



RECULL DE PREMSA

24/12/2014



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
24/12/14	GAYLES TV, UN ANY D'EMISSIONS / ARA	4	1
24/12/14	LA UNIÓN EUROPEA PROSIGUE LA BATALLA CONTRA LA PIRATERÍA DIGITAL / EXPANSION	5	1
24/12/14	BTV TÉ UN FUTUR IL·LUSIONADOR / ARA	6	1
24/12/14	EL DIVIDENDO DIGITAL, EN MANOS DEL CONSEJO DE MINISTROS / CINCO DIAS	7	1
24/12/14	CAP D'ANY AMB MARCA BARCELONA. TV3 hi transmetrà les campanades almenys fins al 2015 / EL PUNT AVUI	8	2
24/12/14	TELEFÓNICA SUPERA TODAS LAS TRABAS PARA LIDERAR EN BRASIL CON SU FIJO, MÓVIL Y TV / EL ECONOMISTA	10	1
24/12/14	EL 'VACÍO' DEL PATROCINIO DEPORTIVO EN RTVE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	11	1
24/12/14	EL CAC ESTUDIA SANCIONAR LES RÀDIOS QUE NO VAN EMETRE FALQUES DEL 9-N / ARA	12	1
24/12/14	EXPEDIENTAN A TRES RADIOS POR NO EMITIR EL ANUNCIO DEL 9-N / ABC (EDICION CATALUÑA)	13	1
24/12/14	CRÒNICA D'UN TEMPS ELÈCTRIC / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	14	1
24/12/14	EL 'RESCATE' DE RTVE LASTRA LAS CUENTAS DE SEPI: PIERDE 49 MILLONES / EL ECONOMISTA	15	1
24/12/14	TV3 PAGARÀ 1,9 MILIONS ANUALS PER EMETRE AL MÚLTIPLEX DE GODÓ / ARA	16	1
24/12/14	SOLO EL 42% DE LOS EDIFICIOS SE HA ADAPTADO A LA TDT / EL PAIS (ED. NACIONAL)	17	1
24/12/14	TV3 GARANTEIX LA CONTINUÏTAT DE LES EMISSIONS EN HD / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	18	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Gayles TV, un any d'emissions

La televisió 'online' es consolida com a mitjà de referència per a la comunitat LGBTI

JUDIT MONCLÚS
BARCELONA

El 19 de desembre del 2013 va irrompre a la xarxa Gayles TV, el primer mitjà espanyol *online* destinat a un públic homosexual, bisexual, transsexual i intersexual. "Fins llavors no hi havia cap mitjà que tractés temes que fan referència a la comunitat LGBTI en format audiovisual", recorda l'empresària Maria Giralte en declaracions a aquest diari. Impulsora i directora de la televisió i amb una llarga trajectòria com a activista en la lluita pels drets de gais i lesbianes, Giralte va decidir posar-hi remei i ara, un any més tard, està de celebració. A més del seu primer aniversari, el magazín audiovisual també celebra les xifres d'audiència aconseguides al llarg dels últims dotze mesos, que han fet que les 40.000 visites mensuals de mitjana que comptabilitza hagin convertit el mitjà de comunicació en un espai de referència per a la comunitat LGBTI.

Gayles TV va néixer amb l'objectiu d'aproximar continguts de qualitat a la comunitat de gais i lesbianes de llengua hispana, encara que també amb la voluntat de despertar l'interès en un públic molt més ampli i "sense fer discriminacions de cap tipus". El mitjà, amb base a Barcelona i amb un equip de set persones al capdavant, es divideix en diverses àrees que, de manera genèrica, reuneixen diferents grups de continguts. Les propostes culturals, les tendències en moda, salut i esport, i l'oci són els temes principals que tracten els reportatges de la pàgina web. "Una secció molt apreciada per nosaltres és la dels perfils que fem a personatges que destaquen en diferents disciplines, com Pedro Zerolo, Carla Antonelli, Armand de Fluvià, Flavia Company, Rafael Amargo o Colita, entre d'altres", afegeix Giralte.

Un projecte transversal

"Partim de la base que els temes que interessin la comunitat LGBTI són els mateixos que interessin les persones que no en formen part. L'especificitat es pot donar en temes d'oci però no creiem que una informació determinada resulti d'interès per a persones d'una única tendència sexual. La nostra televisió és molt transversal", assegura la directora de Gayles TV. Malgrat tot, el valor que afegeix el mitjà als



seus continguts és el punt de vista des del qual es presenten: "Coneixem els problemes i els interessos dels individus LGBTI perquè formem part d'aquest col·lectiu i parlem des de l'experiència, així que apliquem la lupa sobre qüestions que, habitualment, es tracten de manera molt supèrflua o, fins i tot, amb criteris basats en tòpics".

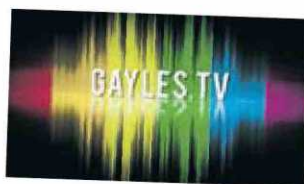
'We love 10%'

El lema amb què es presenta Gayles TV - *We love 10%* - fa referència al percentatge de població que es defineix com a homosexual, el públic objectiu específic per al qual va néixer la televisió *online*. La fórmula per atreure també el 90% restant, segons la directora del portal, és senzilla: "Incidim molt especialment en la qualitat del tractament dels continguts, tant a nivell formal com en allò que expliquem, ja que entenem que una entrevista a la fotògrafa Colita, per citar un exemple, és d'interès general, més enllà de l'opció sexual de cadascú".

