

Índice de Noticias

SECTOR SOCIAL

• Pronto (24/05/2008)	66
• La Gaceta de los Negocios (20/05/2008)	39
• Anuncios (19/05/2008)	26
• Anuncios (19/05/2008)	31
• Anuncios (19/05/2008)	32
• Diario Medico (19/05/2008)	3
• 20 minutos Zaragoza (19/05/2008)	2
• El Norte de Castilla (15/05/2008)	19



BUENAS INICIATIVAS

Denuncia contra las políticas agrícolas que provocan el alza de precios

Ha aumentado el número de hambrientos en el planeta.



Según el Banco Mundial, los precios de los alimentos básicos se han incrementado en un 83% de media, lo que está provocando el aumento de número de hambrientos en todo el planeta.

Un derecho humano fundamental

Desde hace años, colectivos como la campaña «Derecho a la Alimentación, Urgente» y la ONG Ayuda en Acción vienen alertan-

do sobre lo que ahora está en plena actualidad: que el incremento de los precios de los productos básicos se debe, fundamentalmente, a políticas agrícolas focalizadas en el comercio en lugar de la subsistencia humana.

La campaña «Derecho a la Alimentación, Urgente» trabaja para conseguir la realización efectiva del derecho a la alimentación como un derecho humano fundamental.



Comunidades del PP piden la reunión urgente del Consejo de Dependencia

SOCIEDAD

■ Recuerdan a Zapatero que sólo aporta el 14% de los fondos frente al 66% de las autonomías.

León

Las comunidades autónomas gobernadas por el PP, Castilla y León, La Rioja, Murcia, Valencia, Navarra, Canarias y Madrid, acordaron ayer en el Foro sobre la Dependencia celebrado en León, solicitar una convocatoria "urgente e inmediata" al Consejo Territorial del



El consejero de Familia de Castilla y León, César Antón. IICAL

Sistema para la Autonomía y la Atención a la Dependencia para promover diferentes mejoras en la aplicación de dicha normativa. Tam-

bién trasladarán al Consejo de Política Fiscal y Financiera las necesidades del sistema para dotar a las Comunidades de fondos "suficien-

tes" para el desarrollo de la Ley de Dependencia, ya que según explicaron, las autonomías aportan entorno al 66% y el Estado un 14%, cuando dicha inversión debería ser sufragada a partes iguales.

En este sentido, propusieron una financiación "suficiente y asegurada en el tiempo" por parte del Estado, para lo que es necesario agilizar el procedimiento de financiación estatal a las comunidades y "que se cumplan" las previsiones en cuantías y plazos de financiación", según dijo el consejero de Familia de Castilla y León, César Antón.

Tirada:	9.800	Anuncios	Superficie:	1.056,00 cm ²
Difusión:	9.500		Ocupación:	88.81%
Audiencia:	33.250	Nacional	Valor:	1.953,00
Ref:	1969073	Publicidad	Página:	26
		1 ^a Edición	19/05/2008	



[Rocío Hernández]

Esas mentes maravillosas

EL TRABAJO DE VITRUVIO LEO BURNETT Y WIND PARA FUNDACIÓN PRODIS, RECIENTEMENTE PREMIADO POR EL CDEC Y EL ART DIRECTORS CLUB DE NUEVA YORK, HA SIDO UNA LECCIÓN DE HUMANIDAD PARA LOS IMPLICADOS

No sabrás lo que pueden hacer hasta que les dejes hacerlo. Éste es el concepto que resume el trabajo desarrollado por Vitruvio Leo Burnett y Wind Productions para Fundación Prodis, una institución sin ánimo de lucro cuyo fin es mejorar la integración familiar, escolar, social y laboral de niños y jóvenes con discapacidad intelectual. El proyecto consistió en dejar que un grupo de chicos con discapacidad intelectual creara y produjera su propio spot publicitario bajo la supervisión y tutela de agencia y productora. El trabajo, que ya ha recibido varios premios en España y fuera de nuestro país, ha supuesto además una experiencia humana singular para los profesionales de agencia y productora, cuyas impresiones en este sentido, remitidas a petición de ANUNCIOS, completan este reportaje.

