



RECULL DE PREMSA

10/07/2013



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/07/13	EL GOVERN SACSEJA LES LLEIS AUDIOVISUALS / ARA	5	1
10/07/13	ELS CONSELLERS DE LA CORPORACIÓ I DEL CAC NO COBRARAN SI NO TENEN PLENA DEDICACIÓ / DIARI DE GIRONA	6	1
10/07/13	EL GOVERN LIMITA ELS SOUS A LA CCMA I IMPOSA TRANSPARÈNCIA / EL PUNT AVUI	7	1
10/07/13	MAS BLINDA POR LEY LA PUBLICIDAD A LOS MEDIOS CATALANES / LA RAZON (NACIONAL) EDICION CATALUÑA	8	1
10/07/13	TV3 I CATALUNYA RÀDIO PASSARAN A DEPENDRE NOMÉS DEL PARLAMENT / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	9	1
10/07/13	ENRÍQUEZ DENUNCIA EL EXPOLIO DE GOOGLE / ABC (EDICION CATALUÑA)	10	1
10/07/13	LUIS ENRÍQUEZ: «LOS PERIÓDICOS TENEMOS NEGOCIO Y SEGUIREMOS TENIENDO NEGOCIO» / ABC (EDICION NACIONAL)	11	2
10/07/13	EL MUNDO DE LA COMUNICACIÓN, EN BUSCA DE LAS CLAVES DEL FUTURO / ABC (EDICION NACIONAL)	13	1
10/07/13	13 HORAS PARA RODAR UN CRIMEN. El canal Calle 13 se asocia con #littlesecretfilm / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	14	1
10/07/13	LA FAMILIA YA NO ES LO QUE ERA EN TV / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	15	1
10/07/13	L'ENTREVISTA XAVIER GINESTA "HONESTEDAT PERIODISME I IDEOLOGIA NO ESTAN RENYITS" / EL PUNT AVUI	16	1
10/07/13	LA TELEVISIÓN DE PAGO RESISTE A LA CRISIS / ABC (EDICION NACIONAL)	17	1
10/07/13	PUBLICIDAD 'ONLINE' A MEDIDA QUE NO INTERRUMPE LA LECTURA / EL ECONOMISTA	18	1
10/07/13	ENTREVISTA A JOHN CARLIN PERIODISTA I ESCRIPTOR ¿EN ELS ÚLTIMS SIS MESOS EL BARÇA HA PERDUT LA BELLESA ACLAPARADORA DEL SEU JOC" / EL 9 ESPORTIU DE CATALUNYA	19	2
10/07/13	ZETA REFANÇA AMB ÈXIT EL SEU DEUTE AMB ELS BANCS / EL PERIODICO DE CATALUNYA (ED. CATALA)	21	1
10/07/13	PILAR NARVIÓN CRONISTA POLÍTICA EN EL FRANQUISMO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	22	1
10/07/13	VOCENTO VS GOOGLE: "APENAS PAGA IMPUESTOS Y NO CONTRATA" / EL ECONOMISTA	23	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Data	Titular/Mitjà	Pàg	Docs.
10/07/13	HACIENDA EXIGE MÁS AJUSTES A RTVE Y REABRE EL CONFLICTO CON LOS SINDICATOS / EL ECONOMISTA	24	1
10/07/13	PILAR NARVIÓN, PUNTAL DE LA CRÓNICA POLÍTICA TARDOFRANQUISTA / EL PAIS (EDICION NACIONAL)	25	1
10/07/13	PER QUÈ 'EL MUNDO' LI HA POGUT PISPAR LA CARTERA A 'EL PAÍS' / ARA	26	1
10/07/13	SOMOANO DENUNCIA UN "AFÁN" POR DESACREDITAR A TVE / LA GACETA DE LOS NEGOCIOS	27	1
10/07/13	REUTERS SUSPÈN LA INFORMACIÓ ANTICIPADA PER A BORSA / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	28	1
10/07/13	EDITORES PIDEN LIMITAR A GOOGLE / DIARI DE TARRAGONA	29	1
10/07/13	LOS EDITORES DE DIARIOS PIDEN QUE SE LIMITE EL DOMINIO DE GOOGLE EN LA RED / CINCO DIAS	30	1
10/07/13	LA TELE CONTINUA HEGEMÒNICA TOT I EL 'MULTIPANTALLA' / EL PUNT AVUI	31	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓ DE LES NOTÍCIES DEL SEU INTERÈS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



POLÍTIQUES DE COMUNICACIÓ

El Govern sacseja les lleis audiovisuals

A les cúpules de la CCMA i del CAC només els presidents tindran dedicació exclusiva

Quatre lleis relacionades amb l'audiovisual seran reformulades els pròxims mesos. El Govern impulsa la reforma en forma de nova llei de transparència i sostenibilitat de la comunicació.

ÀLEX GUTIÉRREZ M.

BARCELONA. El conseller de la Presidència i portaveu del Govern, Francesc Homs, va presentar ahir la memòria de la futura llei de transparència i sostenibilitat de la comunicació. Aquesta iniciativa legislativa vol reformular fins a quatre de les lleis que actualment regeixen el sector al país: la llei de la CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals), la del CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya), la de l'audiovisual i la de la publicitat institucional. El pròxim pas és fixar una proposta d'articulat en forma d'avantprojecte de llei i portar-ho al Parlament. Homs confia que "en els pròxims mesos" la nova llei entrarà en vigor. Aquestes són algunes de les línies mestres que tindrà.

Corporació

Una cúpula directiva de la CCMA més barata i flexible

Tal com s'havia anunciat, el Govern vol que la Corporació depengui més del Parlament i menys del Govern. "Alguns aspectes ja hi eren, al Parlament, com ara la designació dels màxims responsables", va reconèixer Homs, "però formalment continua penjant del Govern. I no hi ha res que desgovernamentalitzi més que situar-la a l'òrbita del Parlament". Això tindrà un efecte més nominal que pràctic. Deixarà de dependre orgànicament del departament de Presidència, però el Govern seguirà retenint l'elaboració del contracte-programa i la decisió sobre la dotació pressupostària de l'ens.

Un altre canvi afecta els membres de la cúpula directiva. "Els que no facin unes feines quotidianes i contrastables no cal que tinguin remuneració", va explicar Homs. La intenció és que si no hi ha una dedicació laboral completa, "com passa sempre i vinculat a la seva responsabilitat patrimonial i civil", aquests directius cobriran dietes es-



CÚPULA LLEUGERA

Els membres del consell de la CCMA deixaran de ser-ho per llei a temps complet. CCMA

trictament per la seva participació en consells d'administració i similars. La norma obre la possibilitat, a més, que compatibilitzin la presència als ens públics amb altres feines. Aquest diari ha tingut accés a la memòria preliminar que inclou l'objectiu de "limitar únicament al president l'obligatorietat de la dedicació exclusiva i incompatible amb qualsevol altra activitat professional". Actualment la Corporació té sis consellers -incloent-hi el president- que ho són tots per llei amb dedicació completa i exclusiva.

Productores

La Corporació no podrà firmar clàusules de confidencialitat

El projecte vol eliminar també la clàusula de confidencialitat que tenen els contractes signats per TV3 i Catalunya Ràdio amb els proveïdors. "No es poden exigir esforços als treballadors de la televisió pública sobre el seu salari sense poder



Transparent
Els contractes de la CCMA amb proveïdors hauran de ser públics

conèixer amb propietat totes les dades de la contractació externa que existeix i que seguirà existint", defensava el conseller. Aquestes clàusules s'han justificat tradicionalment per part de la CCMA adduint motius de competitivitat, ja que permeten a les productores oferir preus més barats a Catalunya que als operadors d'àmbit estatal.

Mitjans locals

Es garantirà una quota de publicitat institucional

Una de les reclamacions constants dels mitjans de proximitat és que les campanyes institucionals de la Generalitat no els deixin de banda. Tal com va avançar l'ARA fa dos mesos, el Govern s'obligarà a reservar una quota, dins de cada campanya, per a mitjans de proximitat. Aquesta quota serà proporcional al pes que té dins l'espai català de comunicació i, segons algunes estimacions, podria rondar el 10% del total.

Emissores pirata

Normes més dures per garantir el tancament de ràdios il·legals

Un dels mals que afecta el sector, segons el Govern, són les ràdios pirates. El conseller va afirmar: "S'incorporaran alguns aspectes que ens han de permetre lluitar contra la pirateria. En el camp de la ràdio hi ha encara uns nivells de pirateria intolerables".

Consell Audiovisual

Preveu que només el president ho sigui a temps complet

Els consellers del CAC tindran el mateix règim que els de la Corporació: salari només en casos de dedicació exclusiva, però més facilitats a l'hora de compatibilitzar amb altres feines els càrrecs remunerats només per dietes d'assistència. També es repeteix l'esquema de la CCMA i només serà obligatori que el president ho sigui a temps complet. —



Els consellers de la Corporació i del CAC no cobraran si no tenen plena dedicació

► El Govern assegura que la nova norma estableix unes dietes que «res tenen a veure amb l'obtenció d'un sou»

BARCELONA | ACN/DdG

■ La dedicació exclusiva dels membres dels consells d'administració de la CCMA i el CAC serà només per als presidents. La resta podran combinar-ho amb altres feines «compatibles» i, en conseqüència, deixaran de tenir un sou. Així ho recull la memòria prèvia de l'avantprojecte de llei per a la transparència i la sostenibilitat del sector de la comunicació del Govern, que aquest dimarts ha iniciat els tràmits. La nova norma estableix unes dietes per aquests càrrecs directius que «res tenen a veure amb l'obtenció d'un sou», segons el conseller Francesc Homs. A l'hora, també preveu fer públiques les contractacions a productores externes de programes audiovisuals de Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio.

D'aquesta manera tots els càrrecs directius que són membres dels consells d'administració de la CCMA i el CAC i que no tinguin «dedicació plena» i no desenvolupin «feines quotidianes i contrastables» deixaran de tenir remuneració. Així ho va explicar el conseller de la Presidència i portaveu del Govern, Francesc Homs, durant la roda de premsa posterior al consell executiu, que va aprovar iniciar els tràmits per tirar endavant la memòria prèvia de l'avantprojecte de llei per a la transparència i sostenibilitat del sector de la comunicació, que es preveu que vegi la llum «els propers mesos». La futura norma introduirà modificacions a la llei de comunicació audiovisual de Catalunya, de l'any 2005; a la llei del Consell Audiovisual de Catalunya, del



ORIOI CAMPUZANO MANDOBENS

El president de la CCMA, Braulí Duart, atenen els mitjans de comunicació en una imatge d'arxiu.

2000; la llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, del 2007; i la llei que regula la publicitat institucional, també de l'any 2000.

Procés de simplificació

La futura llei s'emmarca en el procés de simplificació i racionalització que ja es va iniciar amb l'anomenada llei òmnibus relativa als mitjans audiovisuals, aprovada el mes de febrer del 2012. En aquella norma, entre altres mesures, ja s'establí la reducció de les estructures directives de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Ara, amb la nova

regulació, es proposa que l'obligatorietat de la dedicació exclusiva només es limiti als presidents de la CCMA i del CAC, mentre que per a la resta de consellers s'obre la possibilitat que puguin desenvolupar el seu càrrec sota altres fórmules que també impliquin canvis en el seu règim retributiu.