Per aquest motiu, la diversitat del magazín audiovisual fa que l'audiència acabi sent variada i dispersa. "Ens segueixen a tota l'Amèrica Llatina, especialment des de Veneçuela, Mèxic, Xile i l'Argentina, així com dels Estats Units, la Gran Bretanya, l'Índia i Rússia, sense oblidar la gent que ens mira des d'Espanya", apunta Giralte. Actualment, i segons xifres facilitades pel portal, els visionats dels reportatges publicats arriben als 500.000, mentre que les lectures de les notícies i editorials que s'actualitzen diàriament superen la xifra de les 300.000.

Els temes més seguits al llarg d'aquests dotze mesos han sigut els relacionats amb *celebrities* i els que tractaven temes com la transsexualitat i l'homofòbia. "Malauradament, malgrat que les coses han mi-

Els temes culturals, les tendències en moda, salut i esport, i les propostes d'oci són les que omplen de contingut el mitjà *online*. GAYLES TV



llorat, encara hem de parlar d'un considerable nivell d'homofòbia que costa de superar. De fet, podríem dir que la mateixa normalització de la qüestió comporta que s'aguditzin la reacció negativa d'un determinat sector de la societat -explica Giralte-. El que més ens preocupa actualment és que les noves generacions segueixin amb comportaments homòfobs. El *bullying* als instituts o les agressions al carrer en són una prova".

Les emissions de Gayles TV són en obert però la pàgina web ofereix l'opció de subscriure-s'hi per poder accedir a promocions i descomptes especials dels anunciant del mitjà. "És un incentiu per als uns i per als altres, i una manera d'agrair el seu suport", aclareix Giralte, que també posa l'accent en la importància que han jugat les xarxes socials com Twitter, Instagram i Facebook a l'hora de donar a conèixer el nou mitjà de comunicació. A part de participar en concursos i promocions, l'audiència de Gayles TV és

Qualitat

A través dels continguts, es vol suscitar interès al marge d'opcions sexuals

molt activa a les xarxes i hi col·labora a través de comentaris i suggeriments. De fet, el seu nombre de seguidors a Facebook està a punt d'arribar a la xifra dels 50.000.

Les perspectives per als pròxims mesos apunten a l'optimisme, ja que el mitjà ha rebut diferents propostes per iniciar les emissions en una Smart TV i actualment manté negociacions perquè es pugui dur a terme. De fet, de cara a ampliar encara més el públic potencial a què es dirigeix la televisió *online*, la pàgina web també té una versió idèntica en llengua anglesa a la qual es pot accedir des del mateix *site*. El pròxim repte de Gayles TV serà a finals de gener, quan es convertirà en la televisió oficial de la cinquena edició de Fitur Gay, que se celebrarà a Madrid.

"Pensem que encara hi ha molts països al món on les persones són perseguides, torturades, empresonades o fins i tot executades per la seva condició sexual. Creiem que la nostra televisió és una finestra a través de la qual poden accedir a una altra realitat i a una escletxa d'esperança", conclou Giralte.



La Unión Europea prosigue la batalla contra la piratería digital

Las leyes europeas de propiedad intelectual han pasado de obviar las descargas ilegales a atacarlas directamente. Los jueces cuentan, por fin, con herramientas suficientes para sancionar estas actuaciones.

V. Moreno, Madrid

Sitios de descarga ilegal cerrados, administradores web detenidos y páginas que eliminan sus enlaces hacia películas y series pirateadas. Este panorama refleja el esfuerzo legislativo que se está realizando en la Unión Europea, especialmente en países como Francia, Suecia, Reino Unido o Irlanda, para proteger la propiedad intelectual y los derechos de autor.

En nuestro país, la Ley de Propiedad Intelectual, conocida como la *ley Lassalle* y que entrará en vigor el próximo 1 de enero, ha dado un giro radical para tratar de erradicar las descargas ilegales de nuestro territorio. La norma, que ha generado una gran polémica, ha ampliado las sanciones administrativas aplicables a quienes desobedezcan las resoluciones de la sección segunda de la Comisión de la Propiedad Intelectual, la *Comisión Sínde*.

De esta manera, las páginas de enlaces que incumplan los requerimientos de retirada de contenidos ilegales se enfrentarán a multas de hasta 600.000 euros. Las sanciones mínimas impuestas por esta nueva norma también se han incrementado y pasarán de los 30.000 a los 150.001 euros.

Tampoco hay que olvidar que el Gobierno también está trabajando en una reforma del Código Penal en el que ha prestado especial atención a este tipo de actuaciones y que, previsiblemente, convertirá estas infracciones en delito, con penas de cárcel que podrían llegar a los seis años.

Reacciones

Ante el oscuro futuro que le espera a este tipo de plataformas, los primeros en reaccionar han sido los administradores de la página *series.ly*, que han decidido retirar de su sitio en Internet, como medida de precaución ante posibles cierres o sanciones al sitio web,

Páginas como 'series.ly' han optado por retirar los enlaces ilegales antes del 1 de enero



Las leyes europeas se han reformado para luchar contra la piratería digital con todas las garantías.

todos los enlaces que pudieran infringir lo que aparece estipulado en la *ley Lassalle*.