Lo que comenzó siendo el encargo de un spot terminó convirtiéndose en algo mucho más complejo, y no precisamente por tratarse de un trabajo con jóvenes con alguna discapacidad intelectual, sino por el entusiasmo y capacidad que estos chicos mostraron a la hora de aportar y participar en un proyecto en el que además de protagonistas iban a ser artífices y directores. Toda

una lección de humanidad para el equipo de Vitruvio y Wind involucrado en el proyecto. La secuencia de los hechos transcurrió de esta manera:

Prodis solicitó a Vitruvio Leo Burnett el desarrollo de un anuncio que apoyara la inserción de estos jóvenes en el mercado laboral. Después de convivir durante varios días con los chicos para conocer su forma de estudiar, de trabajar y su capacidad para hacer cosas, el equipo creativo de la agencia llegó a la siguiente conclusión: si Prodis quería demostrar que estos chicos eran capaces de hacer cualquier cosa, qué mejor forma de demostrarlo que dejándoles hacer su propio anuncio.

Durante el tiempo que duró el proceso de producción los chicos se responsabilizaron del casting, la música, las localizaciones, el vestuario, los decorados... Incluso tomaron decisiones poco esperadas, como la creación de un *trailer* o la utilización de un famoso cantante para una escena de un concierto. Y no un cantante cualquiera, querían a Carlos Baute, a lo que el artista venezolano accedió encantado en cuanto conoció el proyecto y la causa del mismo.

El realizador del spot fue Dionisio Naranjo, productor de Vitruvio Leo Burnett que, con el apoyo de Wind Productions, puso en imágenes las ideas propuestas por los muchachos de Prodis.

Un documental

El proyecto fue creciendo hasta convertirse en algo más grande. "Al principio pensamos que no sería difícil conseguir de los chicos ideas un tanto fantasiosas e imaginativas, aunque no fueran del todo lógicas y contuvieran algunos errores, con los que ya contábamos. Pero no se nos pasó por la cabeza que se empeñarían en llevar a cabo algo tan elaborado, un pensamiento

tan sofisticado. Porque una idea como la de un *trailer* reviste bastante complejidad técnica incluso para los que nos dedicamos a esto", comenta Rafa Antón, director creativo ejecutivo.

"Algo que empezó como un pequeño spot de 20 segundos se convirtió en una producción en toda regla, obligando a la gente que colaboraba a cancelar rodajes y días de trabajo para poder sumarse a la causa", explica Jesús Cabanas, productor ejecutivo de Wind.

Así, lo que en principio iba a ser un spot al uso se convirtió en seis anuncios del proceso creativo y en un *spot-trailer* de dos minutos, todo ello articulado alrededor de una web creada específicamente para divulgar la historia completa de este proyecto: www.dejanoshacerlo.org

Además, el material audiovisual que se obtuvo de toda la acción y del rodaje de la idea de los chicos, terminó siendo un corto-documental de casi media hora de duración: *Historia de un anuncio bonito*. En él se recogen todas las fases del proceso. Desde el día en que se contó a los chicos la idea de que fueran ellos los que pensarán y realizarán su anuncio hasta la proyección del *spot-trailer* en el salón de actos de la Fundación Prodis. Pasando por las sesiones de trabajo para pensar la idea, los primeros contactos con la productora, la preproducción, el rodaje, la sonorización, etcétera.

"Este es uno de esos proyectos que crecen a medida que pasa el tiempo, porque las personas encargadas de desarrollarlo se emocionan con el mismo y se involucran más y más en él", dice Fernando Martín, director creativo.

Equipo y premios

El equipo detrás de esta acción está liderado en Vitruvio Leo Burnett por Rafa Antón, director

creativo ejecutivo, Fernando Martín, director creativo; Olalla Escrivá de Romani, planner creativo; Alex Hernán y Miguel de María, directores de arte; Pancho Cassis y Silvia Comesaña, redactores; Dionisio Naranjo, Guzmán Molin-Pradel y Natacha Martín, producers; Clara Marchán, directora servicios cliente; Ricardo del Campo, director de cuentas, y Tatiana Carabias supervisora. Por parte de Wind, Jesús Cabanas, Tay Sánchez y Puri Lojo se encargaron de la producción y Néstor Costafreda, de la postproducción. Soledad Herreros de Tejada, presidenta de la fundación, fue el contacto por parte del cliente.

El trabajo ha sido recientemente galardonado en los premios del CdeC y en la 87 edición de los premios ADC, otorgados por el Art Directors Club de Nueva York, en ambos casos con un oro. Vitruvio Leo Burnett obtuvo en este certamen el Corbis Creativity for Social Justice Award, galardón a la mejor campaña mundial para la igualdad social, otorgado por la agencia de imágenes Corbis.

El trabajo fue presentado originalmente de la mano de Telemadrid y la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid a finales del pasado año. Tanto el documental como el spot *Yo también puedo* —en versiones de dos minutos y 30 segundos de duración— que sirvió de *trailer* para el mismo, se emitieron en la cadena autonómica durante varias semanas. Diferentes cadenas de televisión, autonómicas y nacionales, ya se han interesado por él para emitirlo en un futuro.