Així mateix, la nova norma vetllarà per garantir la transparència en el sistema de contractació de productes externs a través de la seva publicació amb l'objectiu de facilitar la competitivitat del sector audiovisual en el seu conjunt que, segons Homs, «existeix i continuarà existint» entre la televisió i la ràdio públiques amb el món au-

La normativa també vetllarà per garantir la transparència en el sistema de contractació de productes externs

divisual. Per Homs, l'objectiu és reforçar el paper dels mitjans de comunicació públics i situar-los en l'àmbit del Parlament. «Si bé és cert que ja hi eren quant a la designació dels màxims responsables, continuaven penjant del Govern», va reblar. Segons el conseller, ara es deixa «clara» la línia de desgovernamentalització. «Val la pena que es regularitzi bé i es reforci el paper dels mitjans públics en un

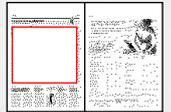
EL PROCÉS

MODIFICACIÓ NORMATIVA La futura llei s'emmarca en el procés de simplificació

► Pagar un sou només a qui té una dedicació exclusiva forma part del procés de simplificació i racionalització que es va iniciar amb la llei òmnibus relativa als mitjans audiovisuals, aprovada el 2012.

moment que alguns sectors qüestionen la seva viabilitat», va reblar.

La nova regulació que es vol introduir en la llei de l'audiovisual pretén crear un marc més flexible on els diferents operadors, sobretot els mitjans audiovisuals de proximitat, disposin d'un marc d'actuació més ampli en el terreny de la producció sindicada. La norma també introduirà canvis en el règim de la inspecció i control en matèria de comunicació audiovisual per millorar l'eficàcia en la lluita contra les emissions il·legítimes i que són una font de competència deslleial per als mitjans de comunicació. La modificació que es vol impulsar de la llei de publicitat institucional pretén garantir que un mínim de la inversió publicitària que fa l'administració es destini als mitjans de proximitat. En aquest sentit, la llei vigent només apunta que les inversions publicitàries de l'administració tindran en compte els mitjans de proximitat. El Govern pretén que amb la modificació es passi a garantir un mínim d'inversió, respecte la inversió total, en mitjans de proximitat.



El govern limita els sous a la CCMA i imposa transparència

■ Els membres dels consells d'administració de la Corporació i el CAC es podran no retribuir si no es dediquen de manera exclusiva al càrrec ■ Els contractes amb les productores seran públics

Odei A.-Etxearte
BARCELONA

Era una de les obsessions del conseller de la Presidència, Francesc Homs: acabar amb l'opacitat dins dels mitjans públics. En el primer mandat d'Artur Mas, Homs ja va alertar de les adjudicacions "a dit" de "contractes milionaris" que s'havien fet des de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. El govern posa ara fil a l'agulla endegant una llei per a la transparència i la sostenibilitat del sector que forçarà la publicació dels contractes a productores externes per facilitar la competitivitat de l'àmbit audiovisual. També es limitaran els sous dels membres dels consells d'administració de la CCMA i del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Només els seus presidents es dedicaran obligatòriament amb exclusivitat a les seves funcions i en percebran la retribució. La compatibilitat de la resta d'integrants amb altres feines es regularà i, per tant, podran exercir el seu càrrec sense retribució i amb compensació "en forma de dietes".

Amb Artur Mas de viat-



El conseller de la Presidència, Francesc Homs, en la roda de premsa posterior al consell executiu ■ ACN

ge oficial al Brasil, la vicepresidenta, Joana Ortega, va encapçalar la reunió del consell executiu en què es va aprovar la memòria preliminar de l'avantprojecte, al qual ha tingut accés aquest diari.

Més pes del Parlament

La futura llei reformarà quatre normes vigents. En la memòria, el govern sos-

té que els canvis legislatius "incidirán en la definitiva desgovernamentalització dels mitjans de la CCMA garantint la seva plena independència orgànica i funcional". Com? Aprofundint en "la intervenció" del Parlament, que ja designa els membres del consell de govern de la corporació. Malgrat tot, l'executiu no se'n vol des-

Homs critica que ERC "improvisi"

El govern es va mostrar ahir disposat a abordar la rebaixa de l'IRPF per a les rendes més baixes proposada per ERC, però va criticar al partit d'Oriol Junqueras que "improvisi" les seves reclamacions. El conseller de la Presidència, Francesc Homs, va

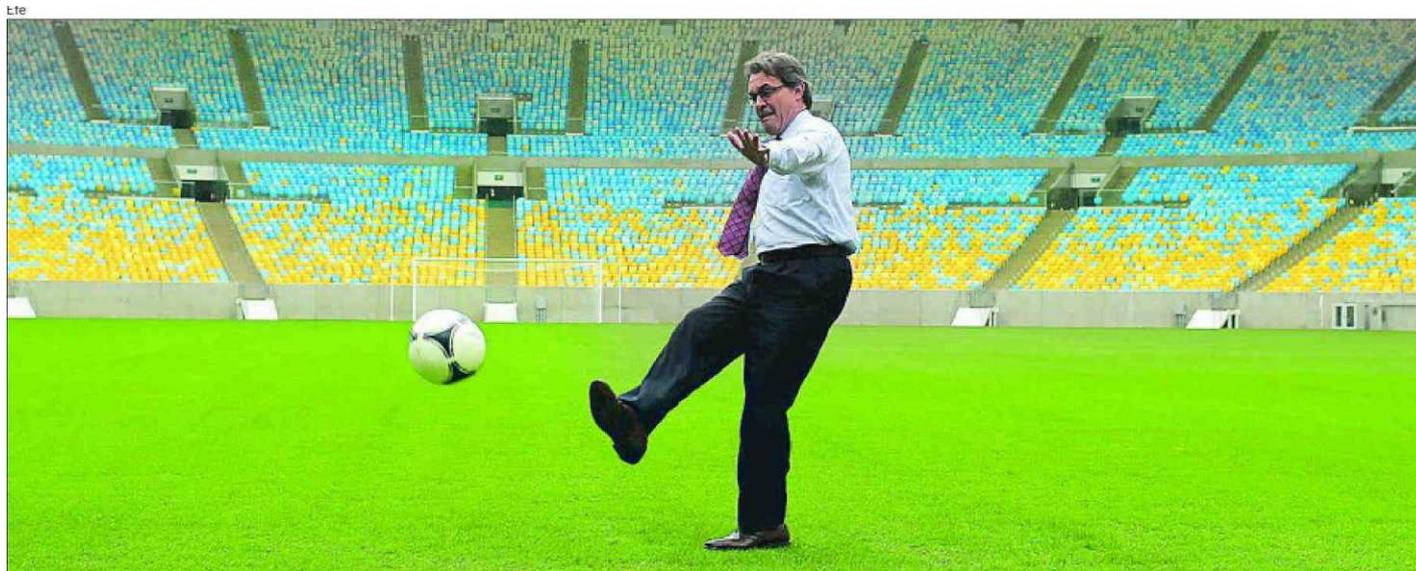
apuntar que des de l'executiu estan "disposats a parlar del que calgui" però va advertir, tant a Esquerra com a la resta de partits, que l'administració no té "flexibilitat" i no es troba en condicions d'aplicar noves mesures "cada setmana".

vincular a efectes pressupostaris i mantindrà el "control inherent a tot organisme públic".

Homs va apuntar que la llei s'enllestirà en "els mesos vinents". Quant a la contractació externa, el conseller de la Presidència va argumentar que la transparència ha de ser "obligada" i tan normalitzada com en altres àmbits de l'administració. "No es poden exigir, com està passant i vull reconèixer, esforços en els sous dels treballadors de la ràdio i televisió pública sense poder conèixer en profunditat la contractació externa que existeix", hi va afegir Homs. La futura llei s'elabora en un context complicat per als mitjans públics, quan hi ha ERO sobre la taula a TV3 i a Catalunya Ràdio.

Vies públicoprivades

Un dels grans propòsits de la nova norma és esmor-teir els perjudicis de la crisi sobre el sector de la comunicació. Una via per aconseguir-ho és, segons el govern, optimitzant les col·laboracions públiques i privades, bo i garantint "el transcendent i insubstituïble paper que tenen reservats els mitjans públics". També vol fomentar la col·laboració entre els agents audiovisuals en el terreny de la producció sindicada. El projecte segueix l'estela de la llei omnibus dels mitjans audiovisuals aprovada l'any passat. Aleshores ja es van reduir les estructures directives de la CCMA i del CAC. Ara el govern en vol reblar el clau. ■



Artur Mas, al que de joven futbolista llamaban la «flecha negra», demostró su arte en el campo de Maracanã (Río de Janeiro)

Mas blindada por ley la publicidad a los medios catalanes

Quita el sueldo a los directivos de TV3 que no tengan dedicación plena

M. Espanyol

BARCELONA— La Generalitat blindará por ley la inversión publicitaria a los medios catalanes. El gobierno catalán presentó ayer la memoria de la ley de transparencia y sostenibilidad de la comunicación, que incluye una modificación en la ley de publicidad institucional para obligar a las administraciones catalanas a reservar una cuota de su publicidad a los medios próximos.

La ley vigente sólo precisa que la publicidad institucional debe

tener en cuenta a los medios próximos. Pero el nuevo texto garantiza por ley un mínimo de inversión a los medios catalanes. Es una forma de esquivar críticas tales como por qué la Generalitat destine 1,3 millones en publicidad este año a medios escritos en catalán y no invierte ni un euro en ningún diario redactado en castellano, con sede en Madrid, pese a tener tirada en Cataluña.

La memoria, que presentó el portavoz del gobierno catalán, Francesc Homs, recoge algunas de las demandas de ERC para

reajustar el gasto en los medios públicos como reconsiderar el presupuesto del Consejo Audiovisual de Catalunya (CAC) y de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (CCMA), extremadamente politizados, y donde los republicanos no tienen representación, pues la recomposición de los órganos directivos de Tv3 y Catalunya Ràdio la pactaron CiU y PP la pasada legislatura.

El anteproyecto de la ley de transparencia y sostenibilidad de la comunicación suprime las retribuciones de los consejeros de la CCMA y del CAC que no tengan dedicación exclusiva. Aunque como sucede en el ámbito privado, Homs alegó que estos directivos podrán cobrar dietas por su participación. Los sueldos del CAC son más que cuestionables en un momento en que TV3 y Catalunya Ràdio afrontan un ERE de 312 trabajadores sobre una plantilla de 2.100 empleados. Aunque el organismo se ha apretado el cinturón reduciendo el número de consejeros de diez a seis, su sueldo sigue siendo extraordinario, 80.000 euros.