De la misma manera ha actuado el portal *Magnovideo*, que hace unos días comunicó en su página de inicio que "debido a los recientes cambios en el marco legal español, nos vemos obligados a cancelar el servicio de alojamiento gratuito de videos".

Meses antes, en marzo para ser exactos, y como si ya intuyeran lo que iba a suceder, los administradores de *seriesyonkis.com* anunciaron que elimi-

El Tribunal de Gran Instancia de París ha bloqueado el acceso a la página The Pirate Bay

Google ha eliminado de su tienda de 'apps' los programas que violan los derechos de autor

narian cualquier tipo de enlace hacia contenidos ilícitos.

El paulatino abandono o apagón de estas plataformas demuestra que el cerco legal a la piratería digital es cada vez más certero y eficaz, algo que está ocurriendo tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

Sin ir más lejos, hace dos semanas, el Tribunal de Gran Instancia de París apremió a los principales proveedores de Internet de Francia -Orange, Bouygues Télécom, Free y SFR- a tomar todas las

Contra las descargas ilegales

Tanto la reforma del Código Penal como la nueva Ley de Propiedad Intelectual (LPI), que entrará en vigor el 1 de enero, pretenden acabar con la existencia de las plataformas de descargas ilegales mediante sanciones elevadas (la LPI ha ampliado la cuantía de las multas por faltas graves hasta los 600.000 euros y las leves hasta los 150.001 euros) y con penas de cárcel para los que atenten contra los derechos de autor (la condena podría ir hasta los seis años de prisión).

medidas necesarias para que los internautas galos no puedan acceder a la web de descargas gratuitas *The Pirate Bay*. En su fallo, el juez otorgó un plazo de quince días a las compañías de telecomunicaciones para cortar el tráfico hacia el portal, a sus proxys, así como al resto de opciones alternativas de acceso.

De la misma manera han actuado diversos tribunales en Holanda, Irlanda y Reino Unido, pero sin duda la mayor actuación contra el intercambio ilegal de contenidos pro-

PUNTO DE MIRA

La página más conocida de intercambio de archivos P2P, *The Pirate Bay*, se encuentra en el punto de mira de las autoridades policiales y jurídicas de la UE. Con varias operaciones realizadas en Francia, Países Bajos y Suecia.

tegidos ha tenido lugar en Suecia, donde las autoridades han llevado a cabo una redada en Estocolmo, también relacionada con *The Pirate Bay*, en la que incautaron servidores, ordenadores y otros dispositivos.

Aunque no se facilitaron datos sobre la operación y las detenciones realizadas -los medios del país hablan de una persona arrestada-, el coordinador de la policía nacional para la defensa de la propiedad intelectual sueco, Paul Inter, declaró que la actuación estaba directamente relacionada con violaciones repetidas de su ley de derechos de autor.

A pesar de las dudas, lo que sí que ha quedado claro es que esta operación iba dirigida contra *The Pirate Bay* y su sede central, lo que ha provocado el bloqueo de uno de los portales de descargas más importantes del mundo.

No sólo en la web

Es evidente que las normas sobre propiedad intelectual europeas han dado un paso de gigante para dotar de herramientas legales adecuadas a jueces y policías, y así poder luchar apropiadamente contra la piratería digital.

Además, estas nuevas leyes también han terminado involucrando en esta misma lucha, aunque sea de manera involuntaria, a los proveedores de servicios de Internet y a las grandes plataformas de descargas de aplicaciones móviles. En este sentido, hay que destacar que, en este último mes, el gigante estadounidense Google ha eliminado de su tienda de aplicaciones a webs como *The Pirate Bay Proxy* o *PirateApp*.

La compañía alegó que estos programas violaban la propiedad intelectual, así como las normas de la compañía, y advirtió a los desarrolladores involucrados que sus cuentas serían canceladas si decidían seguir infringiendo estas normas.

El cierre de 'Seriespepito.com', un asunto judicial

Son muchos los que han unido la aprobación de la nueva Ley de Propiedad Intelectual con las detenciones llevadas a cabo por la Policía Nacional contra los administradores de las páginas de enlaces 'Seriespepito.com' y 'Películaspepito.com'. Sin embargo, este asunto no tiene nada que ver con la nueva norma española -puesto que entrará en vigor en 2015-, ni con la

reforma del Código Penal. Esta actuación proviene de una denuncia realizada el pasado mes de marzo en los juzgados de Elche por parte de la entidad de gestión Egeda y la Federación para la Protección de la Propiedad Intelectual por un presunto delito contra la propiedad intelectual. La conclusión de este asunto ha sido el cierre de las dos páginas por

mandamiento judicial y la detención de sus administradores en Pozuelo de Alarcón y Elche. La Policía estima que ambas páginas han generado en los últimos tres años (mediante la inserción de publicidad y la apertura de cuentas 'premium' para miles de usuarios), unos beneficios de más de un millón de euros. Según las autoridades, estos ingresos provenían

de internautas ubicados en España, Argentina, Reino Unido, Estados Unidos, Uruguay, México, El Salvador o Brasil, entre otros países. Además, hay que tener en cuenta que diversas fuentes de la investigación han señalado que las pesquisas siguen abiertas. El objetivo: analizar el conjunto de las cuentas bancarias e incluso descubrir si hay otros implicados.



