes, una cuota de mercado del 34,8% en Estados Unidos y del 30,8% en EMEA, creciendo respecto al 33,3% y el 28,9%, respectivamente, de un año antes.

Previsiones para 2024

Para este ejercicio, la farmacéutica danesa vuelve a pronosticar un crecimiento de su negocio de dos dígitos. Las ventas crecerán entre el 18% y el 26% a tipos de cambio constante, y el beneficio operativo entre el 21% y el 29%.

La Llave / Página 2

Samsung baja un 73% el beneficio neto

A.F. Madrid

El gigante tecnológico surcoreano Samsung Electronics ganó 14,47 billones de wones (10.034 millones de euros) en 2023, lo que representa un descenso del 73,6%, lastrado por las menores ventas de semiconductores.

Los ingresos de Samsung bajaron un 14,3%, hasta 259 billones de wones (179.553 millones de euros), con un retroceso del 32% del negocio de chips (46.170 millones de

euros). Entre octubre y diciembre, Samsung ganó 6,02 billones de wones (4.174 millones de euros, un 74,4% menos), lo que supone el cuarto descenso trimestral consecutivo de las ganancias. La filial de chips, principal palanca de los resultados de Samsung, perdió 1.510 millones de euros en el cuarto trimestre, más de lo previsto por los analistas. Las ventas del grupo cayeron un 3,8%, hasta 47.000 millones de euros.

H&M releva a la CEO tras un beneficio más débil de lo previsto

2023/ Helena Helmersson deja el cargo tras cuatro años de escasos avances en la rentabilidad. Le sustituye Daniel Ervér.

A. Fernández. Madrid

Relevo en la cúpula del grupo textil H&M. La cadena sueca ha anunciado que la consejera delegada, Helena Helmersson, dejará la empresa tras poco más de cuatro años al frente, en los que H&M ha conseguido escasos avances en la rentabilidad, con un margen operativo de poco más del 6%, tres veces inferior al de la española Inditex (Zara) o del que tenía la propia empresa nórdica en 2010.

Helmersson, que aseguró que deja el cargo por no tener la suficiente energía tras un periodo en el que ha debido lidiar con la pandemia de Covid, la guerra de Ucrania y Rusia o los problemas logísticos, será sustituida por un veterano de la compañía pese a su juventud. El hasta ahora responsable de la enseña H&M, Daniel Ervér, de 42 años y con más de 18 años de carrera profesional en la cadena sueca, asume el cargo de consejero delegado con carácter inmediato con el reto de impulsar la rentabilidad.

El nuevo CEO de H&M, que en poco más de diez años ha perdido a manos de Inditex su condición de líder mundial del sector por ingresos, y que se enfrenta a empresas emergentes y pujantes como las chinas Shein o Temu, volvió a priorizar ayer los márgenes en la presentación de los resultados anuales, más débiles de lo esperado por el mercado pese a su importante mejora respecto a 2022. “Confío en que vamos en la buena dirección. El cash flow y la rentabilidad están mejorando, lo que nos permitirá aumentar las inversiones y atraer a los consumidores”, afirmó Ervér.

H&M facturó 236.035 mi-



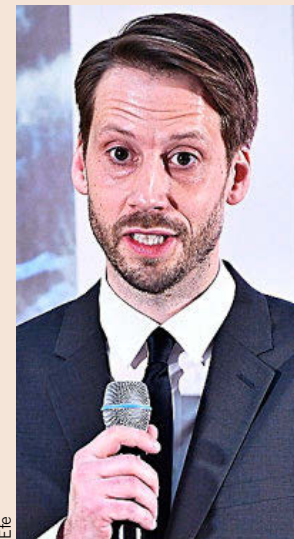
Efe Helena Helmersson ha estado cuatro años como CEO de H&M.

H&M cae en Bolsa un 12% tras el relevo y un margen operativo tres veces inferior al del líder Inditex

llones de coronas suecas (20.902 millones de euros) en el último ejercicio, cerrado el 30 de noviembre, un 5,6% más en términos reportados (1% menos en divisa local).