El Govern rectifica el fichero

El Govern confirmó ayer que rectificará el registro de adhesiones a sus políticas, como avanzó Artur Mas desde Brasil, tras el revuelo que generó su publicación en la web de Presidència. Francesc Homs, que se había preparado un argumentario para defender el «fichero de adhesiones», avanzó que volverá a redactarlo



TV3 i Catalunya Ràdio passaran a dependre només del Parlament

Una nova reforma audiovisual impedirà que els consellers de la CCMA i del CAC cobrin si no tenen plena dedicació

JOSEP GISBERT
Barcelona

Els mitjans audiovisuals públics de Catalunya, TV3 i Catalunya Ràdio, deixaran l'òrbita del Govern i dependran exclusivament del Parlament. Aquest és un dels objectius principals de la nova reforma dels mitjans públics de Catalunya que ahir va posar en marxa el Govern amb l'inici de la tramitació de l'avantprojecte de llei per a la transparència i sostenibilitat del sector de la comunicació.

La intenció és que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) –que engloba la televisió i la ràdio públiques catalanes– quedi “completament desgovernamentalitzada” i es relacioni exclusivament amb el Parlament com ho fan organismes com el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), la Sindicatura de Comptes o el Síndic de Greuges. “La idea és reforçar la plena autono-



JORDI PLAY

La intenció del Govern és que la CCMA guanyi transparència

mia de la CCMA respecte del Govern i consolidar la intervenció del Parlament per tal que els mitjans públics mantinguin el perfil de garants del pluralisme polític i social”, va subratllar el conseller de Presidència, Francesc Homs, en la presentació de la iniciativa després de la reunió del Govern.

L'avantprojecte de llei persegueix “reforçar els mitjans de comunicació públics a través de la desgovernamentalització, la transparència i la simplifica-

ció administrativa” i, per això, introduirà modificacions a les lleis de comunicació audiovisual de Catalunya (2005), del CAC (2000), de la CCMA (2007) i de regulació de la publicitat institucional (2000). A més de reforçar la independència dels mitjans públics, la iniciativa del Govern busca també reduir encara més les estructures directives dels ens públics que els regeixen i fer-ho en un moment en què hi ha sobre la taula mesures que afecten els

treballadors per mitjà d'expectatives de regulació d'ocupació tant a la CCMA com al CAC.

En aquest sentit, i després del procés de simplificació aplicat ja el 2012 amb les lleis òmnibus, ara es pretén que els consellers de la CCMA i el CAC que no tinguin dedicació completa no cobrin sou. De fet, la proposta és que la dedicació exclusiva quedi limitada als presidents de la CCMA i el CAC,

Els contractes de les productores deixaran de ser confidencials i s'hauran de registrar per la transparència

de manera que la resta de consellers exerceixin les tasques amb altres fórmules que impliquin canvis en el règim retributiu.

I, entre altres mesures, s'eliminaran les clàusules de confidencialitat de què gaudeixen les productores i els proveïdors que treballen per a la CCMA, fet que implicarà que tots els contractes que subscriguin amb TV3 i Catalunya Ràdio hauran de ser plenament transparents. Així mateix, s'introduiran mecanismes contra la pirateria.●



Luis Enríquez, durante su intervención en el Foro de la Nueva Comunicación



FOTOS: ERNESTO AGUDO Y BELÉN DÍAZ

El patrón de Vocento, en defensa de la prensa

Enríquez denuncia el expolio de Google

«Tenemos negocio y seguiremos teniendo negocio», aseguró ayer el consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, en respuesta a los «agoreros» que se empeñan en celebrar la crisis de la prensa escrita. Como presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), Luis Enríquez pidió al Gobierno y el Parlamento que «hagan su labor» y frenen la posición dominante de Google, plataforma que, sin apenas inversión y pagando una mínima cuota fiscal, explota y rentabiliza en internet unos contenidos que le son ajenos. «Del negocio ya nos encargamos nosotros, ya lo sacaremos adelante. Lo que reclamamos al Parlamento es que establezca condiciones de equilibrio en el mercado», añadió Enríquez durante su intervención en el Foro de la Nueva Comunicación, que reunió en Madrid a numerosas personalidades del mundo de la política y la empresa. El consejero delegado de Vocento rechazó cualquier ayuda pública al sector para centrarse en las demandas dirigidas a Google. En cuanto al futuro de los medios escritos, el presidente de la AEDE abogó por invertir «en calidad» y satisfacer a una audiencia de «alto nivel». **[SOCIEDAD]**



De izquierda a derecha, Enrique de Ybarra, Esperanza Aguirre, Jaime González Lucas, Miguel Temboury, Catalina Luca de Tena, Fernando Giménez Barriocanal y Jaime Pérez Renovaes, durante la conferencia del consejero delegado de Vocento



Su receta para el éxito en internet

Segmentación de la publicidad

Luis Enríquez asegura que hay que «devolver valor a los anunciantes y para eso se debe «segmentar las audiencias», algo que ya es posible gracias a la tecnología. «Ahora tenemos que saber trabajarlos», aseguró.

Prescripción en el comercio online

El consejero delegado de Vocento instó a aprovechar la «capacidad de prescripción de nuestras marcas» para sacar partido al comercio electrónico. En este sentido, destacó el éxito de Oferplan, el servicio de ofertas exclusivas en las webs de Vocento.

Pago por contenidos

Luis Enríquez se refirió a los estudios que apuntan que entre un 3 y un 5% de los usuarios pagarían por consultar más de diez noticias al mes.



Luis Enríquez: «Los periódicos tenemos negocio y seguiremos teniendo negocio»

► El consejero delegado de Vocento y presidente de los editores de diarios garantiza la viabilidad del sector de la prensa gracias a su papel para «hacer comprender la información a los lectores»

MANUEL TRILLO
MADRID

«Tenemos negocio, y seguiremos teniendo negocio». Frente a los agoreros que vaticinan la muerte de los periódicos, el consejero delegado de Vocento y presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), Luis Enríquez, defendió ayer el futuro de la prensa, tanto en el soporte de papel como en internet.

Enríquez intervino ayer en el Foro de la Nueva Comunicación, organizado por Nueva Economía Fórum con el patrocinio de Vodafone, donde subrayó el papel de las compañías editoras a la hora de «hacer comprender la información a los lectores».

Ante numerosos representantes del mundo de la comunicación, así como empresarios y políticos, se refirió a la «crisis de consumo» y el «cambio de hábito» entre los lectores, que han llevado a un descenso en la facturación publicitaria de la prensa escrita de

1.800 millones de euros en 2007 a los 620 estimados para 2013. Hizo un repaso de las medidas que los editores han tenido que acometer para que las empresas sean sostenibles, tanto en el ámbito de la impresión como en la distribución y en el papel, así como en el «más traumático» de los costes fijos, en alusión a reducción de personal y bajada de sueldos.

Enríquez, que arrancó recordando a quienes le inculcaron su pasión por el periodismo, su padre y Manuel Martín Ferrand, distinguió de forma clara entre lo que significa un periódico y una página web.

Para el consejero delegado de Vocento, el diario es un producto con un principio y un fin que ofrece «una información jerarquizada», ya que el papel de los periódicos es «hacer comprender la información a los lectores». «Si uno quiere entender lo que pasa en Egipto, sólo tiene el periódico», afirmó.

Para Enríquez, el periódico no es un producto de masas «para todo el

mundo», sino sólo para «un rango de lectores de alto nivel». Tampoco cuando él era estudiante, recordó, sus compañeros compraban el periódico, pero ahora, cuando han accedido a puestos de relevancia y tienen conversaciones con proveedores o clientes, sí lo necesitan para «elaborar un discurso propio y aportar algo», y además «están dispuestos a pagar precios altos», lo que garantiza el mantenimiento de los márgenes para el sector.

Los periódicos lideran internet

En cambio, la web sí es, a su juicio, «un medio de masas». Y también en internet «las cabeceras tradicionales lideran la información», como se refleja en los primeros puestos del ranking de comScore. Según remarcó, «los lectores siguen confiando en el rigor que representan nuestras marcas». Según Enríquez, hay tres vías para que las empresas editoras saquen partido a internet: la segmentación de la publicidad, la prescripción en el comercio online y el pago por contenidos.

En el turno de preguntas, Luis Enríquez se refirió a una amplia variedad de asuntos de actualidad sobre los medios de comunicación. En primer lugar, insistió en reclamar al Gobierno y al Parlamento «condiciones de

equidad» en el mercado de internet, ya que Google acapara el 60% de la publicidad online en España. En cambio, se mostró contrario a las ayudas públicas a la prensa, ya que prefiere que «los negocios salgan adelante por sí mismos». En su opinión, la libertad de los periodistas depende de los márgenes de las empresas editoras.

Por otra parte, no ve otro futuro que el cierre para los periódicos gratuitos, mientras que los periódicos regionales «lo tienen mucho más fácil que los nacionales». «Veremos la desaparición de algunos de los competidores», advirtió.

También expresó su rechazo al regreso de la publicidad a TVE, ya que no cree que esa medida fuera a servir para «arreglar» la televisión pública y, en cambio, sería negativo para un sector ya dañado, al tiempo que espera «cordura» sobre el problema de las licencias de TDT y «que terminemos rápido con este periodo de incertidumbre» que, en su opinión, perjudica al sector.

Enríquez fue presentado en el Foro por el director de Recursos Corporativos de Iberdrola, Fernando Becker, quien destacó su «tesón, esfuerzo y calidad en el trabajo» y su contribución, en un momento «especialmente difícil» para los medios, a la adaptación de Vocento a la era digital.



De izquierda a derecha, el presidente de Nueva Economía Fórum, José Luis Rodríguez; el consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez; el director de Recursos Corporativos de Iberdrola, Fernando Becker, y el vicepresidente de AEDE, Jaime González Lucas



FOTOS ERNESTO AGUDO Y BELEN DIAZ

“

El futuro de la prensa

«Los periódicos no son para todo el mundo, sólo para un rango de lectores de alto nivel dispuestos a pagar precios altos»

Prensa gratuita

«No sé adónde va el periódico gratuito, no tengo otra previsión que su cierre»

Pasión por el periodismo

Enríquez recordó a quienes le inculcaron su pasión por el periodismo: su padre y Manuel Martín Ferrand

Anuncios en TVE

«No vamos a arreglar nada ni a conseguir sostener TVE con la vuelta de la publicidad»

La guerra con Google

«Reclamamos condiciones de equidad en el mercado online, ya que un solo actor ingresa el 60% de la publicidad en España»



El mundo de la comunicación, en busca de las claves del futuro

► Amplia representación de los medios para escuchar al consejero delegado de Vocento

M. TRILLO
MADRID

El sector de la comunicación se dio cita ayer en el hotel Westin Palace de Madrid ávido de pistas sobre el futuro de un sector, el de los periódicos, que atraviesa un momento de transformación como pocos en su historia, azotado por una crisis económica que va camino ya de durar seis años y que sufre además el duro trasiego hacia un nuevo modelo marcado por la era digital. Un panorama ante el que tenía mucho que decir el consejero delegado de Vocento, «uno de los grupos multimedia líderes en España», en palabras del introductor de Luis Enríquez, Fernando Becker, director de Recursos Corporativos de Iberdrola y Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Rey Juan Carlos.