Accede a la campaña en:

Anuncios.com



Tirada: **9.800**

Difusión: **9.500**

Audiencia: **33.250**

Ref: **1969073**

Anuncios

Nacional
Publicidad

1ª Edición

Semanal

19/05/2008

Superficie: **1.045,00 cm²**

Ocupación: **87.89%**

Valor: **2.087,98**

Página: **27**



2 / 2

Algo más personal

LOS PROFESIONALES VINCULADOS AL PROYECTO DE PRODIS COMENTAN CÓMO LES HA INFLUIDO LA EXPERIENCIA



Silvia Comesaña / Redactora. ¿Sabes de esas veces en que sacas una buena idea y lo sabes y te sientes seguro y vas a por todas...? Pues no fue una de esas. "Vamos a conseguir que unos chicos con discapacidad intelectual hagan su propio anuncio para demostrar de qué son capaces". Muy bien: sobre el papel, impecable. Y ahora, ponte a hacerlo... ¡Se te ponen de *corbata*! Porque yo no era distinta del resto de *normales* de la calle, que jamás ha tenido contacto con una persona con este problema. Y a pesar de haber pasado unos días antes con ellos, todavía conservaba mis dudas de cómo acabaría todo... Por eso yo misma me convertí en una de las primeras afectadas por el mensaje de esta campaña. Porque sí, porque les pones a prueba y lo dan todo, porque tienen una dificultad pero no son idiotas, y saben aprovechar las pocas oportunidades que se les da mejor que nadie. Desde ese día, tendí la mano mucho más confiada. Y lo dieron todo. Y a mí, claro, personalmente, me dieron mucho más.



Alejandro Hernán / Director de arte. Ser creativo de publicidad puede ser muy frustrante en ocasiones; a cualquiera que trabaje en esto no tengo que contarle por qué. Pero también es cierto que otras veces puede ser todo lo contrario. Trabajar en el proyecto de Prodis ha sido uno de esos momentos que me ha recordado que esta profesión puede merecer la pena. Y no es que haya sido más fácil que cualquier otro trabajo, ha habido tensiones, problemas de tiempo, de presupuesto, peleas, indecisiones, presión... lo de siempre, vamos. Y durante más de ocho meses. Pero ha merecido la pena. Ha merecido la pena conocer a estos chicos, ver de lo que son capaces, trabajar con ellos y contagiarme con su ilusión. Ha merecido la pena ver su anuncio montado y su emoción al verlo acabado. Ha merecido la pena ver las lágrimas de emoción de los padres o la cara de Ana cuando apareció Carlos Baute por el rodaje. En fin, que ha habido un montón de momentos que me han recordado la cantidad de cosas buenas que le pueden pasar a uno en este mundillo.



Clara Marchán / Directora de servicios al cliente. La parte más ambiciosa y desafiante de nuestro trabajo suelen ser aquellos proyectos donde el objetivo es intentar cambiar actitudes, cambiar percepciones. El caso de Prodis cumple esta condición al 100%, ya que ha supuesto empezar por derribar un prejuicio que yo misma tenía. Entrar en contacto con todas las personas que colaboran con Prodis, sobre todo los educadores y los propios niños, ha roto mis ideas preconcebidas y me ha contagiado las mismas emociones que yo he experimentado.

En resumen, el trabajo con Prodis es una vivencia que me ha hecho sentir mejor persona.



Pancho Cassis / Redactor. Prodis es el trabajo más bonito de mi carrera. Es una campaña con la que he crecido personal y profesionalmente, y con la que he vuelto a creer que la publicidad es algo más que convencer a la gente de que necesita urgentemente tomar bifidus activo. Ver que chicos con síndrome de Down pueden pensar ideas, manejar conceptos tan abstractos como el *trailer* de una película, discutir entre ellos o incluso insistir en que contratásemos a un famoso, ¡es alucinante! Y es aún más emocionante ver que gracias a una idea nacida en la cafetería de la agencia, varios chicos con Down hoy tengan trabajo o que la Fundación Prodis acabe de recibir una donación en Estados Unidos.



Marta Aguirrezábal / Presidenta. Este trabajo para la Fundación Prodis está siendo sin duda una de las mejores experiencias de toda mi carrera. La ilusión y la energía positiva que nos han transmitido, tanto Soledad Herrerros de Tejada y todo su equipo de la fundación, como los propios chicos protagonistas de la acción, será para siempre parte de todos nosotros. La mayor recompensa es saber que además, el documental está ayudando a la Fundación Prodis a conseguir fondos y contratos de trabajo para estos chicos.