El beneficio de explotación se duplicó hasta 14.537 millones de coronas (1.287 millones de euros), con lo que el margen operativo creció del 3,2% al 6,2%, muy lejos del 20,3% que anotó Inditex en los nueve meses de su ejercicio. La compañía se ha fijado como objetivo un margen operativo del 10% para el presente ejercicio, una cifra que no alcanza desde 2017.

El beneficio neto anual aumentó un 145%, hasta 8.723 millones de coronas (772 millones de euros), aunque el del ejercicio anterior se vio lastrado por la salida de Rusia.



Efe Daniel Ervér, veterano del grupo textil sueco, será el nuevo CEO.

En España anunció un ERE para 588 empleados y el cierre de 28 tiendas en el país

El relevo inesperado en la cúpula y la baja rentabilidad provocaron un desplome del 12,4% en su cotización.

En España el grupo textil ha iniciado un ERE “por causas organizativas, productivas y económicas en las tiendas” que llevará aparejado el cierre de 28 establecimientos en el país y afectará a un total de 588 trabajadores. H&M cerró el ejercicio 2022, el último con datos, con un total de 4.369 empleados en España, por lo que los despidos afectarán a cerca del 13% de su plantilla; mientras que su número de tiendas ascendía a 142, lo que supondría que los 28 puntos de venta que se plantean cerrar equivalen a casi el 20% del total.

La Llave / Página 2

Allen Media ofrece 13.200 millones por Paramount Global

A.F. Madrid

El grupo estadounidense de medios Allen Media ha presentado una oferta de compra de 14.300 millones de dólares (13.200 millones de euros) por Paramount Global, dueño de la cadena de televisión CBS y los estudios de cine Paramount, entre otros activos.

Allen Media, controlada por el magnate Byron Allen y propietario de la cadena Weather Channel y de otras televisiones en EEUU, ha ofrecido 28,58 dólares por cada título con derecho a voto de Paramount Global y 21,53 dólares por las acciones sin derecho de voto, según las fuentes consultadas por medios como *Bloomberg* y *The Wall Street Journal*.

Incluyendo deuda, la propuesta de compra de Allen, que ha sido remitida a varios consejeros, incluido el CEO de Paramount, Bob Bakish, y su accionista de control, Shari Redstone, rondaría los 30.000 millones de dólares (27.700 millones de euros).

Otros interesados

La oferta del magnate Allen añade presión al dueño de los estudios de Hollywood Paramount, por el que también han mostrado interés otras compañías del sector como as Skydance Media y Warner Bros Discovery.

La familia Redstone, que controla Paramount Global a través de National Amusements, lleva meses estudiando posibles opciones para la compañía, incluida su venta.

El mercado se mostró ayer escéptico con la oferta de compra presentada por Allen Media por, entre otras cosas, la dificultad para financiarla. La cotización de las acciones sin derecho de voto de Paramount Global subieron un 6,65% al cierre de sesión, hasta 14,59 dólares, pero muy lejos de los 21,53 que ofrece Byron Allen.

Los drones aterrizan con fuerza en el ISE como un nuevo actor audiovisual

El salón consolida con éxito su espacio destinado a demostraciones de espectáculos



La reproducción del espectáculo visual de Jeroen van der Most puso el cierre al segundo día del ISE

DAVID GUERRERO
FRANCESC BRACERO
L'Hospitalet de Llobregat

Entre pantallas, altavoces y sistemas de iluminación, los drones se han abierto hueco como un elemento más del sector audiovisual. Sirva como ejemplo el espectáculo que tuvo lugar en la avenida Maria Cristina de Barcelona para fin de año o durante las fiestas de la Mercè en la Barceloneta, por citar dos casos recientes.