Ante el Foro de la Nueva Comunicación, Enríquez defendió que los periódicos están y seguirán muy vivos. «Los gurús que anuncian la muerte de la prensa deberían reunirnos aquí para pagarnos un café, porque si no su afirmación sería gratuita», dijo.

Numerosa asistencia

Numerosos representantes de esa vitalidad del sector acudieron a escuchar al consejero delegado de Vocento. Estuvieron arropándole el presidente de Vocento, Enrique de Ybarra; el presidente de honor, Santiago de Ybarra y Churrua; la consejera de Vocento, Soledad Luca de Tena; la presidenta editora de ABC, Catalina Luca de Tena; el director de nuestro periódico, Bieito Rubido, y la directora general, Ana Delgado, así como varios de los más influyentes articulistas, entre otros Ignacio Camacho, Hermann Tertsch, Curri Valenzuela y David Gistau, el último fichaje de ABC, del que el propio Enríquez dijo ayer que probablemente sea «el mejor columnista» de su generación.

No faltaron a la cita el presidente de COPE, Fernando Giménez Barriocanal, y el consejero delegado de la emisora, Rafael Pérez del Puerto; el presidente de Efe, José Antonio Vera; el director de Marca, Óscar Campillo; el vicepresidente de Unidad Editorial, Alejandro de Vicente, ni la presidenta editora de Heraldo de Aragón, Pilar de Yarza. También acudieron el presidente editor de El Economista, Alfonso de Salas, y su vicepresidente, Gregorio Peña. Por parte de AEDE, asistieron el vicepresidente, Jaime González Lucas, y el director general, José Gabriel González Arias.



Eusebio Serrano, Emilio Ybarra, Joaquín Valencia e Irene Lanzaco



FOTOS: ERNESTO AGUDO

En la foto de la izquierda, Amalia Blanco conversa con Javier Ayuso, y a la derecha, José Luis Rodríguez saluda a Ignacio González

También quisieron estar presentes destacados representantes políticos, como el presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González; su consejero de Transportes, Pablo Cavero, y la presidenta del PP madrileño, Esperanza Aguirre, así como los subsecretarios de Presidencia, Jaime Pérez Renovales, y de Economía y Competitividad, Miguel Temboury.

Entre los empresarios, no sólo los había del mundo de la comunicación, sino también de otros sectores, como el productor de cine y presidente del Atlético de Madrid, Enrique Cerezo.



Blas Herrero saluda a Óscar Campillo en presencia de Enrique Cerezo



TELEVISIÓN

13 horas para rodar un crimen

El canal Calle 13 se asocia con #littlesecretfilm, una iniciativa 'online' que reta a los creadores a grabar sujetos a reglas y a colgar sus películas en la Red

MARÍA SOSA TROYA
Madrid

Serán 13 películas rodadas en 13 horas con 13 duros de presupuesto. Este es el planteamiento con el que el canal de pago Calle 13 promociona el acuerdo al que ha llegado con #littlesecretfilm, "un experimento cinematográfico que apuesta por la distribución gratuita a través de Internet", en palabras de Pablo Maqueda, uno de los promotores de la iniciativa. Daniel Pérez, director de programación de la cadena, explica que decidieron sumarse al proyecto con dos condiciones: que los largometrajes se estrenen en Calle 13 antes de colgarse en la Red y que se adapten al *thriller*, el suspense o la acción, sus géneros estrella.

"#littlesecretfilm nació como un juego, una forma de abrir caminos narrativos y promover una comunicación más cercana entre creador y espectador", relata Maqueda. Insiste en que no se trata de un canto a la cultura libre, sino de "un acto de amor". No reporta beneficios, la rentabilidad es "emocional", prosigue el cineasta.

Haizea G. Viana y Maqueda son los padres de la plataforma *online* que propone 10 normas a los participantes. Entre ellas, que no exista un guion dialogado —por lo que los actores deben improvisar—, que el tiempo máximo de rodaje sea de 24 horas y que la grabación de la película se lleve a cabo en secreto. "Eso fue lo que más sorprendió a la audiencia. De pronto había 15 filmes de los que nadie había oído hablar disponibles en la Red", añade el cineasta. Y continúa: "Ahora, cuando antes del estreno se sabe prácticamente todo sobre las películas, los espectadores pueden llegar vírgenes al visionado. Ya hemos tenido más de 100.000 descargas".

"En nuestro canal queremos empaparnos de propuestas culturales relacionadas con la intriga y el suspense. Nos gustó esta iniciativa por lo temeraria que es. Nos va el riesgo", bromea el director



Fotograma de #Realmovie, la primera de las 13 películas de #littlesecretfilm con Calle 13.

Los realizadores

- ▶ Pablo Maqueda.
- ▶ Jordi Costa.
- ▶ Álex Mendibil.
- ▶ David Sainz.
- ▶ Ángel Sala.
- ▶ Venga Monjas.
- ▶ Chema García Ibarra.
- ▶ Manuel Bartual.
- ▶ Borja Crespo.
- ▶ Marçal Fores.
- ▶ John Tones y Noel Ceballos.
- ▶ Miguel Larraya.
- ▶ Roberto Pérez Toledo.

de programación de la cadena. "No buscamos un beneficio económico, sino apoyar un proyecto de jóvenes creadores que nace con un espíritu muy vanguardista", expone Pérez. De esta forma nació #littlesecretfilm por Calle 13, con la intención de "dotar de valor

añadido a la cadena". El canal aportó su toque personal y modificó el decálogo inicial poniendo su número favorito, el 13, como cifra clave. Así, las 13 películas programadas se estrenarán a lo largo de los próximos 13 meses.

El próximo 22 de julio (0.15) se proyectará #Realmovie, dirigida por Pablo Maqueda. Al día siguiente estará disponible en Yomvi, de Canal +, y a la semana podrá verse de forma gratuita en la página web de Calle 13.

Los filmes se emitirán el último lunes de cada mes. Ya han sido seleccionados todos los realizadores, la mayoría familiarizados con formas de distribución alternativas. "Creemos que podemos atraer a todo tipo de público porque el mapa de España queda bien retratado: desde catalanes a andaluces, pasando por madrileños o canarios", señala Maqueda.

Pérez, director de programación de Calle 13, asegura que no

El 22 de julio se estrena '#Realmovie', primero de los filmes programados

Las películas se emitirán en el canal y después se verán gratis en Internet

pretenden llegar a una audiencia masiva, ni tampoco perder sus señas de identidad —de ahí la exigencia de adaptarse al suspense, aunque el humor, y muy particularmente el humor negro, también tengan cabida—. Pero defiende la iniciativa. Su muestra convencido de que, respetando estos preceptos, es posible "arriesgarse un poco, ser algo francotirador".

"Esta forma de hacer cine engancha"

M. S. T., Madrid

El realizador Pablo Maqueda define #Realmovie, su cuarto largometraje, como un "salto mortal", un "thriller genérico con carácter intimista". El director se muestra entusiasmado con el equipo y con el resultado de las 13 horas de rodaje. El filme será el primero en estrenarse —el 22 de julio— de todos los que forman parte de la iniciativa #littlesecretfilm para Calle 13. "Esta forma tan intensa de hacer cine engancha", reconoce el cineasta, que ya ha grabado otra película, *Manic Pixie dream girl* en el marco de este proyecto.

El personaje de Eva Binoff (Eva Lorach), una reconocida

actriz española, deberá enfrentarse al papel de su vida. Su hermana Rocío Binoff (Rocío León) ha sido secuestrada y ella tratará de encontrarla para impedir que la maten. Sus 90 minutos de búsqueda serán grabados por cámaras que retransmitirán a tiempo real lo que le ocurre.

Este es el argumento de #Realmovie, una película que pretende conectar con públicos muy diversos, "desde el espectador más cercano al *thriller* frenético americano hasta el más interesado en el drama intimista", explica su director. "Hay influencias de todo tipo, desde Pedro Almodóvar a Michael Haneke", añade. Además, también hay referencias a

la bailarina y coreógrafa alemana Pina Bausch.

Detrás del filme se esconde un mes de ensayos con las actrices. Una de las exigencias del proyecto es la inexistencia de guiones dialogados —el rodaje se estructura a partir de una escalata—, por lo que el trabajo con ellas se centró más "en los personajes y en los tonos", cuenta Maqueda. "Lorach y León son un regalo para cualquier director. Lo que más me ha sorprendido es su capacidad para improvisar", relata el cineasta, quien asegura que todos los miembros del equipo propusieron ideas para el desarrollo de la historia.

#Realmovie ha contado con

2.000 euros de presupuesto, una miseria comparada con las cifras que manejan las películas tradicionales. Aun así, el director especifica que la mayor parte del dinero ha sido destinado a "una pequeña retribución a los miembros del equipo que ha corrido a cargo de Calle 13".

"En el rodaje hubo un clima de pragmatismo absoluto. No hay tiempo para pensar. Solo para actuar. Trabajamos pendientes del cronómetro", expone Maqueda. Dice que no le importaría repetir la experiencia, aunque ahora pasará una temporada centrado en su próxima película, *Viva la sangre*, una comedia que verá la luz en 2014.



FORMATOS DE ESTRENO

Los hogares de ficción se adaptan a la nueva sociedad: familias uniparentales, parejas homosexuales e hijos adoptados protagonizan las nuevas series procedentes de EEUU que llegan a España

La familia ya no es lo que era en TV

EDUARDO FERNÁNDEZ / Madrid

Puesto que la televisión se ha visto tradicionalmente en familia, no sorprende que la exploración de los vínculos entre hijos, hermanos y allegados hayan protagonizado algunas de las emisiones más populares de la pequeña pantalla. La ficción, no obstante, se inspira en una realidad distinta. *Modern Family* ha liderado, como indica su propio título, una nueva generación de producciones en la que el matrimonio entre un ama de casa y un agente inmobiliario resulta más excéntrico que la relación del padre de la protagonista, casado con una colombiana a la que dobla la edad, y la del hermano, que vive en pareja con otro hombre y una hija adoptada de origen asiático.

Desde la pasada semana, Fox emite todos los miércoles a las 22.45 horas la tercera temporada de *Hope*.

En esta *sitcom*, una familia afronta la inesperada incorporación de una niña, fruto de una relación de una noche del hijo veinteañero con

La 'sitcom' 'Hope', protagonizada por Marha Plimpton (segunda por la izquierda), FOX

una mujer condenada y ejecutada por asesinato. «Los Chance tienen mucho en común con familias de otros tiempos. Si hay una cosa que en la televisión americana se mantiene constante es que las series más duraderas y populares sobre familias han tratado de familias de clase obrera, a las que se les puede ver luchando como cualquiera de nosotros», comenta a EL MUNDO Martha Plimpton, la actriz protagonista en el papel de Virginia Chance, abuela tras la inesperada paternidad de su hijo.

Fox, que también emite *Modern Family* (como Neox), estrena preci-



samente el jueves de la próxima semana *The New Normal*, una de las series cómicas de la temporada, acerca de la convivencia de dos homosexuales que pactan con una madre soltera que ésta preste su vientre para brindar un hijo a la pareja.