BTV té un futur il·lusionador

Quan parlem de cultura convé puntuar bé les frases, posar els punts i començar en el lloc adequat per ordenar les idees de manera precisa per evitar confusions i malentesos dramàtics. Conec poca gent que s'hagi fet rica amb la cultura (artistes i creadors a part, esclar) sense haver d'amagar, o alterar, algun capítol de la seva biografia. Que no se'm malinterpreti; no parlo d'estafadors, penques o aprofitats, que n'hi ha, i molts, sinó de les estretes organicitats que s'estableixen entre el poder polític i el control dels actius (sovint drets) que generen els beneficis de la cultura. La gestió pública de la cultura ha esdevingut, amb el temps, una societat que atorga a persones, empreses i associacions un salconduit que legitima, i algunes vegades enriqueix, la qual cosa esdevé objecte gairebé de cacera en un àmbit globalment miserable i de poca volada.

Entre tots els que triomfen en l'àmbit de la cultura (artistes i creadors a part, torno a recordar) n'hi ha de molt bons i, evidentment, el sistema en té cura. D'altra banda, un sector amb força protagonistes bons permet que els triomfadors dolents hi visquin discretament i sense fer escarafalls, i que ens oblidem d'aquells que, tot i ser igualment bons, per raons ignotes no van aconseguir fer el cim. Així són les coses en la cultura catalana: una festa sacralitzada on s'anuncia l'arribada de tothom (com cantava Sisa a *Qualsevol nit pot sortir el sol*) malgrat que sempre hi falti algú.

Un sistema cultural com el català, dotat d'una inqüestionable complexitat, gairebé mai improvisa res. Les decisions, els nomenaments, els

acords sempre tenen lletra petita, i fan explícites, ara sí, amb lletra gran, les raons profundes d'una societat travada on cultura i comunicació esdevenen la memòria oculta d'un país que no té estat –malgrat que n'hagi creat una raonable simulació–, i que potser és antic i noucentista, però també ben capaç de generar una indiscutible èpica i d'omplir estadis quan se l'enyoira. No és habitual, doncs, llegir un nomenament i observar que la decisió és freda, contundent, arriscada, valenta, professional i probablement adequada a les exigències del futur i no pas presonera de les demandes del passat.

Sí que és el cas, però, de la designació de Sergi Vicente com a nou director de BTV. Em consta que la de-



XAVIER MARCÉ

ECONOMISTA

La designació de Sergi Vicente com a director de BTV és valenta i professional

cisió ha estat promoguda pel sector menys institucionalista de la televisió i que es fonamenta en una excel·lent proposta d'actuació. Benvinguda sigui una decisió d'aquesta mena en un mitjà que no ha tingut un rumb clarament definit, no sempre per manca de capacitat dels seus directors, sinó per la persistència inconcreta de l'encàrrec polític, social i cultural que ha de tenir qualsevol projecte públic. No es coneix de Sergi Vicente vinculació familiar, política o empresarial rellevant, una circumstància que li atorga un considerable marge de maniobra per conduir una televisió que entra en una etapa decisiva de la seva ja extensa vida.

Que BTV sigui una televisió és anecdòtic, és un avatar més entre

tots els que ens ofereix una central de producció i distribució de continguts. Això és el rellevant, que esdevingui un distribuïdor polièdric de la marca Barcelona: cap endins com a vector de cohesió i reconeixement social, cap als costats per estendre amb generositat el lideratge barceloní cap al conjunt de l'àrea metropolitana i a tot Catalunya per extensió, i cap enfora per modular amb intel·ligència el potencial que Barcelona pot aportar al món.

Tot plegat té molt a veure amb la cultura, perquè en darrera instància el que fa un mitjà de comunicació que tria i acumula continguts per distribuir-los en una multitud de canals és convertir els fets quotidians en fets culturals. Això és el que fan les múltiples caixes *no tant tantes* de la comunicació moderna: seleccionar, ordenar i emmagatzemar una acumulació de coneixement també anomenada cultura. BTV hauria pogut patir una retallada pressupostària històrica, o esdevenir la germaneta petita, molt petita, d'un sistema comunicatiu encapçalat per TV3 i tancat (aquí s'acaba la història) per 8TV. A vegades ha semblat, fins i tot, que aquest era l'objectiu o la dinàmica quotidiana de Barcelona TV, vés a saber.

Barcelona necessita un aparell comunicatiu propi per administrar la seva personalitat sense la veu intermediària dels altres, per explicar-la arreu sense subterfugis de cap mena; i això que és tan senzill com teòric necessita una veu autònoma sense amo ni patró. Potser no era l'única entre les més de 50 que hi van optar, però ho sembla verament.



BTV



La industria de la TDT reclama de nuevo una prolongación de tres meses

El dividendo digital, en manos del Consejo de Ministros

SANTIAGO MILLÁN *Madrid*

El futuro del dividendo digital está en manos del Consejo de Ministros. En la reunión de este viernes, última del año, se establecerá la prórroga definitiva para la entrega de las frecuencias de 800 MHz, usadas actualmente en la TDT, a las operadoras de telecomos para el uso en el móvil 4G. Este cambio en los plazos debe llevarse a cabo a través de una modificación legal, en este caso a través de un decreto-ley, a aprobarse antes de final de año. La duda está en el plazo definitivo.