Por eso no sorprende el aterrizaje de los drones en el ISE, con un espacio propio y un escenario de casi 700 metros cuadrados. Si

algo caracteriza a la organización del principal salón del sector audiovisual es que le gusta tenerlo todo muy ordenado y sectorizado. Cada elemento con una mínima importancia tiene su área particular en los pabellones del recinto Granvia de Fira de Barcelona en l'Hospitalet.

“Los drones ya son una parte más de la industria del espectáculo”, asegura Gerald Schütze, de la empresa alemana Lang, que ha recibido el encargo de la organización de montar la Drone Arena, un espacio en el que se realizan durante todo el día exhibiciones de drones acompañadas de las correspondientes explicaciones de sus responsables.

La gestión del área va a cargo también de la empresa catalana Flock, especializada en realizar espectáculos con drones como el de la Mercè. “El ISE es el lugar en el que debemos estar todas las empresas del sector, no venderemos servicios concretos aquí, pero hacemos muchos contactos y ampliamos el abanico de posibilidades intercambiando conocimiento con empresas que hacen cosas similares”, asegura Fran Arnau, consejero delegado de la compañía.

Ahora preparan espectáculos pensados para interiores con aparatos moviéndose alrededor de un pianista o bailando junto a una compañía de danza. En el

Espectáculo artístico en la pantalla exterior

■ La pantalla led más grande de España, instalada en el acceso al recinto ferial, se convirtió ayer en el lienzo para el espectáculo audiovisual de Jeroen van der Most. El artista holandés trasladó a la enorme superficie una réplica de su mente, fusionando sus pensamientos con los de una abeja mediante inteligencia artificial. El espectáculo era abierto al público, como el mapping de la casa Batlló del fin de semana, pero en este caso más que atraer a espectadores curiosos fue un entretenimiento para los congresistas que salían a esa hora de la feria.

XAVI JURIO

trataciones todavía corresponde a las fiestas mayores de los ayuntamientos que buscan dar un giro al clásico espectáculo de fuegos artificiales, ya sea por conciencia ecológica, ambiental o simplemente por hacer algo más innovador.

Todo el espacio del Drone Arena del ISE puede parecer muy grande, pero se queda pequeño para las grandes exhibiciones de drones iluminados nocturnos. Ayer le tocó el turno al modelo IFO, un dron de enjambre coreográfico de la compañía UVify especializado en espectáculos de luz nocturnos de grandes dimensiones.

Sus vídeos inundan la red con creaciones originales muy espectaculares. El director general de operaciones de UVify, Robert Cheek, explicó las característi-

En los 700 metros cuadrados bajo techo y con una red protectora se hacen exhibiciones de interior

cas de su modelo, del que señaló que ha realizado más producciones en el mundo que cualquiera otros combinadas, más de 10.000 vuelos.

Aunque las exhibiciones corales de gran formato como las de IFO, pensadas para acontecimientos masivos, no tienen suficiente espacio dentro del espacio del Drone Arena en el pabellón 6 de la Fira –separado del resto de las instalaciones por una red para evitar accidentes–, sí se puede ver ejemplos diseñados para interiores que permiten hacerse una idea del potencial.

Varias compañías están haciendo demostraciones de sus dispositivos voladores en el Drone Arena, que ha despertado interés y tiene una gran aceptación de público. En la instalación se puede también pilotar un dron en una pista de obstáculos y, con un poco de suerte, ganar uno en un sorteo.●

La Llotja de Pescadors tendrá un restaurante de cocina mediterránea

RAMON SUÑÉ
Barcelona

El consejo de administración del Port de Barcelona ha convocado el concurso para la concesión del restaurante de la nueva Llotja de Pescadors. La licitación prevé la apertura de un restaurante de casi 300 m² con una terraza de 80 m² en la zona abierta al público del nuevo edificio, que se inaugurará este verano.

Los pliegos del concurso estipulan que el local tendrá que estar especializado en cocina mediterránea de calidad vinculada al mar, con protagonismo para los platos de pescado, marisco y

arroz, y que primará el uso de pescado de proximidad. El concurso, que prevé una concesión para los próximos 15 años, también incluye un bar de 140 m² en la planta baja del edificio, en este caso, en la zona restringida para pescadores y trabajadores de la lonja.