Plimpton reconoce que hay una corriente acorde con los nuevos tiempos: «El modo en el que aparecen las familias puede que haya cambiado, pero las historias que vemos se refieren a lo mismo. Siempre que se habla de la familia, se habla de permanecer juntos y de aprender valores como la confianza, la honestidad y el amor. Hay cosas que no

cambian», sostiene la actriz.

En la vida real, el padre de Plimpton es el actor Keith Carradine. Sin embargo, esta neoyorquina se crió sin la presencia de su progenitor. Plimpton, una de las niñas protagonistas en la película generacional *Los Goonies*, se pone como ejemplo para celebrar el tino de la ficción televisiva: «Crecí en una familia uniparental, con mi madre, pero no siento que la manera en la que me han criado y las enseñanzas que me han impartido difieran en absoluto de las de los hogares con un padre y una madre».

Entre las novedades ya probadas en la parrilla norteamericana se en-

cuentra también *The Fosters*. Esta serie cuenta el día a día de dos lesbianas –una policía y blanca, la otra docente y negra–, que educan a un hijo biológico y a dos gemelos adoptados y que asisten a un vuelco en su hogar después de acoger bajo su techo a una problemática adolescente.

The Fosters ha pasado por ABC Family, del grupo Disney. Si esa factoría de corte clásico quiere ejercer de avanzada en los últimos derechos sociales, el resto de canales no se queda atrás. En España, AXN White estrena la cuarta temporada de *Nadie es perfecto* el próximo 11 de agosto a las 21.10 horas. Un pa-

dre autodestructivo, una madre pirómana, un quinceañero con sobrepeso y su egocéntrico hermano constituyen el núcleo de esta narración.

La ficción está tan ligada a la realidad que incluso la legislación influye en los giros argumentales. De hecho, los responsables de *Modern Family* están muy atentos a cualquier novedad normativa relacionada con personas del mismo sexo. Mitchell y Cam, la pareja homosexual de la serie, escucha campanas de boda después de que el Tribunal Supremo de EEUU reconociera los derechos de los casados gays. La televisión, al menos dentro de sus series, une.



L'entrevista **Xavier Ginesta** Autor del llibre 'La Catalunya del plebiscit'



“Honestedat, periodisme i ideologia no estan renyits”

El títol del llibre, *La Catalunya del plebiscit*, no és agosarat?

No, en absolut, i més tenint en compte els esdeveniments actuals. És cert que les eleccions al Parlament no es poden considerar plebiscitàries, però els partits polítics es van definir clarament dins l'eix nacional.

En tot cas, plebiscit vol dir referèndum.

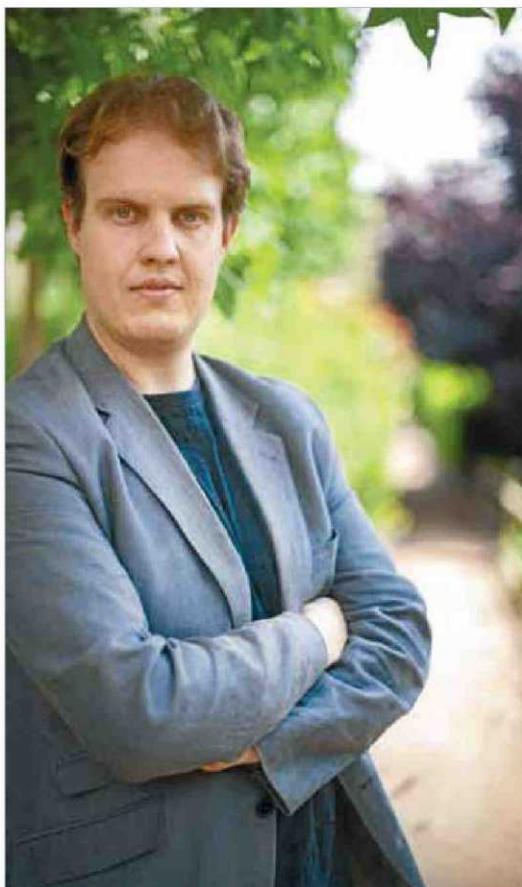
Sí, però miri, una de les opcions que s'han posat sobre la taula és que, si no prospera la consulta, es poden fer unes eleccions plebiscitàries. Hi ha autors, com ara Martí Anglada, que exposen que els països que han aconseguit darreirament la independència ho han fet després d'unes eleccions estrictament plebiscitàries. Amb tot, tampoc treballa el concepte *plebiscit* des d'un punt de vista jurídic o polític, sinó des del punt de vista comunicatiu, perquè el plebiscit va sortir permanentment en molts discursos.

Quins van ser els guanyadors i per què?

Els partits més genuïns, siguin a la dreta o a l'esquerra, i per la banda independentista o unionista. Aquests són els que van pujar en escons; és a dir, els que van fer un discurs més pausat, com ara ERC; els reformistes, per exemple Ciutadans, i els trencadors i antisistema, com ara la CUP. I per primera vegada tots els partits es van haver de pronunciar sobre si eren sobiranistes o no.

Només eix nacional i prou?

No. Crec que sempre més Catalunya es definirà per un eix nacional, però també econòmic i social. Els partits que només van apostar per l'eix nacional i van valorar



JORDI MOLET (SAV-LUVIC)



El periodista no és objectiu; i ara més que mai cal que digui des de quin punt de vista mira la realitat

Aquest periodista i professor del departament de comunicació de la Universitat de Vic proposa, en el seu treball 'La Catalunya del plebiscit', un recull d'articles, una afinada visió dels tres mesos que van emmarcar la ja fita històrica de l'Onze de Setembre del 2012. Xavier Ginesta (Balenyà, 1983) defensa que el periodista ha de ser honest i que ha de dir sense embuts des d'on mira la realitat.

l'econòmic i el social com a intranscendents van quedar superats per les hipoteques i els desdonsaments; i quan ho varen veure van haver de canviar l'estratègia de la campanya.

I això quina lliçó comporta?

Que, per molt ben dissenyada que tinguis una campanya, en un moment determinat, si cal, has de saber improvisar i fer-ho bé.

El seu llibre, per cert, té el mèrit que ho mira tot des de fora de la capital.

Sí, Catalunya té una realitat territorial amb molt de pes, i això vol dir que les realitats locals tenen matisos que des de Barcelona no es veuen. Per això el llibre vol ser una visió territorialitzada i no, diríem, centralista.

Vostè va seguir la campanya a les eleccions al Parlament com a periodista, analista o professor universitari. Qui era dels tres?

Tots! Jo tenia una necessitat com a periodista i analista polític de reflexionar sobre el que passava. I ho he volgut fer pausadament. I, pel que fa al món acadèmic, bé penso que tenim la necessitat, però també l'obligació, d'opinar sobre els aspectes més bàsics de la nostra quotidianitat. No tenim la veritat, no es pensi, però podem ajudar, i penso que ho hem de fer aportant punts de vista dels quals la rauxa del dia a dia ens pot deixar desproveïts.

Què ha de fer el periodista en aquest context?

El periodista no és objectiu per naturalesa, però cal que sigui honest, i ara més que mai també cal que digui des de quin punt de vista mira la realitat.

Ideologia?

L'honestedat del periodista no està renyida amb la ideologia. Per això defenso que els periodistes participin del debat, de manera reflexiva i ponderada; això sí, no enganyant el lector. Per això jo tenia la necessitat de dir a la gent que ha llegit els meus articles: "Mireu, aquest és el meu punt de vista." El meu llibre no és sectari perquè és estrictament periodístic i està fet, molt especialment, com a periodista.

Això ja queda clar en el pròleg mateix, no és així?

Sí, en el pròleg la Carme Forcadell, presidenta de l'Assemblea Nacional Catalana, comparteix els meus punts de vista, però en canvi el periodista Ramon Miravittas, no, i ho vaig fer intencionadament. ■



La televisión de pago resiste a la crisis

► Casi uno de cada cuatro hogares españoles está abonado a alguna plataforma

L. O.
MADRID

¿Tiene contratado algún sistema de televisión por cable, satélite o ADSL? El Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Ontsi) demuestra que esta tecnología es uno de los «lujos» que sobreviven a la crisis económica, según un estudio del que se hace eco Otr/Press. El 23,5% de los hogares españoles tenía contratado este servicio en el tercer trimestre de 2012, un 0,7% más que en el mismo periodo del año anterior.

La Ontsi, organismo dependiente del Ministerio de Industria, destaca en su informe «Sociedad en red» que existe un «ligero incremento interanual» que rompe con la estabilidad de los últimos años. En el primer trimestre de 2012, la televisión de pago llegó al 24,2%, pero bajó en unas décimas en el tercero. No obstante, los datos se mantuvieron por encima de los de 2011.

Los operadores de los canales de pago están de enhorabuena por más motivos. Según otro informe de la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (CMT), el año pasado este servicio superó en ingresos por primera vez a las televisiones en abierto, con 1.746,8 millones de euros para los operadores de pago por 1.665,8 que se embolsaron las cadenas gratuitas. Las causas que esgrime el estudio son la caída de la inversión publicitaria y el ligero aumento de los beneficios de las plataformas de pago. En cuanto al gasto, el informe apunta que «persiste la tendencia ascendente». De media, los españoles pagan 29,2 euros al mes.

El cable gana la batalla

La tecnología de pago más frecuente es el cable. El 40,4% de los hogares abonados ven la televisión a través del cable, frente al 29,9% que lo hace mediante satélite y un 22,7% gracias al ADSL. Sin embargo, este último soporte es el que ha experimentado un mayor incremento en el 2012, de 2,4 puntos, que se traducen en 130.000 hogares.

El cable, el satélite y el ADSL son las plataformas más habituales, pero no las únicas. El 2,9% de los consumidores son clientes de vídeos comunitarios y alrededor del 2,8% son abonados a un operador de TDT.

El principal motivo de la población que no compra estos complementos es que considera «suficiente» la oferta gratuita, que aumentó con los canales de TDT en abril de 2010, cuan-



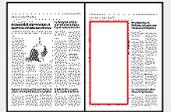
El cable es el soporte de pago que contrata el mayor número de hogares ^{ABC}

do se produjo el apagón analógico. Sin embargo, desde 2009 el precio del servicio se ha convertido en la segunda causa para no pagar más, algo que ocurre en casi el 40% de los hogares que no contratan televisión de pago. En época de trisis, otras actividades similares han sufrido más sus consecuencias. En 2013, la recaudación del cine ha descendido un 16% y sus es-

pectadores, un 20%, según la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (Fapae). La actual situación económica puede afectar la forma en la que disfrutamos de nuestro tiempo de ocio. De momento, las sesiones de cine en casa que ofrecen las televisiones de pago parecen imbatibles respecto a la programación de las cadenas en abierto.