Fernando Martín / Director creativo. Creo que para un creativo hay tres tipos de trabajo en publicidad: los que hay que hacer, los que son una oportunidad creativa y los que son una oportunidad personal. El trabajo de Prodis pasó por estas tres etapas para terminar escapando a esta simple clasificación. Tras conocer a los responsables de la fundación y empezar a trabajar con los chicos discapacitados que cursaban sus estudios en la Universidad Autónoma de Madrid, el trabajo dejó de ser un trabajo. Cuando hace muy pocas semanas, hablando con la fundación, nos enteramos de que algunas empresas habían contratado a varios de estos chicos, vi pasar delante de mis ojos todas sus caras, sus gestos, sus manías, sus virtudes... Entonces supe realmente que lo que habíamos estado haciendo durante más de diez meses no había sido una mera cuestión laboral.



Ricardo del Campo / Director de cuentas. Ha sido sin duda una de las experiencias profesionales más enriquecedoras que he tenido. Me ha permitido conocer, compartir y convivir con unas personas extraordinarias. Los chicos, el personal docente y todas las personas de Prodis, gente que de verdad trabajan cada día por una causa noble y valiosa que hemos podido compartir. También he podido experimentar lo que supone trabajar en un equipo donde la ilusión y la convicción por lo que estamos haciendo, hizo que superáramos todas las dificultades de un proyecto arriesgado, innovador y muy ambicioso. Nuestro Rafa lo dijo el día que le contamos la idea a Prodis: "Nos vamos a complicar la vida un poco". El proyecto ha sido una experiencia vital donde he podido conocer de cerca a unos chicos que rebosan ilusión, energía y cariño. Entender de primera mano cómo afrontan la vida ha sido una lección de coraje. Al final, me ha quedado la sensación de que hemos recibido de ellos más de lo que les hemos dado.

haciendo, hizo que superáramos todas las dificultades de un proyecto arriesgado, innovador y muy ambicioso. Nuestro Rafa lo dijo el día que le contamos la idea a Prodis: "Nos vamos a complicar la vida un poco". El proyecto ha sido una experiencia vital donde he podido conocer de cerca a unos chicos que rebosan ilusión, energía y cariño. Entender de primera mano cómo afrontan la vida ha sido una lección de coraje. Al final, me ha quedado la sensación de que hemos recibido de ellos más de lo que les hemos dado.



Miguel de María / Director de arte. El proyecto comenzó como un gran reto porque no se trataba sólo de crear un anuncio, sino más bien de cambiar la actitud de la gente con respecto a un tema casi tabú. La verdad es que no sabíamos casi nada sobre estos chicos y la discapacidad que padecían, por lo que fue emocionante y muy enriquecedor convivir con ellos y entender su situación, sus limitaciones y, sobre todo, sus capacidades. Día a día fuimos aprendiendo de su ilusión y ganas de trabajar. Esa fue una de las cosas que más te impactan: las ganas que tienen de demostrar lo que valen. Personalmente, y creo que para todos, la campaña ha sido una de las grandes satisfacciones que te da esta profesión de vez en cuando. En el plano profesional, es evidente que a todos nos gusta el reconocimiento de compañeros, pero esta vez lo más importante fue la reacción de la gente de la calle, de las personas que vieron la campaña, de las familias que viven de cerca del problema y nos llamaron felicitándonos y, cómo no, de la Fundación Prodis.

trabajar. Esa fue una de las cosas que más te impactan: las ganas que tienen de demostrar lo que valen. Personalmente, y creo que para todos, la campaña ha sido una de las grandes satisfacciones que te da esta profesión de vez en cuando. En el plano profesional, es evidente que a todos nos gusta el reconocimiento de compañeros, pero esta vez lo más importante fue la reacción de la gente de la calle, de las personas que vieron la campaña, de las familias que viven de cerca del problema y nos llamaron felicitándonos y, cómo no, de la Fundación Prodis.



Tay Sánchez / Productor de Wind Productions. Vivimos en la idea de que las cosas que nos pueden afectar, conmovir o sorprender forman parte de una realidad cotidiana que, de una u otra manera, nos resulta familiar. La experiencia que ha supuesto para nosotros como productora este proyecto, trasciende a esa realidad, pues ha resultado ser un viaje muy diferente al que estamos acostumbrados. Hablo de seis meses de trabajo junto a un grupo de chavales que han demostrado que su capacidad intelectual merece sin duda un lugar para comunicar, crear, imaginar, elegir, tomar partido, en definitiva, asumir un reto estimulante a la vez que desconocido para ellos. Nosotros pusimos los recursos y un equipo totalmente volcado a su disposición. Lo aprovecharon plenamente, y juntos, fuimos avanzando en cada una de las etapas de la producción. Ha sido gratificante compartir esta aventura con personas tan estupendas que han aprovechado y expresado sin miedo, ni complejos, la oportunidad de manifestar una realidad que nosotros ya entendemos como nuestra.