La finalización de la nueva lonja supondrá la apertura del muelle de Pescadors al público en general, ya que el edificio incorporará una pasarela de acceso y espacios en la primera planta para poder ver en directo la subasta del pescado.

Por otra parte, el Port de Barcelona ha adjudicado la conexión entre los muelles de la Ener-



La nueva Llotja de Pescadors

PORT DE BARCELONA

gia y Adossat, pieza esencial para suministrar electricidad a los onshore power supply (OPS) del muelle Adossat, a la Unión Temporal de Empresas Naviera Dederal y Catalana de Perforacions. Este sistema, que permitirá suministrar electricidad a los

cruceros que estén amarrados de forma que puedan parar sus motores y reducir las emisiones, será el primero que se conectará a la red de media tensión que se desplegará con el proyecto Nexigen y que permitirá electrificar los principales muelles del puer-

to. La licitación, que tendrá que recibir el visto bueno del Consejo de Ministros, prevé un presupuesto de 14,5 millones de euros, incluyendo la redacción y puesta en marcha de los sistemas, así como el mantenimiento y la operativa durante los dos primeros años de funcionamiento. Se prevé que, una vez adjudicado, esté operativo en dos años y que el suministro eléctrico a cruceros sea una realidad en el año 2026.

El consejo de administración también adjudicó ayer la construcción de una batería de siete conducciones soterradas que conectarán los muelles de la Energía y Adossat. La construcción permitirá conectar los OPS de las terminales de cruceros del muelle Adossat a la red de media tensión que les suministrará electricidad. La conexión cruzará el canal de navegación, tendrá una longitud de 700 metros y pasará a 32 metros bajo el nivel del mar.●

INFORME ANUAL

El Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros, presentado por los editores, destaca que los índices de lectura se mantienen pese a todo estables tras la pandemia.

El 36% de los españoles admiten que no leen nunca o casi nunca

ANNA ABELLA
Barcelona

Aunque el número de personas que leen en su tiempo libre en España ha crecido cinco puntos desde 2012, situándose en el 64,1%, y manteniéndose estable tras el fuerte incremento registrado durante la pandemia, un 35,9% de españoles admite que no lee nunca o casi nunca. Son la cara y la cruz de los datos de 2023 que se desprenden del último Barómetro de Hábitos de Lectura y Compra de Libros, presentado ayer por la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), con el patrocinio de CEDRO y la colaboración del Ministerio de Cultura.

Esa cruz es la que lleva a Daniel Fernández, presidente de la FGEE, a señalar que «es necesario redoblar esfuerzos para reducir estas cifras y que, de una vez por todas, deje de ser una constante que uno de cada tres españoles no tenga la lectura de libros como uno de sus hábitos». Y, aunque ese 64,1% de lectores registrado en 2023 significa una mínima caída de 5 puntos desde 2022, según el estudio, el porcentaje de lectores que leen con una frecuencia semanal se sitúa en el 52% (algo menos que el año anterior, 52,5%), pero 4,8 puntos



El presidente de los editores, Daniel Fernández, y el ministro Urtasun.

más que en 2012. El 53,2% compró algún libro (no de texto) el año pasado y, en cuanto a canales de venta, la librería tradicional se mantiene como la opción más habitual (45%), seguida de internet (26%, la mayoría entre 25 y 34 años) y las cadenas de librerías (13%).

El estudio refleja también que persisten las diferencias en índices de lectura entre mujeres y hombres (un 68,6% de lectoras frente al 59,3% de lectores) y en los distin-

tos tramos de edad (los que más leen son los jóvenes entre 14 y 24 años, el 74%). Destaca que desde 2012, los lectores de 65 y más años han subido 15,5 puntos.