El subtítulo de los canales aumentó un 45%

El subtítulo aumentó en España un 45% en 2012 en los canales de ámbito nacional, según informó ayer José Luis García López, vocal asesor de la Subdirección General de Contenidos de la Sociedad de la Información del Ministerio de Industria. La lengua de signos –un servicio «residual» antes de la aprobación de la ley, según dijo el representante del Ministerio en unas jornadas organizadas por el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (Cermi) y la Fundación ONCE– es ofrecido en la actualidad por más de 15 cadenas. García López añadió que la asignatura pendiente es «avanzar en calidad» y mejorar el régimen infractor, que ahora es «muy difuso».



César Núñez, consejero delegado de Addoor, y Jana Kusick, directora de Cooperaciones de Plista. ELISA SENRA

Publicidad 'online' a medida que no interrumpe la lectura

La red publicitaria alemana Plista aterriza en España junto con Addoor para ofrecer recomendaciones contextuales

Ángeles Caballero MADRID.

"Ví explotar la burbuja", cuenta César Sánchez. Y no habla de la inmobiliaria y de las que ha traído consigo la crisis. Se refiere a la burbuja de las *puntocom*, la que se produjo en pleno cambio de milenio y cuando el crecimiento del Producto Interior Bruto nos hacía creer que éramos los más listos de la clase. Núñez vivió esa explosión desde la sede del Grupo Bertelsmann, donde trabajó durante tres años. "Me planteé convertirme en representante de empresas extranjeras para entrar en España", dice. Y fundó Addoor, una consultoría de marketing interactivo.

La prueba de que cumplió su objetivo tiene nombre y apellido alemán. César Núñez viene a la redacción de *elEconomista* con Jana Kusick, directora de Cooperaciones de Plista, la red publicitaria líder en Alemania. Una empresa formada por tres socios a los que Kusick define como "cabeza, corazón y brazo".

Plista quiere atacar el mercado español con un formato publicitario denominado "recomendaciones contextuales". Mediante el algoritmo de *behavioural targeting* se analiza el comportamiento de clics y lectura de los usuarios dentro de la

red. De este modo, cuando el usuario navega, aparecen recomendaciones de noticias que podrían interesarle debido a sus movimientos o actuaciones previas. Una fórmula habitual en mercados como Alemania y Francia. "El modelo de negocio ha cambiado. El lector hace un mix, es todo mucho más flexible", dice. "No hay tantas diferen-

Dime qué tiempo hace y te digo qué leo

César Núñez y Jana Kusick tienen en común algo más que una alianza empresarial. Ambos reconocen la importancia de la información a la hora de hacer crecer e innovar en sus negocios. "La clave se llama Big Data. Es lo que nos permite tener acceso a un montón de datos de nuestros clientes, con variables tan sorprendentes pero comprobadas, como que una mujer lee cosas diferentes dependiendo de si llueve o hace sol", explica Kusick. Personalización al máximo.

cias entre Alemania y España. El papel aquí y allí está perdiendo fuerza, y al editor no le queda más remedio que buscar nuevos modelos. Con nuestra fórmula no interrumpimos ni molestamos a los lectores", añade.

El modelo de negocio de ambas compañías no excluye a las pymes. "La tecnología es tan flexible que te permite entrar en cualquier sector, tengas el tamaño que tengas", dice Núñez. "Me encanta trabajar con pequeñas empresas. Hablas con ellos cara a cara, y son tan ágiles que si entienden el producto lo instalan al día siguiente. Por eso intentamos darles un buen precio", añade.

"Hablamos de presupuestos que oscilan entre los 200 y los 300 euros", dice Núñez. Y explica el caso de La Esfera Viva, una empresa gaditana que se dedica a organizar campamentos de inglés y *kitesurf* para adolescentes. "Identificamos dos públicos objetivos: adolescentes de 13-17 años con ganas de pasarlo bien y aprender el *kitesurf* y por otro lado, sus padres que necesitan asegurarse que sus hijos estarán en un ambiente seguro, aprendiendo inglés", dice. ¿Resultado? La creación de una *landing page*, creativas publicitarias y el lanzamiento de una campaña de recomendaciones contextuales.



Entrevista a John Carlin periodista i escriptor

“En els últims sis mesos el Barça ha perdut la bellesa aclaparadora del seu joc”

FIDE CICLE • “No ha estat Mourinho qui ha posat fi a l’hegemonia del Barça, sinó el mateix Barça” **PEP** • “És molt difícil mantenir l’ambició, la fam de guanyar, que és el que va aconseguir Guardiola” **BAYERN** • “El cicle va acabar amb la vergonyosa derrota en la semifinal de la Champions”

Albert Fibla
BARCELONA

John Carlin (Londres, 1956) és a Londres quan respon la nostra trucada. Pendent, entre altres coses, de la salut del seu estimat Nelson Mandela, el periodista anglès, que viu a Sitges des de fa quinze anys, ens explica que ben aviat tornarà a la Ciutat. “Crec que és un lloc millor per fer la meua feina, tinc més possibilitats de diversificar. Però, sobretot, me’n torno perquè vull que el meu fill estudiï aquí”, diu. En tot cas, accepta de bon grat parlar de futbol, una de les seves passions.

Després de tants anys vivint prop del Camp Nou la seva és una veu autoritzada per parlar del Barça dels últims anys. No sé si la meua és una veu autoritzada, però segur que en puc parlar.

És el millor equip que ha vist mai?
Sí.

I en deu haver vist uns quants...
Sí, la referència de sempre és la selecció brasilera del mundial del 1970. Però va existir en un torneig de només quinze dies. Jo tenia catorze anys, ho recor-

do com una cosa màgica. El Barça, en canvi, ha mantingut un nivell molt alt durant quatre anys. Aquesta consistència, partit a partit, és el que el posa, per mi, al lloc més alt del podi.

El mite d’aquella selecció brasilera ha superat la qüestió esportiva. D’altra banda, suposo que és difícil comparar equips d’èpoques tan diferents.

El debat sobre quin és el millor equip de la història és, al cap i a la fi, absurd. No es presta a conclusions científiques. Si tenim en compte això, en podem parlar. Del Brasil del 70, per exemple, es pot dir que estava fet amb jugadors extraordinaris. No només hi havia Pelé, també Gerson, Jairzinho, Tostão, Carlos Alberto... Un equip de grans individualitats. El Barça és més una màquina meravellosa, que combina la geometria i l’art.

I també un grup de futbolistes majúsculs...

Sí, però no tenen el carisma d’aquells brasilers. Iniesta, Xavi i Messi són espectacularment bons, però no són figures carismàtiques, mentre que Rivelino, Pele i Jairzinho van ser molt carismàtics. Però, insisteixo, el Barça és el millor equip que he vist mai.

Creu que Mourinho ha posat fi a l’hegemonia del Barça?

No... Però sí que crec que el Barça ha posat fi a l’hegemonia del Barça. Em sembla que s’ha acabat un cicle, que el Barça ja no és el millor equip del món. No dic que no pugui tornar a guanyar la lliga la temporada que ve, ni que no sigui capaç, fins i tot, de guanyar la Champions. Em refereixo que ja no té aquell nivell de joc espectacular, aquella bellesa aclaparadora. En els últims sis mesos ho ha perdut.

Què ha passat?

Òbviament, la malaltia de Tito Vilanova ha estat important. Hi ha hagut també mala sort, o mala gestió, amb les lesions de jugadors com Messi i Busquets. El cas és que no van arribar bé al moment més important de la temporada. Jo crec que és molt difícil mantenir l’ambició, la fam de guanyar, que és el que va aconseguir Guardiola. Per molt talent que tinguis, si no tens un desig febril per la victòria no guanyaràs.

I passen coses com l’eliminària contra el Bayern.

Per mi el 0-3 de les semifinals de la Champions va ser vergonyós. En aquell moment va acabar el cicle, per mi. No es pot ser el millor equip del món i claudi-



Iniesta, Xavi i Messi són espectaculars, però no són figures carismàtiques, com Rivelino, Pelé i Jairzinho

car d’aquella manera.

Quan el Barça havia d’escollir un substitut per a Rijkaard, va escollir Guardiola i no Mou. Aquella decisió va canviar el futur del futbol europeu?

Molts dubtaven d’aquella decisió. Recordo una enquesta en un diari que donava com a resultat que l’afició del Barça s’estimava més Mourinho que Guardiola. Sí, va ser una decisió inspirada i brillant. Estic convençut que, per molt bons que siguin, amb un altre entrenador, aquests jugadors no haurien jugat aquest futbol ni hau-



Al Barça només se’l podia aturar amb un entrenador com Mourinho, pragmàtic i maquiavèlic

rien guanyat tot el que han guanyat.

Un parell d’anys més tard vostè va escriure al diari As: “Mourinho ofereix la millor possibilitat que hi ha que el Madrid emergeixi de la llarga ombra del Barcelona i es converteixi en l’equip aclaparador que, per antiga tradició, hauria de ser.” Tres anys després, tornaria a escriure el mateix?

Crec que no em vaig equivocar del tot. Com que jo no vivia a Anglaterra durant la seva estada, no sabia fins a quin punt pot ser un pallaso. Però, si ens



fixem només en els resultats, al Real Madrid no ho va fer tan malament. Va crear una màquina que, tot i que no va posar fi a l'hegemonia del Barça, va guanyar una lliga i aquesta última temporada li ha guanyat tots els partits. Em sembla que el Barça era tan bo que només amb un entrenador pragmàtic i maquiavèlic com Mourinho hi havia la possibilitat de fer alguna cosa.

Creu que, pel que fa a títols, el Barça s'havia de posar al dia per ser un gran d'Europa?

Sí, ho devia, com a mínim, a la seva afició, que havia estat durant molts anys patint. Ara mateix, el Barça forma part clarament dels equips de llegenda, amb el Real Madrid, el Manchester United, el Juventus, el Liverpool. I el salt l'ha fet en els últims anys.

Li sembla millor Messi que Maradona?

Crec que sí. Hi ha la idea que Maradona va guanyar una lliga i un mundial tot sol. Potser és cert, però a banda d'això... Messi ha estat més golejador i ha fet més coses sent més jove que Diego. És com un animal que està perfectament adaptat per jugar a futbol.

Encara manté la idea de fer un documental, amb el director de cinema Paul Greengrass, dedicat al FC Barcelona, en què s'ofereixi una perspectiva històrica del club i de la seva manera de jugar?

Bona pregunta. Aquest assumpte s'ha estancat com a conseqüència d'un seguit de factors molt frustrants. Però m'estimo més no parlar-ne. Res a veure amb el Barça, són factors fora del meu control que han obligat a aparcar el projecte. ■



ESTRATÈGIA D'UN GRUP DE COMUNICACIÓ LÍDER

Zeta refinança amb èxit el seu deute amb els bancs

El grup reestructura el 100% dels seus crèdits amb 17 entitats fins a l'any 2018

L'endeutament s'ha reduït el 50% en cinc anys i se situa al voltant de 100 milions

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Grup Zeta, un dels principals grups de comunicació d'Espanya, ha aconseguit refinançar amb èxit el 100% del seu deute, que se situa al voltant dels 100 milions d'euros, fins a l'any 2018. A les negociacions de refinançament s'hi van adherir la totalitat de les disset entitats financeres amb les quals Grup Zeta mantenia compromisos crediticis. Aquesta actitud de confiança de la banca es deu al compliment estricte per part de Zeta dels compromisos adquirits en el refinançament del



deute que es va negociar el 2008, i que aleshores arribava a 230 milions d'euros. En virtut de la gestió realitzada en aquest període, Zeta ha aconseguit reduir el seu deute més del 50%.