Tirada: 9.800	Anuncios	Superficie: 237,00 cm²	Ocupación: 19.93%	Valor: 473,42	Página: 31
Difusión: 9.500					
Audiencia: 33.250	Nacional	Semanal			
Ref: 1969077	Publicidad				
	1ª Edición	19/05/2008			



El Art Directors Club de Nueva York premia a Vitruvio LB por su campaña para la Fundación Prodis

LA CAMPAÑA 'DÉJANOS HACERLO', REALIZADA POR JÓVENES CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL, FUE RECONOCIDA EN LA SEGUNDA EDICIÓN DE LOS PREMIOS CORBIS A LA CREATIVIDAD PARA LA IGUALDAD SOCIAL

Vitruvio Leo Burnett ha sido galardonada con un cubo de oro por la campaña *Déjanos hacerlo* en la segunda edición de los Premios a la Creatividad para la Igualdad Social (ver reportaje en página 26), concedidos por el Art Directors Club (ADC) y Corbis, empresa proveedora de recursos audiovisuales. Estos galardones son concedidos a los mejores trabajos realizados por profesionales y estudiantes para organizaciones sin ánimo de lucro. Los ganadores se dieron a conocer hace escasas fechas en Nueva York durante la 87 edición de los premios anuales del ADC, que reconocen a los mejores profesionales de la publicidad y el diseño de todo el mundo.

La campaña de Vitruvio LB, que también ganó recientemente el único oro en el apartado audiovisual del IX Anuario de la Creativi-



El trabajo también fue reconocido en el Anuario de CdeC.

dad Española del Club de Creativos, es un trabajo para la Fundación Prodis realizado por jóvenes con discapacidad intelectual. La campaña trataba de comunicar que los niños con síndrome de Down pueden ser partícipes activos en nuestra sociedad.

Chaquetas

La agencia Taxi (Canadá) recibió otro cubo de oro por una iniciativa que, bajo el nombre *The 15*

Below Project (Proyecto Menos 15°), lanzó para conmemorar su decimoquinto aniversario. Taxi creó unas chaquetas de bajo coste para ayudar a los sin techo a soportar las condiciones extremas del invierno. Las chaquetas podían rellenarse de papel de periódico para convertirse en abrigo o doblarse para usarse como mochila o almohada. La agencia donó 3.000 chaquetas 15 Below (15belowproject.org) a los sin techo de Canadá y Estados Unidos.

Por su parte, James Yang, estudiante de la Escuela de Artes Visuales de Nueva York (SVA), fue el ganador de la Beca Corbis por un trabajo para Save Darfur, organización dedicada a la concienciación sobre los crímenes que allí se cometieron. La obra mostraba una sucesión de pósters con marcas rojas, que representaban el número de vidas perdidas.

Tirada: **9.800**
 Difusión: **9.500**
 Audiencia: **33.250**
 Ref: **1969080**

Anuncios

Nacional **Semanal**
Publicidad
1ª Edición **19/05/2008**

Superficie: **404,00 cm²**
 Ocupación: **33,98%**
 Valor: **748,43**
 Página: **32**



1 / 1

Chicles y 'rap' a favor de la integración

LA CAM Y LOS COMITÉS OLÍMPICO Y PARALÍMPICO ESPAÑOLES LANZAN UNA CAMPAÑA CONTRA EL RACISMO CREADA POR TAPSA

A ritmo de *rap* y mascando chicle, una veintena de deportistas ofrece su receta contra el racismo: un 5% de no, no creo que seas diferente; esencia de tolerancia; 15% de *love, love, love*; extracto de igualdad; perfume de esperanza; como colorantes, todos los del mundo y sin azúcar. Una fórmula que se concentra en los 2 millones de chicles, en versión blanco y negro, que se repartirán en la Comunidad de Madrid como parte de una acción emprendida por el gobierno regional junto con los comités Olímpico y Paralímpico de España a favor de la integración y contra la violencia, el racismo y la xenofobia. La campaña de publicidad ha sido creada por Tapsa y gestionada por CICM.

El pabellón Arena de la Casa de Campo de Madrid es el escenario donde dieciocho deportistas de distintas especialidades, nacionalidades y colores, olímpicos y paralímpicos, *rapean* a favor de la integración.