Aunque comparando con 2012, todas las comunidades autónomas registraron aumentos, solo seis están por encima de la media de España, que en 2023 fue del 64,1%: Madrid (73,5%), Catalunya (68,2%), Navarra (68,1%), País Vasco (67,8%), La Rioja (66,6%) y Ara-

gón (64,3%). «Las que tienen grandes concentraciones urbanas tienen mayor índice lector frente a aquellas más rurales que, además, tienen población más envejecida», apuntó Fernández, que pidió reducir esas diferencias. Las cifras de lectura en menores siguen siendo alentadoras. En el 76,3 de hogares con menores de 6 años los padres leen a sus hijos; y leen en su tiempo libre el 86% de niños y niñas entre seis y nueve años, y el 85,7% de entre 10 y 14.

Falta de tiempo

El principal motivo para no leer, según el barómetro, continúa siendo la falta de tiempo (44,3%). Así lo afirman cuatro de cada diez consultados, mientras que el 31% prefiere dedicar su tiempo a otros entretenimientos, y el 29,7% manifiesta falta de interés. El barómetro refleja también que el 86,1% de universitarios lee en su tiempo libre y baja al 38,1% en el grupo con estudios hasta primaria.

El 30% de la población lee en soporte digital, dato que no ha variado desde 2018 y, en el mismo periodo, sí se han triplicado los consumidores de audiolibros: un 6,9%, la mayoría entre 25 y 34 años. El E-Reader (11,8%), la tableta (9,7%) y el ordenador (9,7%) son los dispositivos más usados. ■

MÚSICA

Rosalía, Bad Bunny y Taylor Swift desaparecen de TikTok

EL PERIÓDICO
Barcelona

El grupo Universal Music retirará sus canciones de TikTok, tras una ruptura en las conversaciones con esta plataforma de vídeos. Las empresas estaban en desacuerdo en temas como la «compensación apropiada» para los artistas y compositores, la seguridad digital para los usuarios y la protección para artistas ante los daños de la inteligencia artificial, detalló en una carta abierta Universal, que acusa a TikTok de «tratar de construir un negocio basado en la música sin pagar un valor justo por la música».

Ambas partes estaban en proceso de negociar los términos de un nuevo acuerdo, ya que el contrato existente vencía ayer, pero finalmente no han podido llegar a un entendimiento. Conforme las negociaciones avanzaban, dijo Universal, «TikTok intentó intimidarnos para aceptar un acuerdo por menos valor que el anterior». TikTok representa solo alrededor del 1% de los ingresos totales de Universal, dijo el sello. Taylor Swift, Bad Bunny, Rosalía o The Weeknd son algunos de los artistas del portafolio de Universal. TikTok es propiedad de la empresa china ByteDance, con más de mil millones de usuarios. ■



SERIES

PELÍCULAS

PROGRAMACIÓN

MAÑANA,
no te pierdas
Teletodo



por solo
0,50€

Descubre qué puedes ver durante toda la semana con Teletodo. Cada semana, con El Periódico.

P el Periódico **el45**

PAPEL MEDIOS

HOJEANDO / ZAPEANDO

**TREMENDO AÑO
ELECTORAL, ENORME
ESTALLIDO DE
DESINFORMACIÓN**

Por **Víctor
de la Serna**

Ya estamos de lleno en ese año electoral de cuyos graves peligros, debido a la desinformación y a la persecución del periodismo, alertaba hace unas semanas el Reuters Institute de la Universidad de Oxford, como recogíamos aquí. Y es ahora el principal organismo internacional de defensa de la prensa libre, Reporteros Sin Fronteras (RSF), el que ha declarado que su misión principal en 2024 va a ser la cobertura electoral y la integridad de las elecciones. Y subraya que el nivel sin precedentes históricos de falseamiento electoral que la Inteligencia Artificial (IA) permite ya se ha traducido en un proceso electoral falseado en Europa.

Los datos, ya se sabe, son tremendos: va a ser llamada a votar –a escala local, regional o nacional– más de la mitad de la humanidad, 4.100 millones de personas, y se celebrarán elecciones en ocho de los diez países más poblados del mundo, entre ellos Estados Unidos, donde la elección presidencial va a ser una prueba decisiva para el futuro de la democracia.