En les noves negociacions es va evidenciar la solvència de Grup Zeta i la seva viabilitat en el futur com una de les companyies editorials de més projecció al nostre país, malgrat l'entorn tan complicat en què està immers el sector dels mitjans de comunicació.

Grup Zeta, que va ser fundat l'any 1976 per Antonio Asensio Pizarro i que en l'actualitat presideix el seu fill, Antonio Asensio Mosbah, compta amb sis diaris d'informació general: EL PERIÓDICO DE CATALUNYA, El Periódico de Aragón, Córdoba, Mediterráneo, El Periódico de Extremadura i La Crónica de Badajoz; dos d'esportius, Sport i La Grada; més de 35 diaris gratuïts d'informació local i regional; 16 revistes de venda en quiosc, entre les quals figuren Tiempo, Interviú, Woman Madame Figaro, Cuore, Stilo i Viajar; més de 50 revistes corporatives, entre elles Ronda Iberia; l'editorial Ediciones B; una àrea digital, una agència exclusivista comercial i quatre plantes d'impressió.

Segons les dades de l'última onada de l'Estudi General de Mitjans (EGM), les publicacions del grup han aconseguit uns resultats molt positius. Els diaris de Grup Zeta sumen 1.600.000 lectors diaris, mentre que les revistes han elevat el 3,6% la seva xifra de lectors, fins als 2.788.000. ■



> PILAR NARVIÓN

Cronista política en el Franquismo

Fue una de las primeras mujeres que ejerció el periodismo político en España

DAVID LEMA

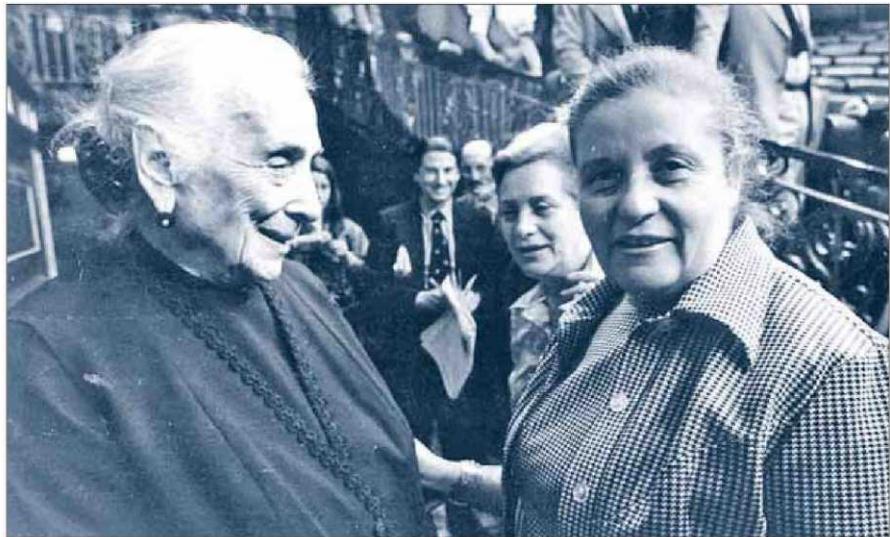
«Niñas, apuntad la hora y fijaos bien en todo lo que pasa, esto es lo que en los libros de Historia se llama un golpe de Estado», les dijo Pilar NarviÓN a las jóvenes periodistas que, asustadas, asistían en directo al asalto al congreso del 23-F. Este momento, que recuerda con emoción la escritora y periodista Julia Navarro, ejemplifica perfectamente que NarviÓN no sólo abrió el camino a todas las mujeres que decidieron dedicarse a la crónica política previa a la Transición, sino que era la madre de todas.

En una época en la que la mayoría de las periodistas que firmaban en los diarios lo hacían desde la sección femenina y en los magazines de moda, NarviÓN fue la que pegó el salto para ser la maestra de la crónica parlamentaria. Y ésta es una de las ve-

ces en la que «maestra» no es un exceso, pues lo que consiguió NarviÓN no fue otra cosa que crear escuela.

Por eso cada vez que Julia Navarro, Rosa Villacastín, Charo Zarza-lejos y Susana Olmo se «paseaban» por el Congreso a finales de los 70, los ministros y demás políticos ya comentaban que habían llegado «Las niñas de Pilar». Unas niñas que con inocencia iniciaban una nueva etapa en el Periodismo: las mujeres toman el Parlamento, y para quedarse. Aunque lo cierto es que NarviÓN no estaba sólo, pues en esa época también empiezan a copar las informaciones políticas del momento profesionales como Pilar Urbano o María Antonia Iglesias.

La vocación le llegó muy joven. Con sólo 13 años publicó su primer artículo en la revista *Domingo* y tomó la decisión de estudiar en la Escuela de Periodismo, entrando a formar parte de la quinta promoción. Evidentemente desde la Pilar NarviÓN que aprendió el oficio en el periódico local de su tío a la que llegó a ser corresponsal en París, en Roma y subdirectora del diario *Pueblo*, -cuna de insignes



Pilar NarviÓN (dcha.) en el Congreso con Dolores Ibárruri, 'La Pasionaria', en 1978. / BLOG DE JAVIER CAPITÁN

periodistas en el tardofranquismo- pasaron muchos años, suerte, y una capacidad de trabajo y análisis que envidiaban y alababan sus compañeros de faena.

«No sólo me pagaba las crónicas que escribía, sino que me prestaba libros, me aconsejaba y encauzaba mis lecturas», afirmaba Juan Carlos Soriano, que estuvo bajo sus órdenes en *Pueblo* y que en 2008 publicó su biografía: *Pilar NarviÓN. Andanzas de una periodista perezosa*. Y es que contaba ella misma que era muy perezosa y distraída. «¿Por qué no te has casado Pilar?»,

le preguntaban sus «alumnas», NarviÓN lo tenía claro: «Al ser tan distraída a lo mejor he tenido a mi lado al que podría haber sido el gran amor de mi vida y no me he dado cuenta; y al ser tan perezosa, no sé cómo habría llevado eso de cargar con un marido y unos hijos».

Pero su más que dudosa desidia no le impidió convertirse en 1973 en la primera galardonada con el Premio Víctor de la Serna que otorga la Asociación de Prensa de Madrid (APM) al mejor periodista del año, ni tampoco codearse con personajes de la talla de Adolfo Suárez, Felipe

González, Tierno Galván, Manuel Fraga, Dolores Ibarruri *La Pasionaria* y entrevistar a profesionales de la altura de Mario Vargas Llosa.

La jubilación de NarviÓN llegó con el fin de *Pueblo*, cuando el Gobierno socialista en 1982 decide liquidarlo junto a los Medios de Comunicación Social del Estado. Era la socia más antigua de la APM. Había ingresado en 1955 y tenía el número 17.

Pilar NarviÓN, periodista, nació en Alcañiz (Teruel) el 30 de marzo de 1926 y murió en Madrid el 7 de julio de 2013.



Luis Enríquez, consejero delegado de Vocento ayer en el Foro de Nueva Comunicación. F. VILLAR

Vocento vs Google: "Apenas paga impuestos y no contrata"

El consejero delegado prevé el fin de la prensa gratuita: "No hay futuro para '20 Minutos', sólo hay que ver las cifras"

Á. Semprún MADRID.

El consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, acudió ayer al Foro de Nueva Comunicación, celebrado en el Palace, sin pelos en la lengua. Durante su intervención, el también presidente de Aede no dudó en arremeter contra Google por su falta de inversión en España pese a llevarse el 60 por ciento del mercado de la publicidad online. "El buscador copa el mercado, no contrata a nadie en España y apenas paga impuestos. Los que generan riqueza son los medios", sentenció Enríquez que acusó a la multinacional de perjudicar el desarrollo de su negocio y reclamó un pago por el uso de contenidos.

"Yo no creo en las subvenciones ni ayudas públicas. Google debe pagar por indexar noticias. Así se podrá hacer sostenible el sistema", aseguró el también presidente de la patronal de editores.

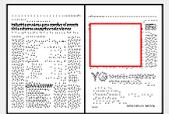
La pelea contra el gigante busca aumentar los ingresos para mejorar los márgenes, uno de los principales objetivos del grupo que edita ABC, que prepara un ajuste en su filial Verbalia ante "el cataclismo de la distribución del cine".

Enríquez no descarta implantar algún sistema de pago en las webs de los regionales

En este punto, el consejero delegado de Vocento explicó que la crisis le ha llevado a tomar decisiones "difíciles", como el cierre de Punto Radio o del diario gratuito *Qué!*. "Ha sido duro, pero necesario para el futuro". En cuanto a la clausura de *Qué!*, por el que

Vocento pagó 132 millones y no tuvo beneficios, Enríquez dijo que "no hay mercado ni para *20 Minutos*". "Yo no tengo una previsión de futuro para prensa gratuita que no sea cierre. Sólo hay que ver los números", sentenció. Con las cuentas del único gratuito del mercado en la mano, las previsiones de Enríquez no parecen ir desencaminadas. El diario que dirige Arsenio Escolar tuvo un resultado operativo negativo de 6,9 millones en 2012, casi el doble que en 2011.

En cuanto al futuro de la prensa, Enríquez no descarta implantar un modelo de pago para los diarios regionales mientras rechaza de plano acuerdos como el que ha firmado Telefónica con Unedisa. "La alianza de Orbyt con Movistar se limita a ofrecer un descuento del 50 por ciento a una base de datos amplia. No hay ninguna mejora tecnológica y pone en riesgos los márgenes del grupo", dijo.



Hacienda exige más ajustes a RTVE y reabre el conflicto con los sindicatos

Echenique y los trabajadores bloquean el acuerdo que supone rebajar 28 millones

África Semprún MADRID.

Las negociaciones del nuevo convenio colectivo de RTVE han encallado. El principio de acuerdo anunciado por el presidente de la Corporación hace más de dos semanas está cada vez más lejos por culpa de las exigencias de Hacienda y los problemas de comunicación entre la ejecutiva y Recursos Humanos, que ha terminado por dejar fuera de las conversaciones a la directora del área, Carmen Roman.

La semana pasada, Leopoldo González Echenique paralizó por segunda vez la firma del principio de acuerdo al negarse a aceptar dos cláusulas pactadas entre la dirección de Recursos Humanos y los sindicatos. Los representantes de los trabajadores aceptaron negociar la rebaja salarial del 7,5 por ciento a cambio de eliminar los contratos fijos discontinuos que se iban a aplicar al coro y, lo más importante, a cambio de que el Gobierno incluyera a la plantilla de RTVE en una hipotética subida de sueldo a la administración pública en 2015.