La imagen, que en principio podría evocar la estética y simbolismo de la sociedad multicultural y multirracial estadounidense refleja, no obstante, la realidad de este país y enlaza con una serie de iconos muy actuales, como la propia música, que ha sido compuesta por Alejo Stivel (miembro del grupo Tequila) e interpretada por Dano; la dualidad entre el blanco y el negro, como extremos de la paleta multicolor que ya es la sociedad española; el deporte, como elemento integrador y favorecedor (al menos en sus valores y principios básicos) de la convivencia, o el gesto de masticar chicle.

Precisamente, la producción y distribución de 2 millones de chicles, en versión blanco y negro, creados específicamente para esta acción, será uno de los elementos más llamativos de la misma, pues la llevará a todos los centros dependientes de la Comunidad de Ma-



Una de las piezas gráficas de la compañía

drid, de los dos comités deportivos, a un total de 106 estaciones de servicio de Cepsa, tiendas Reebok y Moya, establecimientos gestionados por Indoor Media y numerosos locales de restauración.

Colaboración desinteresada

Bajo el lema *Di no al racismo en todas las lenguas*, la campaña gira en torno a un video, producido por Albiñana Films, de dos minutos de duración, un spot de 30 segundos, cuñas de radio y piezas gráficas para su inserción en prensa.

Al igual que las agencias que han trabajado en esta acción (Tapsa en creación y CICM en la gestión de medios) y los deportistas que aparecen en la campaña, también los medios van a colaborar en su difusión de forma desinteresada. Antena 3, TVE, Telemadrid, La Sexta, Cuatro, Telecinco, La Otra, Veo TV, Digital +, Eurosport, Imagenio, Terra TV, Ono, Canal Metro, Fox, National Geographic, People&Arts, Calle 13, Sol Música y MTV divulgarán, durante dos semanas y de forma gratuita, la campaña de publicidad, así como también se publicarán inserciones gratis

en los diarios de información general *Abc*, *El Mundo*, *El País*, *La Razón* y *Público*, el económico *Expansión*; los deportivos *As* y *Marca* y los gratuitos *20 minutos*, *Qué*, *ADN* y *Metro*, entre otros soportes gráficos; se emitirán cuñas en Cope, Ser, Dial, Onda Madrid, Radiolé, M-80, 40 principales y Sol Música y el spot se proyectará en diversas salas de cine gestionadas por Screenvision y Discine. Además, un buen número de medios de comunicación dirigidos a los inmigrantes residentes en la región madrileña colaboran también de forma desinteresada con esta acción. Entre ellos, los diarios *Latino*, *Sí Se Puede*, las cadenas Top Radio, Radio Tentación, Pueblo Nuevo, o los portales Salsacional-Portal Latino, Periodista Latino, Nova Duma/Noi in Spania y Roman in Lume.

La Comunidad de Madrid, que ha financiado esta iniciativa con una dotación de 148.500 euros, difundirá el video también en colegios, espacios deportivos y centros de integración de la región, mientras que los dos comités deportivos lo distribuirán en todos los centros deportivos.



ASISTENCIA DICEN QUE LAS COMUNIDADES DEL PSOE HAN RECHAZADO LA INVITACIÓN

El PP también analiza la Ley de Dependencia por su cuenta

→ Las comunidades del Partido Popular han decidido convocar para hoy un foro de debate sobre la aplicación de la Ley de Dependencia. Se toman así a justicia por su mano, tras haber sido excluidos de la reunión que el pasado jueves organizaron los socialistas con el mismo fin.

■ Marina Tocón

Dicen que estaba programado desde hacía tres semanas, pero casualmente tres días después de que las comunidades gobernadas por el Partido Socialista se reunieran para analizar los pros y los contras de la Ley de Dependencia (ver DM del 16-V-2008), las regiones del Partido Popular -Comunidad Valenciana, la Rioja, Murcia, Comunidad de Madrid y Castilla y León, junto con Canarias, donde gobiernan en coalición, y Navarra (UPN), han decidido hacer lo propio hoy en León.

En este caso, el anfitrión será el consejero de Familia e Igualdad de Oportunidades, César Antón, quien ha asegurado a DIARIO MEDICO que la "intención siempre ha sido crear un foro abierto con todas las comunidades, incluidas las del PSOE, para intercambiar las inquietudes comunes ante la ausencia de

Según César Antón, consejero de Familia de Castilla y León, el Ministerio de Educación es el que debe crear un marco común de debate

Fuentes de la Consejería de Canarias insisten en dejar a un lado las inclinaciones políticas y centrarse en el beneficio del paciente

un escenario informativo transparente y oficial". Antón, que niega haber sido invitado a la reciente reunión, insiste en cambio que él sí brindó la posibilidad de participar en este foro a las regiones "vecinas y amigas", pero se encontró con una negativa unánime.