Los afectados se vieron las caras este martes. Y es que los representantes del sector de la TDT, de las operadoras y del Ministerio de Industria se reunieron en el denominado Grupo de Coordinación y Seguimiento de Actuaciones para la liberación del Dividendo Digital. En el encuentro, celebrado en la sede de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y presidido por el secretario de Estado, Víctor Calvo-Sotelo, los representantes de las patronales televisivas Forta y Uteca así como de la patronal de los instaladores Fenitel, de Abertis Telecom y del Consejo de Consumidores y Usuarios, volvieron a reclamar que se establezca una prórroga de tres meses.

En un comunicado conjunto posterior, estas entidades señalaron que los datos de los que se disponen actualmente "indican que solo con una prórroga que retrase hasta final de marzo de 2015 la liberación del dividendo digital se podrán acometer adecuadamente los trabajos de adaptación de antenas y despliegue de los nuevos multiplex". Industria reconoció que a final de noviembre, solo el 42,6% de los edificios afectados por la reantenización habían completado la adaptación de sus sistemas de recepción de televisión.

Con estos porcentajes, en opinión de la industria de la TDT, solo con su propuesta habrá un plazo de tiempo suficiente para realizar el proceso de forma correcta y evitar que muchos millones de televidentes puedan quedar-



El ministro de Industria, José Manuel Soria. PABLO MONGE

LAS CIFRAS

42,6%
 de los edificios afectados en España por los cambios en la TDT han completado la reantenización, según el Ministerio de Industria.

1.200
 millones de euros es lo que pagaron en 2011 las distintas operadoras al Estado por las frecuencias.

se sin acceso a distintos canales. De establecerse el plazo de tres meses, la entrega de estas frecuencias, el denominado dividendo digital, no tendría lugar hasta final de marzo, cuando en el calendario legal actual se establece el 31 de diciembre.

Ante estas reclamaciones, los representantes del Ministerio de Industria dijeron que habían tomado nota de las peticiones planteadas por el sector de la TDT. En un comunicado, el departamento de José Manuel Soria señaló que el Gobierno está estudiando ampliar el plazo máximo de liberación del dividendo digital más allá del 31 de diciembre de 2014, para facilitar que puedan avanzar las adaptaciones sin perder ningún canal de televisión durante el proceso. No obstante, no indicó ninguna fecha. Las incógnitas están abiertas porque durante el pasado fin de semana, Soria comentó que podía pro-

longar el periodo de tiempo durante un mes o mes y medio. Es decir, por debajo del tiempo reclamado por la industria de la TDT.

El Ejecutivo deberá también buscar un acuerdo con las telecomos para una compensación por el retraso. De no ser así, las operadoras, que pagaron más de 1.200 millones de euros en 2011 por estas frecuencias, podrían denunciar al Estado por incumplimiento legal en los plazos de entrega del espectro.

Dentro del proceso, el ministerio explicó también que se están impulsando las medidas necesarias para que las subvenciones que se otorguen a los usuarios, no tengan incidencia en su declaración de la renta. De igual forma, aseguró que desde septiembre, la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones ha inscrito 847 nuevas empresas en el registro de compañías instaladoras.



Cap d'Any amb marca Barcelona

APOSTA La capital catalana vol consolidar la celebració d'un espectacle singular i amb projecció internacional la nit del 31 de desembre **REEDICIÓ** El muntatge de La Fura dels Baus 'L'Ésser del Mil·lenni' repetirà enguany

Francesc Espiga
BARCELONA

L'objectiu, a la llarga, és que quan els informatius de mig món passin revista de com ha anat la celebració de Cap d'Any, entre les imatges de Nova York, Londres, Berlín, Sydney o Rio de Janeiro, se n'hi colli també una de Barcelona. Per aconseguir aquest repte promocional, la capital catalana ha optat per institucionalitzar la celebració d'un gran espectacle —no pas festa— a l'avinguda Maria Cristina que s'acabi convertint en iconogràfic i distintiu. Una fórmula que enguany es materialitzarà amb una representació actualitzada de *L'Ésser del Mil·lenni*, de La Fura dels Baus, el muntatge que ja es va escollir l'any passat en l'estrena d'aquest nou format d'esdeveniment. De cara a futures edicions, no està decidit si es continuarà apostant per aquesta companyia o s'obrirà el ventall.

L'Ajuntament de Barcelona ja es va apressar ahir a subratllar que la proposta va adreçada "a un públic familiar" i té un component essencialment visual. És a dir, que qui vulgui ball, beguda —no hi haurà barres— o disbauc

Les frases

“Aquest és un acte de caràcter familiar. Per a altres tipus de celebracions, ja hi ha una gran oferta”

Joaquim Forn
PRIMER Tinent d'ALCALDE

“Volem un espectacle particular, que ens projecti al món, i que tingui el segell propi de Barcelona”

Sònia Recasens
Tinent d'ALCALDE d'ECONOMIA

“Hem tramès un vídeo amb imatges de l'any passat a 16.000 contactes, entre ells operadors turístics”

Joan Gaspart
TURISME DE BARCELONA

“Des de La Fura veiem la importància de fer sinergia amb les institucions per promocionar l'urbs”

Carlus Padrissa
LA FURA DELS BAUS

xa que es busqui una alternativa. El format de l'acte, de fet, ja en determina el caràcter. Malgrat que el públic podrà accedir a l'avinguda a partir de dos quarts de deu del vespre,

no serà fins a dos quarts de dotze que començarà pròpiament el xou, que es donarà per acabat just quan s'hagin retransmès les campanades.