La inquietud de RSF no se basa sólo en el tremendo potencial de las *fake news* cuando la IA ya está aquí y las plataformas lo cubren todo, sino en que ya tenemos una prueba fehaciente de cómo se pueden falsear unas elecciones, rompiendo la integridad de la votación. Su secretario general, Christophe Deloire, lo ha explicado así:

«En Eslovaquia, hace unas semanas, una falsa grabación de un político, producida con inteligencia artificial, causó confusión. El peligro de que esto suceda es mucho mayor hoy, debido a la generalización de tipos de *software* de fácil empleo, capaces de producir contenidos en los que es casi

imposible distinguir lo auténtico de lo artificial».

La situación se agrava porque no se han creado aún mecanismos democráticos eficaces para combatir este tipo avanzado de desinformación, y pese a ello las elecciones van a celebrarse como siempre, con lo que se

“El nivel sin precedentes históricos de falseamiento electoral que la IA permite amenaza los procesos”

vuelve todavía más importante el acceso a la información fiable, libre e independiente... con el agravante añadido de que en varios países el periodismo ya ha perdido independencia y fiabilidad, perseguido por los poderes públicos.

De ahí la anunciada prioridad de Reporteros Sin Fronteras, que ya se ha traducido en diversas iniciativas, desde la formación de periodistas en varios idiomas hasta la distribución de equipos de protección, pasando por medios para que los reporteros puedan seguir con acceso *online* aunque se suspenda el servicio de internet por motivos políticos. Y RSF está en contacto con los candidatos para que en sus programas promuevan la libertad de información. Ello aliviará muchas situaciones, pero seguirá ahí el enorme problema de fondo, que es la amenaza global al ejercicio verdadero de la democracia.

Shou Zi Chew, CEO de TikTok (izda) y Mark Zuckerberg, de Meta, llegan a su declaración.

A. CABALLERO-REYNOLDS / AFP



El título de la sesión del Comité de Asuntos Judiciales del Senado de Estados Unidos celebrado ayer parecía diseñado para dar miedo a quienes fueran a testificar en él: *Big Tech y la Crisis de la Explotación Sexual de los Niños*. Y los convocados forman parte de una lista de empresarios y directivos con los que los legisladores de uno y otro signo político parecen tener un placer especial en poner de vuelta y media. Son un blanco perfecto para marcar puntos políticos y, después, no hacer absolutamente nada, con la excepción de aceptar los donativos de esas empresas para sus campañas.

Así que Mark Zuckerberg, máximo responsable de Meta (Instagram, Facebook, Whatsapp), ya sabía a lo que iba. Lo mismo que Shou Cheu, de TikTok; Linda Yaccarino, de la antigua Twitter, ahora rebautizada como X; Evan Spiegel, de Snap; y Jason Citron, de Discord. El mismo hecho de que la audiencia se celebre en 2024, justo al inicio de un año electoral, cuando se cumplen 28 meses desde que un periódico tan poco sospechosos de *clickbait*, sensacionalismo o anticapitalismo como *The Wall Street Journal* titulaba en primera página «Facebook sabe que Instagram es tóxico para las adolescentes» era revelador. Entretanto, han pasado los años 2022 y 2023 sin que nadie haya hecho mucho al respecto, si bien en ese periodo Meta, la dueña de Facebook e Instagram, que en ese periodo se ha gastado 38,4 millones de dólares (35,4 millones de euros) en lobby en el Legislativo estadounidense.