A juicio de Antón, "es necesario crear un espacio común de encuentro, pero la responsabilidad última recae en el Ministerio de Educación, Política Social y Deporte, que es el que debe impulsar propuestas conciliadoras y comunes en el marco del Consejo Territorial de la Dependencia".

Antón considera que hasta ese momento, este tipo de encuentros representan "la corresponsabilidad de las comunidades, que son las que al fin y al cabo aplican la norma y las que están haciendo un sobreesfuerzo para desarrollar una ley incompleta, sin sistemas eficientes ni adecuada financiación". Estos serán precisamente los puntos sobre los que versará la reunión de hoy, que coincide con el

primer año de vida de la norma, "un momento en el que se precisa un análisis serio de la situación".

Y es que los problemas son idénticos en todas las comunidades, independientemente de su color político. La consejera de Servicios Sociales de La Rioja, Sagrario Loza, acudirá a la reunión con el mismo discurso que expuso a la ministra de Educación, Política Social y Deporte, Mercedes Cabrera (ver DM del 14-V-2008), al igual que los representantes de la Comunidad Valenciana, que plasmarán la "necesidad de crear un nuevo modelo de financiación", y de Canarias, que critican la falta de un análisis de la capacidad económica de cada región. Fuentes del departamento ven "vital" esta iniciativa e instan a dejar a un lado la inclinación política para centrarse en los pacientes.

Tirada: 138.019 Difusión: 137.733 (O.J.D) Audiencia: 482.065 Ref: 1968749	 <p>Aragon General 1ª Edición</p>	Diaria 19/05/2008	Superficie: 15,00 cm² Ocupación: 1.23% Valor: 101,17 Página: 2	 1 / 1
---	--	------------------------------------	--	---

**Protesta de los
trabajadores de
intervención social**

Trabajadores aragoneses de intervención social se concentrarán hoy en la plaza del Pilar para exigir mejoras laborales. El sector emplea a unas 4.000 personas en Aragón.



SERVICIOS SOCIALES

La Seguridad Social acusa a la Junta de impedir el alta de cuidadores familiares

El Ministerio arremete contra Familia y le culpa de que 104 personas que cuidan de parientes dependientes no hayan cobrado su prestación económica
Granado reprocha que la región no haya usado los fondos para pagar las ayudas

ANA SANTIAGO VALLADOLID

La Tesorería de la Seguridad Social rechaza rotundamente que haya retrasos o problema alguno en la gestión del alta de los cuidadores familiares de dependientes y asegura que el Real Decreto 615/2007 del 11 de mayo regula al detalle su aplicación. El Ministerio de Trabajo e Inmigración arremete así contra la Junta de Castilla y León que asegura tener reconocidos 104 casos de cuidadores no profesionales, pero que no ha podido hacer efectiva la prestación económica porque no está resuelto cómo dar de alta en la Seguridad Social a estos beneficiarios.

La Tesorería destaca que para empezar, de Castilla y León, hasta ahora sólo ha habido dos solicitudes de alta, en las provincias de Segovia y de León, sin que pudieran tramitarse porque la Consejería de Familia «no ha emitido el documento identificativo que permite la solicitud de convenio especial de estos cuidadores» y pese a reclamarse tal acreditación no ha habido respuesta por parte de la Administración regional.

El secretario de Estado de la Seguridad Social, Octavio Granado, asegura que todo esto es un auténtico «disparate» dado que «el primer texto de desarrollo de la Ley de Dependencia regula la cotización, pactado además con los responsables autonómicos de Acción Social y sin que ninguna comunidad pusiera problema alguno». «Hay ocho mil españoles, cuidadores familiares, dados de alta en el Régimen General de la Seguridad Social, perfecta y ágilmente solucionado. Sólo Castilla y León y Madrid no lo hacen». Para darse de alta, el beneficiario «sólo tiene que tener el documento de reconocimiento de que efectivamente es un cuidador familiar, debe emitirse la Junta y con él acudir a cualquier oficina de la Seguridad Social y firmar». «Si el interesado ya cotizaba, por la razón que fuera, no hace falta que vuelva a hacerlo, si no, el Estado cotiza por él y si pide reducción de jornada para encargarse de un



Octavio Granado, secretario de Estado de la Seguridad Social. / EFE

pariente dependiente acordará un convenio voluntario que definirá que parte cotiza él y cual el Estado... todas las situaciones están resueltas en el convenio».