Des del punt de vista conceptual, *L'Ésser del Mil·lenni* recordarà molt el de l'any passat. El seu element més vistós, naturalment, tornarà a ser aquesta colossal construcció d'enginyeria de 15 metres d'altura amb forma humana de la qual destacarà el cor batejant, un dels moments culminants. Els Castellers de Sants, els focs d'artifici o, per descomptat, les campanades seran altres ingredients del xou, juntament amb la música a càrrec de Santi Arisa o la cantora Ginesa Ortega. La col·laboració del públic també serà essencial per aconseguir alguns efectes, mitjançant els telèfons mòbils. Durant la presentació ahir del muntatge, Carlus Padrissa, un dels directors artístics de La Fura, no va voler donar gaires pistes sobre eventuais novetats per mantenir el factor sorpresa. Sí que va anunciar, però, que hi haurà un homenatge a la figura de Ramon Llull o referències a l'Any Internacional de la Llum, que es commemora el



Un moment del muntatge de l'any passat ■ ACN

TV3 hi transmetrà les campanades almenys fins al 2015

Com ja va succeir l'any passat, l'espectacle serà transmès en directe per TV3, que, alhora, també cedirà el senyal a BTV. De fet, durant la presentació d'ahir es va signar un conveni amb l'Ajuntament de Barcelona que assegura que l'edició de l'any vinent també tindrà cobertura televisiva. De facto, això representa que les campanades de la cadena deixaran de tenir caràcter itinerant territorial a curt termini i passaran a tenir un format més o menys tancat i molt predeterminat pel

guió del muntatge. El president de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Brauli Duarte, va assegurar que aquesta reorientació no s'ha d'interpretar com un gest de recentralització: “TV3 no s'oblida, en absolut, de la resta del país, com ho demostra el fet que enguany farem la cavalcada de Reis des de Girona o la missa del gall des de Solsona.” Tampoc va tancar la porta a la possibilitat que, més endavant, la cadena torni a la que fins fa poc era la seva fórmula clàssica.

Dins l'estratègia abans ressenyada de donar repercussió internacional a l'esdeveniment, el senyal televisiu té un factor crucial. De fet, l'any passat ja es va aconseguir que en determinats països europeus, i sobretot sud-americans, incloguessin imatges del Cap d'Any barceloní. La mastodòntica figura de l'Ésser del Mil·lenni és moltes coses, però sobretot és televisiva. “Barcelona ha fet una aposta per projectar-se, tindrà TV3 al seu costat”, va reblar Duarte.



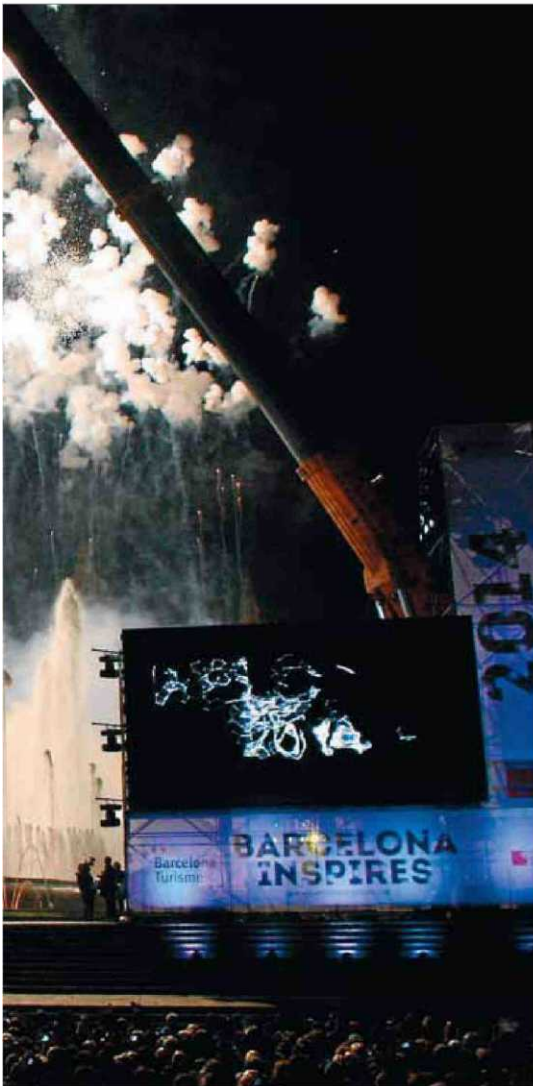
L'APUNT

El turisme omnipresent

Francesc Espiga

Es comentarà, i s'insistirà, que l'espectacle de Cap d'Any que Barcelona vol institucionalitzar va adreçat al públic "familiar" local. I és cert. Però no cal ser gaire espavilat per intuir que darrere aquesta fórmula hi ha un interès, d'altra banda confès, per atreure turistes. Encara més. De fet, el producte té tots els elements per convertir-se en una recepta d'èxit, que es conjumi-

na amb una companyia amb prestigi internacional al darrere, La Fura dels Baus, que garanteix un muntatge majestuós i obertament televisiu. No és agosarat vaticinar, doncs, que no trigarem gaire a topiar amb operadors que ofereixen un paquet de Cap d'Any a la ciutat, amanit amb la imatge de les campanades a Maria Cristina. Benvingut, Mister Marshall!