La audiencia fue generosa en momentos televisables. El más intenso fue cuando el senador republicano por Missouri Josh Hawley – que alberga serias aspiraciones presidenciales en 2028 – apretó las tuercas al fundador y dueño de Meta al recordarle que gran parte

“NADIE DEBE PASAR POR LO QUE SUS FAMILIAS HAN PASADO”

El Senado, contra el 'Big Tech'. Un grupo de senadores interrogó ayer a los CEOs de las mayores redes sociales sobre el daño que causan a los niños. “¿Le gustaría disculparse ante estas buenas gentes”, le dijo uno de ellos a Mark Zuckerberg, quien pidió perdón en público

Por **Pablo Pardo** (Washington)



del público de la audiencia eran familiares de adolescentes que habían sufrido graves problemas de salud por haber sido expuestos de manera masiva a las imágenes de Instagram y, en menor medida, Facebook. «¿Le gustaría disculparse ante estas buenas gentes?», le dijo Hawley a Zuck, como muchos le llaman coloquialmente en EEUU.

Así que Zuckerberg se levantó y, dando la espalda a los senadores, se dirigió a los padres y madres de adolescentes con trastornos de alimentación, ansiedad o depresión: «Nadie debería haber pasado por lo que sus familias han pasado», dijo. Una vez dejado claro el titular, el quinto empresario más rico del mundo (144.000 millones de dólares,) matizó: «Por eso invertimos tanto dinero, y por lo que vamos a continuar liderando los esfuerzos del sector para garantizar que nadie va a tener que sufrir lo que ustedes y sus familias».

Muy beligerante también fue el senador republicano Lindsey Graham, que le increpó: «Señor Zuckerberg, usted y las empresas que le precedieron, tienen las manos manchadas de sangre».

Fue el momento culmen de una ceremonia de contrición que para las empresas representa un peligro reputacional y regulatorio, pero no legislativo. Es imposible que el Congreso de Estados Unidos

apruebe una ley que restrinja las actividades de estas empresas, por la sencilla razón de que su facturación es formidable, su influencia social inigualable, y su capacidad para donar a los políticos es inagotable. Los republicanos hablan de prohibir a TikTok, a la que acusan de realizar espionaje en favor de China, pero el problema – de nuevo, según el muy republicano *The Wall Street Journal* – es otro, y se llama Jeff Yass. Aunque desconocido por el gran público, Yass posee el 7% del capital de ByteDance, la empresa estatal china dueña de TikTok, lo que supone un paquete accinarial valorado en unos 28.000 millones de dólares

Pero Yass es también uno de los mayores donantes del Club por el Crecimiento, una organización empresarial que da dinero exclusivamente a políticos republicanos. Josh Haley es, junto con el también republicano Ted Cruz –que también atacó a Zuckerberg–, el senador más beneficiado por la generosidad del Club por el Crecimiento.

Todos esos condicionantes limitaron la credibilidad de la sesión de ayer que, pese a los esfuerzos de los senadores, fue recibida con cierto escepticismo por la opinión pública e incluso por los grandes medios, que le dieron una cobertura limitada. Desde que Facebook, antes de salir a Bolsa, empezó a hacer estudios sobre la relación entre contenidos negativos, depresión y *engagement* – es decir, seguimiento de sus páginas – entre los adolescentes, ha quedado claro que las redes explotan al animal que todos llevamos dentro de la manera más eficiente posible.

Tras Zuckerberg, fue el turno de Spiegel, que, después de ver lo que Haley le había hecho a su predecesor, se disculpó prestamente sin que nadie se lo pidiera. Más curioso fue el intercambio entre Shou y el senador republicano Tom Cotton, otro que aspira a mudarse a la Casa Blanca en 2029, que dejó de lado la explotación sexual de los niños para preguntar al directivo si «ha sido usted alguna vez miembro del Partido Comunista Chino». La respuesta de Shou dejó claro lo bien informado que estaba Cotton: «No, senador, soy de Singapur».

El resultado fue una oleada de críticas, pero poco más. Zuckerberg, incluso, aprovechó la sesión para echar la culpa a sus dos grandes rivales, Apple y Alphabet (dueña de Google y YouTube) de la situación. El demócrata Sheldon Whitehouse resumió la situación con una frase: «Sus plataformas son horribles a la hora de autorregularse».