Documento acreditativo

Al salir el Real Decreto «y para poder dar altas se estableció un documento de reconocimiento de la categoría de cuidador familiar, suficiente para el alta pero a la Gerencia de Servicios Sociales de Castilla y León no le gustó, les dijimos que nos dijeran cual querían y nunca nos lo han mandado». La Seguridad Social admite no obstante cualquier certificado con unos datos mínimos como el grado de parentesco para quitar problemas de tramitación pero de esta autonomía no llegan».

Detrás de la falta de ayuda económica a los beneficiarios que ya la tienen reconocida en la región no parece haber tanto un problema de enfrentamiento político como de financiación. Según destaca Octavio Granado cuando «desde Madrid se ha preguntado a la Gerencia, la explicación ha sido que el tema está en la Intervención, no está claro si hay fondos económicos para pagar las ayudas (de hasta 561 euros mensuales)». El secretario de Estado de la Seguridad Social señala que el Ministerio de Trabajo ha enviado dinero de la Ley de Dependencia pero «realmente no lo han utilizado para ninguna ayuda nueva». Añade que «este dinero ha ido a parar a la cuenta común, a la caja única, y cuando ha hecho falta para dar estas prestaciones económicas a los cuidadores se han encontrado con que no tienen dinero», e insiste en que la Junta justificó además los gastos a finales del 2007, lo hizo con personas que ya estaban en residencias de mayores y llegó a su tope». «La Ley de Dependencia -añade- aporta dinero para casos nuevos, no los hay en Castilla y León». En el año 2007 la región recibió 9.709.185 euros del Inmerso el pasado 28 de diciembre de de los 194,65 millones que recibieron las quince comunidades de régimen fiscal común. Este año todavía no ha recibido nada.

Castilla y León, entre las comunidades más rezagadas en cumplir la ley

A. P. COLPISA. MADRID

Ha transcurrido un año desde que el Sistema de Autonomía y Atención a la Dependencia (SAAD) diera sus primeros pasos y a día de hoy su implantación marcha «razonablemente», pero con grandes desigualdades entre las autonomías, alerta un informe elaborado por el sindicato CC. OO. Según el estudio, Cataluña y Valencia rompen otro de los mandatos de la Ley de Dependencia. Canalizan las ayudas a través

de «cheques» directos al usuario, en lugar de primar la prestación de servicios. El informe señala a Andalucía como la comunidad más ágil en activar todos los resortes del sistema y la que presta servicio a mayor número de sus grandes dependientes. Por encima de la media están también Aragón, La Rioja, Navarra y Cantabria. Las más rezagadas, en cambio, son Baleares, apenas un 19%, Comunidad Valenciana (34,2%), Madrid (38%), Castilla y León (44%) y Canarias (47%).

«Hace siete meses que espero el dinero ya aprobado»

A. S. VALLADOLID

Cuida de su madre, una anciana de 92 años en estado vegetal desde hace ocho años aunque lleva once con demencia senil. Fue de las primeras solicitantes de las ayudas de la nueva Ley de Dependencia y lleva siete meses esperando una ayuda económica como cuidador familiar que nunca llega.

—¿Desde cuándo está enferma su madre?

—Tiene minusvalía desde hace once años pero está muy mal desde hace unos cuatro. Le reconocieron un 95% de discapacidad y ahora está postrada en la cama, se alimenta con sonda gástrica desde noviembre y está en estado vegetativo.

—¿Quién la cuida?

—Yo, aunque me ayuda mi marido que ahora está jubilado. Necesita ayuda para todo desde hace ocho años y tengo que lavarla en la cama desde hace cuatro porque no se tiene de pie. Antes podía hacerlo en el cuarto de baño, adaptamos una ducha, y estaba en silla de ruedas pero ya no. Hace ocho años le dio un brote fuerte, se puso muy nerviosa y la ingresaron en el Clínico, la mandaron a casa con un tratamiento y ya nos advirtieron de que iría empeorando, y así ha sido.

—¿Ha pedido ayudas?

—Sí, hace años pero no quise ingresarla en una residencia, quería cuidarla yo y la asistente social que me mandaba el Ayuntamiento tenía que pagarle yo una parte y venía poco tiempo, no me interesó.

—¿Y con la nueva ley?

—Lo solicité hace un año. No tuvieron que volver a baremarla y me reconocieron el grado de dependencia. Entonces, ya el pasado mes de octubre reconocieron el derecho a la prestación como cuidador familiar.

—¿Recibe la ayuda?

—No, porque me dijeron que tenía que cotizar parte de la ayuda o hacer un convenio con la Seguridad Social y no me han vuelto a llamar.