2015, o la capitalitat mundial del mòbil.

Organitzada per Turisme de Barcelona amb el suport del consistori, la celebració té un cost de 450.000 euros que es cobrirà, principalment, amb patrocinadors privats. Les previsions són que se superin els més de 70.000 assistents de l'any passat, un percentatge important del qual s'espera que siguin turistes. Sobre això, el president executiu de Turisme de Barcelona, Joan Gaspart, va explicar ahir que ja han enviat informació promocional de l'acte a 16.000 contactes del sector, una

part dels quals són operadors turístics. El propòsit estratègic, hi va afegir, és que la celebració del Cap d'Any a l'urbs s'acabi consolidant com un reclam més per allargar la temporada d'estades entre els visitants forans de la corona més pròxima. Això vol dir els que provenen de l'Estat espanyol o el sud de França. "Volem projectar al món alguns dels valors que van associats a Barcelona, com ara la innovació o la creació a partir de la col·laboració publicoprivada" resumia ahir la tinent d'alcalde de Promoció Econòmica, Sònia Recasens. ■



Telefónica supera todas las trabas para liderar en Brasil con su fijo, móvil y TV

El regulador autoriza la compra de GVT para dar origen al nuevo 'rey convergente'

Antonio Lorenzo MADRID.

Telefónica eludió ayer un escollo que hasta el momento paralizaba el crecimiento de la multinacional española en Brasil. El regulador de las telecomunicaciones de aquel país, Anatel, aprobó en la reunión del pasado lunes la adquisición de la compañía Global Village Telecom (GVT) por parte de Telefónica Vivo. Esa decisión insufla nuevas fuerzas al grupo español, comprometido en liderar el mercado de las telecomunicaciones integradas en Brasil.

La aventura comenzó el pasado 19 de septiembre, cuando Telefónica y Vivendi (propietario de GVT) firmaron un acuerdo de compraventa a cambio de un desembolso en efectivo de 4.663 millones de euros, junto con la transferencia del 12 por ciento del capital social de la compañía resultante tras la integración de GVT en Telefónica Brasil.

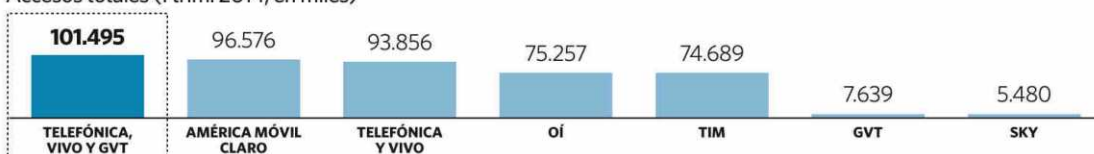
Además, Vivendi también aceptó la adquisición de 1.110 millones de acciones ordinarias de Telecom Italia, hasta el momento en manos de Telefónica, a cambio de otro 4,5 por ciento del operador líder de las telecomunicaciones integradas de Brasil.

La estrategia de la multinacional que preside César Alierta consiste en replicar en sus principales mercados la doctrina que desde hace años aplica en España: integrar bajo una única factura los diferentes servicios de telecomunicaciones (telefonía móvil, fija, acceso a Internet y televisión de pago).

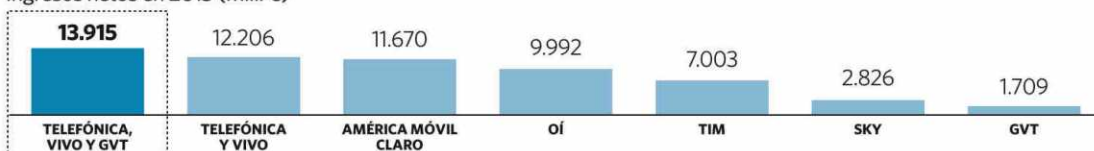
Telefónica no esperaba especiales dificultades para integrar el negocio de GVT en el operador de móvil con mayor número de accesos de aquel país. De hecho, la suma de ambas compañías eleva la cifra por encima de los 100 millones de accesos, a cierta distancia de sus in-

Operadores integrados brasileños

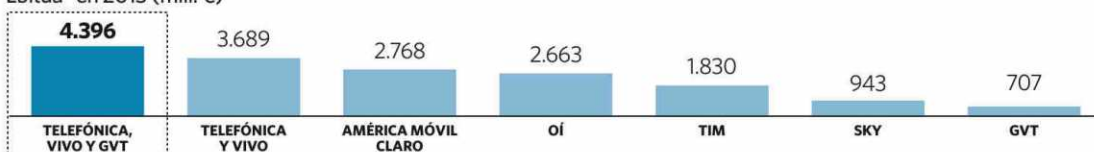
Accesos totales (1 trim. 2014, en miles)



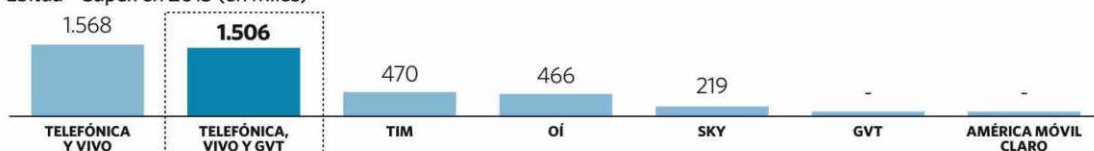
Ingresos netos en 2013 (mill. €)