Por el momento, sin embargo, los reguladores no tienen ni los recursos ni los instrumentos jurídicos para endurecer la regulación. Eso depende, curiosamente, de los senadores. Pero éstos no se los van a dar. Políticamente es más útil estar indignado.



Familiares de víctimas de las redes sociales muestran sus retratos antes de la vista.

BRENDAN SMIALOWSKI / AFP

BARÓMETRO DE LECTURA

EL PORCENTAJE DE LECTORES VUELVE A CAER UNAS DÉCIMAS

Por **Luis Alemany**

El porcentaje de españoles que se identifican como lectores frecuentes (que leen libros al menos una vez a la semana) cayó durante 2023 por segundo año consecutivo hasta el 52,0% de la población, según la encuesta del *Barómetro de Lectura* elaborado por la Federación de Gremios de Editores de España. La caída no es severa, ya que, en 2022, el porcentaje de lectores fue del 52,5% y en los dos años anteriores, del 52,7%, el tope histórico en más de 20 años de barómetros. Los autores del estudio hablan de «consolidación» en los niveles de lectura después del gran incremento del año de la pandemia, 2020. Según los gremios de editores, la tendencia a la que hay que atender es a la del medio plazo. Desde 2012, el porcentaje de lectores frecuentes se ha incrementado en 4,8 puntos. También el total de lectores (aquellos que lee algún libro al trimestre) llegó al 68,3%, décimas por debajo del año pasado. El 64,1% de ellos lo hizo en su tiempo libre, como opción de ocio. Óscar Chicharro, el director del estudio, destacó que el porcentaje es cinco puntos más alto que en 2012. «Pensábamos que la cifra bajaría después de 2020, que habría un efecto rebote pero el porcentaje está estable».

El ministro de Cultura, Ernest Urtezar, la directora general del libro, María José Gálvez, y el presidente de la Federación de Gremios, Daniel Fernández, defendieron esa interpretación en la presentación del Barómetro. «Siempre decíamos que España estaba a la cola de Europa, pero hemos aumentado cinco puntos en los índices de lectura. Hemos intentado demostrar que no ha sido solo la pandemia, que en España seguimos progresando. Pero sigue habiendo un tozudo tercio de españoles que jamás abre un libro. Me temo que es el mismo tercio que jamás va a los museos».

Casi todas las magnitudes del nuevo *Barómetro de Lectura* están en la misma línea, muestran un ligerísimo empate a la baja desde 2022. El porcentaje de los españoles que no leen nunca pasa del 35,2 al 35,9%, cinco puntos por debajo de ese mismo índice en 2012. En este grupo, el motivo más esgrimido es el de la falta de tiempo (44,3% de los no lectores), por delante del desinterés (31,1% de los no lectores).

Hay un ligero incremento en el porcentaje de encuestados que compraron al menos un libro (no escolar) durante el año pasado: 53,2% frente al 52,8% del año anterior (y 12,9 puntos más que en 2012). Las librerías tradicionales siguen siendo el canal de ventas con más demanda. La lectura en soporte digital permanece estable desde 2018, rozando siempre el porcentaje del 30%. El 65% de los libros que se leen en digital es de descarga gratuita, ya sea legal o no. Los audiolibros captan al 6,9% de los encuestados, más o menos el doble que en 2020. Su público es más joven que la media.

Si se indaga entre el público, hay datos ya más conocidos: el 86% de los niños de entre seis y ocho años lee en su tiempo libre, la cohorte con mejor índice. Entre los mayores de 65 años, el porcentaje baja al 53,7% porque la educación superior era menos frecuente hace 50 años que ahora. Hay otra correlación evidente: la de la renta per cápita y la lectura. Madrid (73,5%), Cataluña (68,2%), Navarra (68,1%) y País Vasco (67,8%) son las comunidades con mayores porcentajes lectores. Murcia, Andalucía, Castilla-La Mancha, Canarias y Extremadura están a la cola de esa estadística. A un lado están las comunidades ricas y al otro, las pobres.