Este segundo punto, que se iba a incluir en las actas aunque no en el



Huelga de trabajadores de RTVE en Prado del Rey. FERNANDO VILLAR

documento de negociación, ha terminado por congelar las conversaciones entre la empresa y los sindicatos, reabriendo el conflicto laboral. La reclamación de una mejora del sueldo en línea con el resto de los trabajadores públicos ha choca-

do de lleno con la dirección de la Corporación y con Hacienda, que busca aumentar al máximo los ajustes después de verse obligada a rebajar de 35 millones a 28,5 millones de euros el recorte en RTVE. Y es que, Cristóbal Montoro bloqueó la

primera firma a finales de junio por la rebaja aceptada por Echenique, aunque finalmente claudicó.

Desde esta cesión, Hacienda ha exigido ajustes por otras partidas. Por ejemplo, ha obligado a RTVE a dejar sin validez el acuerdo de garantía de empleo hasta 2017 y adelantarla a 2015. A su vez, ha obligado a sacar de la mesa de negociación reducir en 5 millones el futuro ajuste al incluir lo ya ahorrado por la eliminación de la aportación de la empresa al plan de pensiones.

Los trabajadores han aceptado estas modificaciones, pero se han plantado ante la eliminación de la cláusula de subida de sueldo. Así, la relación entre los representantes de los trabajadores y la dirección volvió a encallar ayer y, en principio, ni UGT ni SI van a firmar el acuerdo. Unos votos fundamentales para lograr la mayoría necesaria para desbloquear el proceso de negociación, ya que CCOO se descolgó hace tiempo del acuerdo.

Si el desencuentro se alarga será imposible cerrar el nuevo convenio el 1 de octubre y la empresa y los trabajadores tendrán que ir a un arbitraje que puede terminar en ERE.



Pilar Narvi3n, puntal de la cr3nica pol3tica tardofranquista

Fue subdirectora del diario 'Pueblo' durante la Transici3n

EL PAÍS

La periodista Pilar Narvi3n Royo muri3 el domingo pasado en Madrid, a los 87 a3os, seg3n ha informado la Asociaci3n de la Prensa de Madrid (APM), que ha destacado su figura como una de las mujeres pioneras del periodismo espa3ol. Nacida en Alca3iz (Teruel) el 30 de marzo de 1926, era la socia m3s antigua de la APM, en la que ingres3 en 1955. En 1973, se convirti3 en la primera galardonada con el Premio V3ctor de la Serna, concedido al periodista m3s destacado del a3o. Narvi3n era

además t3a del presentador Javier Capit3n, quien le dedic3 una entrada en su blog.

Comenz3 a escribir a los 13 a3os en la revista *Domingo*. Fue la primera mujer que hizo cr3nica pol3tica en Espa3a y es una de las referencias del periodismo pol3tico en la Transici3n. Narvi3n desarroll3 su carrera especialmente en la Espa3a del tardofranquismo, en una 3poca en la que el ejercicio del periodismo era casi en exclusiva una actividad masculina. Lleg3 a ser subdirectora del diario *Pueblo*, del que tambi3n fue corresponsal en Roma y en Par3s, don-

de vivi3 el mayo del 68. Durante sus 3ltimos a3os de profesi3n, se dedic3 principalmente a la cr3nica parlamentaria. Se retir3 de la profesi3n a principios de los a3os ochenta. En 2008, Juan Carlos Soriano public3 su biograf3a, titulada *Pilar Narvi3n. Andanzas de una periodista perezosa*.

Narvi3n recorri3 numerosos pa3ses europeos y las an3cdotas que jalonan su larga carrera son numerosas. El 23 de febrero de 1981 era una de los periodistas presentes en el Congreso de los Diputados cuando el teniente coronel An-



Pilar Narvi3n.

tonio Tejero asalt3 el hemisiclo. Testigos de aquel momento han destacado la sangre fr3a con que reaccion3. "Fijaos bien en todo y apuntad bien la hora, que esto es lo que los libros de historia llaman un golpe de Estado", aconsej3 con aplomo a los periodistas m3s biso3os.



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

Per què 'El Mundo' li ha pogut pispar la cartera a 'El País'



Un redactor en cap d'*El País* piulava dilluns a la nit: "Alguns desmemoriats s'assabenten ara del que diuen #elspapersdeBárcenas de Rajoy i que ha validat la justícia". Rondinava pel rebombori causat per la portada d'*El Mundo*, que acusava Rajoy de treure's un sobresou dubtós en la seva etapa de ministre. I, efectivament, l'única novetat del diari de Pedrojota és que aportava l'original d'unes fotocòpies que el de Prisa ja havia publicat setmanes enrere. Però, més que remugar, a Prisa haurien

de reflexionar per què *El Mundo* ha aconseguit aquest ressò més gran. Algunes claus. 1) Entenen les xarxes socials com a plataforma de venda. Hores abans de publicar la portada, escalfen l'ambient i anuncien a so de bombo i platerets que serà sonada. *El País* encara té una actitud pudorosa, en això. 2) Converteixen un afer de papers en pura narració, una aventura de la qual ells són protagonistes: entrevista literària del director, visita solemne al jutjat, un full original misteriosament arrencat (però no diuen per qui)... 3) Culte al director, que firma en vermell i lletres grosses textos de portada. Una dada: tot i que *El País* dobla sobradament *El Mundo* en seguidors a Twitter, Javier Moreno només té una cinquena part dels *followers* que acumula Pedrojota. 4) Afinen el titular: es concentren en un sol ítem per dia. Diumenge, Cospedal. Ahir, Rajoy. Ens agradi més o menys, han entès que el periodisme viral necessita píndoles petites, digeribles.

Al racó de pensar

JAVIER GONZÁLEZ FERRARI

ARTICULISTA DE 'LA RAZÓN'

"Ja només fa falta que a l'informàtic espia, o el que sigui el jove Snowden, li ofereixi asil el vicepresident de la Junta d'Andalusia"



Somoano denuncia un “afán” por desacreditar a TVE

Polémica intervención del director de Informativos de TVE en El Escorial

Redacción Madrid

El director de informativos de TVE, Julio Somoano, aprovechó su intervención del pasado lunes en los cursos de verano de San Lorenzo de El Escorial, para exaltar los aspectos positivos de su etapa al frente de la información en la cadena pública, así como para denunciar la existencia de “un afán político” por “desacreditar a los trabajadores de Televisión Española”

En su opinión, muchos de los errores que en otras cadenas “pasan desapercibidos”, en la televisión pública reciben una importancia desproporcionada, por intereses políticos. No obstante, Somoano no oculta que “hay que reforzar el trabajo para que no haya errores de ningún tipo”.

Por otra parte, también se hizo alusión en su charla a la urgencia por ser líderes de audiencia, reconociendo que no están dispuestos a lograrlo “cualquier precio”. “Preferimos ser líderes en calidad, en rigor e independencia”, zanjó.

En cuanto a lo que tiene que ver exclusivamente con su particular trabajo al frente de los servicios informativos de TVE, Somoano considera que “doce meses después” de su llegada “la información es de calidad e independencia” y “los informativos de TVE siguen siendo los de más calidad”.

“Nuestros informativos han sido esta temporada la referencia de la calidad, del rigor y de la independencia”, afirmó el director de Informativos de TVE en El Escorial, subrayando que lo han conseguido a pesar de estar “acostumbrados a estar en el punto de mira y al margen de polémicas menores que haya podido haber”.



Reuters suspèn la informació anticipada per a borsa

► El grup de comunicació i informació financera Thomson Reuters va suspendre ahir la publicació anticipada que oferia a alguns dels clients sobre un dels indicadors econòmics que elabora als Estats Units. La suspensió es va fer a petició del fiscal general de Nova York, Eric Schneiderman. El mes passat es va conèixer que Reuters oferia als anomenats operadors "d'alta freqüència" les dades dos segons abans que a la resta de clients. La informació era l'índex de confiança dels consumidors dels Estats Units, un dels indicadors que més mouen els mercats de valors de Nova York. En aquells dos segons, els operadors d'alta freqüència podien realitzar massives transaccions anticipant els moviments que hi hauria a la borsa una vegada es coneguessin de forma oficial aquestes dades. Les decisions en aquell curt període de temps les prenen ordinadors preparats per interpretar les dades. Schneiderman va dir ahir que "els mercats de valors han de tenir igualtat de condicions per a tots els inversors i la publicació per avançat de les dades d'enquestes de mercat socava el joc net". Segons va afegir el fiscal, el pacte amb Thomson Reuters "elimina immediatament aquest avantatge injust". / Agències

**AGENCIAS****Editores piden limitar a Google**

El presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) y el consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, ha pedido al Gobierno y al Parlamento que «hagan su labor» y limiten la posición dominante de Google en el mercado de las noticias en Internet. El editor ha señalado que no se trata de «pedir ayuda» al Gobierno sino de reclamar que «subsane» la actual situación, en la que Google, sin contratar «prácticamente a nadie»

ni pagar casi impuestos en España, controla el 60 por ciento de los ingresos publicitarios en el entorno de Internet en el país. Enríquez ha señalado que el buscador estadounidense se vale para ello de «información cara que elaboran periodistas muy especializados» en los medios de comunicación españoles y que Google publica en su agregador de noticias (Google News) junto con publicidad, sin dar una contraprestación a los editores.



Los editores de diarios piden que se limite el dominio de Google en la red

EUROPA PRESS *Madrid*

El presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE) y consejero delegado de Vocento, Luis Enríquez, pidió ayer al Gobierno y al Parlamento que "hagan su labor" y limiten la posición dominante de Google en el mercado de las noticias en internet.

"Del negocio ya nos encargamos nosotros, ya lo sacaremos adelante. Lo que reclamamos de las autoridades, lo que reclamamos del Parlamento es que establezca condiciones de equilibrio en el mercado", subrayó Enríquez durante un desayuno informativo organizado por el Foro de la Nueva Comunicación en Madrid.

En este sentido, el editor señaló que no se trata de "pedir ayuda" al Gobierno sino de reclamar que "subsane" la actual situación, en la que Google, sin contratar "prácticamente a nadie" ni pagar casi impuestos en España, controla el 60% de los ingresos publicitarios en el entorno de internet.



INTERNET

La tele continua hegemònica tot i el 'multipantalla'

Tot i la irrupció d'internet, del fenomen anomenat multipantalla –que permet seguir fora de casa amb qualsevol dispositiu electrònic un contingut televisiu, sobretot sèries– i de l'ús de les xarxes socials en el consum, l'aparell de televisió a la llar manté l'hegemonia en el consum de televisió. Els internautes continuen mirant la tele preferentment des de casa, com així era fa anys amb la tele convencional, segons confirma la xifra que un 96% del visionat de la programació televisiva es manté de forma digital. Els experts reunits ahir a Madrid van donar algunes dades: els internautes dediquen una de cada quatre hores del temps de navegació per internet a veure vídeos i, en el cas dels joves (18 a 30 anys), el percentatge destinat a veure vídeos representa un 35% del temps de navegació a internet. ■ REDACCIÓ