

CATALUÑA

A juicio dos conductores de ambulancia por abusos

EL PAÍS, **Barcelona**
Antonio R. y Roberto O. llevaban a una mujer joven en su ambulancia hacia el hospital del Sagrat Cor. La habían recogido a la 1.30 de la madrugada en la esquina de las calles Numancia y Josep Tarradellas, de Barcelona. Cuando llegaron, la mujer se encontraba tendida en el suelo, con claros síntomas de embriaguez. Antonio y Roberto estuvieron media hora con ella y decidieron llevarla al hospital. A medio camino, y con la mujer tumbada en la camilla, los conductores pararon de golpe la ambulancia. Y abusaron sexualmente de la paciente, según las conclusiones de la Fiscalía, que pide para los dos trabajadores una pena de siete años de cárcel y una indemnización de 6.000 euros.

Ocurrió la noche del 21 de agosto de 2015. Antonio y Roberto trabajaban para Ambulancias Condal, aunque fueron requeridos por el Sistema de Emergencias Médicas (SEM) para atender a la joven. El fiscal detalla que los operarios “decidieron saciar sus instintos sexuales ante el estado de semiinconsciencia” en el que se encontraba la mujer, que anteriormente se había desmayado por “una fuerte ingestión alcohólica”.

A las 2.00, uno de los trabajadores introdujo su pene en la boca de la paciente, mientras el otro lo hacía en la vagina, según el relato de la fiscalía. La mujer despertó, les recriminó lo que estaban haciendo, empezó a llorar y pidió que la llevaran a casa. Los conductores pidieron a la chica que “no dijera nada de lo que había visto”. No les hizo caso y denunció los hechos, que se juzgan la próxima semana en la Audiencia de Barcelona. Además de la prisión por el delito de abuso sexual, la fiscalía pide que se prohíba a los acusados acercarse a menos de 1.000 metros de la víctima.



Uno de los conciertos de la pasada edición del Festival Sónar, en Barcelona. / MASSIMILIANO MINOCRI

Próximo destino: Barcelona, capital de la música

BLANCA CIA, **Barcelona**
Barcelona es música, la plataforma que impulsa Barcelona Global con el propósito de promover que la capital catalana sea un referente internacional en la música, empieza a diseñar estrategias para someterlas a discusión con el sector. Promover festivales entre noviembre y marzo para desestacionalizar la oferta, convocar premios internacionales y organizar un importante concierto para Fin de Año son algunas de las propuestas que están en “cocina”.

Los promotores de Barcelona Global se han reunido ya con algunos pesos pesados, como el festival Sónar, el Primavera Sound y The Project que, de momento, están a la expectativa. Otro objetivo, de más envergadura, es que acontecimientos musicales de primer orden —el Primavera Sound y el Sónar del año pasado se cerraron con 323.000 asistentes— conciten el esfuerzo que ponen las administraciones en otros eventos, como el Mobile World Congress.

“Se trata de proteger activos que ya se tienen, pero a los que no se hace caso porque no se valoran en su justo término”, apunta Mateu Hernández, uno de los responsables de Barcelona Global.

Para esa asociación, que reúne a empresarios y directivos, está claro que la capital debe focalizar su estrategia cultural internacional en la música: “Poner el objetivo en el teatro es difícil por el componente del lenguaje; en el arte no se tiene la suficiente fuerza, sobre todo frente a otras capitales europeas. En música, por el contrario, lo tenemos todo y, además, con la ventaja de que tiene un lenguaje internacional”. Y enumera los festivales, además del Primavera y el Sónar. Barcelona cuenta con el Mil·leni, el festival de Jazz (otro de los top ten europeos), el de guitarra, el Cajón, el Beach Festival, el Jardins de Pedralbes y, en clásica, el Barcelona Obertura. Este úl-

2,8 millones para el turismo cultural

La Agencia Catalana de Turismo (ACT) ha impulsado una batería de propuestas dentro del Año del Turismo Cultural en 2018. Buscan reivindicar el valor de la cultura como elemento diferenciador de Cataluña como destino turístico y vencer la imagen de sol y playa para atraer a otro tipo de visitantes. Y, sobre todo, entrar en otros segmentos de ese mercado. Se promocionarán actividades de las artes, la música y expositivas de las cuatro provincias catalanas —se trata de iniciativas ya planificadas por operadores públicos y privados— en una campaña internacional a la que se destinan 2,8 millones de euros.

timo lo promovieron ellos mismos al sentar al Palau de la Música, el Auditori y el Liceo hace tres años para impulsar una programación que atrajera a un turismo consumidor de música sinfónica y ópera.

Reunirlos a todos

La ciudad tiene, además, importantes infraestructuras en funcionamiento. “Hay que mirar lo que han hecho otras ciudades que se han colocado como referentes en algún sector cultural. Miami se convirtió hace menos de dos décadas en capital del arte y ha pasado de seis galerías a 180”, argumenta.

El paso principal es sentar a todos los operadores de música en una misma mesa para que se sientan implicados sin que esa estrategia conjunta interfiera en la individual. Casi todos los festivales se concentran entre la primavera y los primeros compases del otoño: “Hay que promover iniciativas entre noviembre y marzo y hacer que Barcelona sea una ciudad a la que ir para celebrar el Fin de Año. No vale solo con hacer la fiesta del piromusical en Montjuïc, hay que saber organizar un gran concierto”. La idea de Barcelona Global es preparar propuestas y exponerlas a la administración.

Todo plan requiere recursos económicos y, en el caso de *Barcelona es música*, la mirada está en promover un aumento de la tasa turística que sería gestionada de forma conjunta entre el sector y la administración pública. “Se trataría de buscar más ingresos para que fueran destinados a la promoción de la música”, añade. ¿Cómo? Por ejemplo, haciendo pagar una tasa a los autocares que entran en Barcelona para visitas turísticas y también al servicio del Bus Turístico, señalan. “Y que esa contribución se visualizara, identificar los ingresos de la tasa con la iniciativa en la que revierte”, añade. Barcelona Global apunta que se podrían obtener seis millones al año de aplicar una tasa del 0,25% sobre las pernoctaciones en la ciudad.

También identifican dos grandes zonas para situar el foco cultural: la avenida del Paral·lel de Barcelona —una vieja idea que nunca se ha plasmado en algo concreto— y el distrito cultural de L’Hospitalet.



Vive el teatro, cada jueves, con EL PAÍS