Ebitda* en 2013 (mill. €)



Ebitda*-Capex en 2013 (en miles)



Fuente: Telefónica. (*) Beneficio bruto de explotación.

elEconomista

4.700 MILLONES DE EUROS

Son las sinergias esperadas por Telefónica, fruto de la adquisición de GVT a Vivendi. Según explicó el grupo español tras la firma del acuerdo de adquisición, rubricado el pasado 19 de septiembre, la nueva Telefónica Brasil consolidará el liderazgo en telefonía móvil y banda ancha en Brasil, con presencia en todo el país y "con un perfil de cliente de alto valor", indican fuentes del operador.

mediatos perseguidores: Claro (96,5 millones) y Oi (75,5 millones). El grupo resultante también será el primero del escalafón en cuanto a ingresos, con cerca de 14.000 millones de euros, frente a los 11.670 millones de Claro o los 9.992 millones de Oi.

Según explican fuentes de Telefónica, el visto bueno de Anatel a la compra de GVT "pone de manifiesto que el resultado de la misma será beneficioso para el mercado brasileño en términos técnicos, de mercado y competencia, ya que las operaciones de ambas compañías son complementarias, por lo que la operación supondrá el nacimiento de un nuevo competidor nacional de entidad, caracterizado por la in-

novación en soluciones técnicas y la robustez financiera y de gestión".

De la misma forma, la futura integración "permite crear las condiciones para la expansión de la infraestructura de telecomunicaciones, particularmente de la oferta de banda ancha, y supone reafirmar el compromiso de Telefónica con Brasil", añaden.

"Está previsto que el pago en efectivo de la operación se financie a través de una ampliación de capital en Telefónica Brasil, en la que participará Telefónica mediante otra ampliación destinada a cubrir el desembolso por la parte proporcional correspondiente a su participación del 74 por ciento en su filial brasileña", explican.



AUDITORÍA INTERVENCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN DEL ESTADO DE 2013

EL 'VACÍO' DEL PATROCINIO DEPORTIVO EN RTVE

Hacienda pregunta por qué no contabiliza esta publicidad

EDUARDO FERNÁNDEZ MADRID

RTVE contabiliza por fin los ingresos por patrocinios culturales. «Y lo hace por importe de casi 8,5 millones de euros», refleja la Intervención General de la Administración del Estado (IGAE) correspondiente a 2013, a la que ha tenido acceso EL MUNDO. Son todos los que están pero, ¿están todos los que son?, se pregunta Hacienda, que «tiene dudas» sobre si ciertos patrocinios de competiciones deportivas no se computan como tales, a pesar de las advertencias realizadas por parte del Ministerio en sus anteriores auditorías. «RTVE emite competiciones deportivas con patrocinio, sin que se hayan facturado ni contabilizado los mismos», expone. Así, se recomienda a la pública que realice «una consulta a la Dirección General de Tributos» para aclarar esta posible irregularidad.

La cuestión es relevante, ya que los patrocinios se demuestran cruciales para cuadrar las cuentas de la corporación. Los culturales alcanzan la suma nada despreciable de



Sánchez, en la Vuelta de 2013, que contó con patrocinio.
EFE

8.488.985,80 euros. La auditoría indica que las ventas por publicidad «se incrementan un 348%» con respecto a 2012, precisamente por comenzar a considerar dichos patrocinios como pedia Hacienda.

El Ministerio señala esta vez los programas deportivos. Mientras, la

pública alega que hay compromisos comerciales previos a la participación de la cadena; es decir, que TVE adquiere en ocasiones los derechos de un producto deportivo en el que la contraprestación del patrocinador se ha realizado previamente y a favor del titular de dichos derechos,

no de la cadena. En cumplimiento de sus funciones de control, Hacienda recela: «Esta Intervención Delegada tiene dudas sobre si dichos patrocinios deberían considerarse prestación de servicio, ya que entiende que la aportación del patrocinador es a cambio de dar publicidad

a su marca, y la visibilidad de la misma se produce a través de RTVE».

La corporación ha encontrado un resquicio por el que puede entrar publicidad, a pesar de que la Ley de Financiación de 2009 prohibió los anuncios. En la norma se consideraron excepciones «los patrocinios y el intercambio publicitario de eventos deportivos y culturales que se enmarquen dentro de la misión de servicio público».

Sin embargo, la IGAE subraya decenas de competiciones deportivas que no son computadas como, a su juicio, deberían. Es el caso de la Vuelta Ciclista a España 2013, el ATP Masters 1000, el Conde de Godó, la Copa Davis, el Rally Dakar y la Euroliga de Baloncesto, entre muchos otros ejemplos. «Se desconoce el valor de estos patrocinios y lo que podría incrementar la cuenta de ventas de publicidad», mantiene la Intervención de Hacienda.

Estas advertencias tienen especial importancia actualmente, ya que, tal y como adelantó este periódico, la pública negocia con Loterías un compromiso de patrocinio para Teledeporte, que ha estado a punto de desaparecer. El sector público se encuentra, pues, ante una paradoja: los contados acuerdos comerciales de TVE por eventos deportivos se mantienen al límite de la legalidad y provocan malestar entre los canales privados, pero al mismo tiempo sirven para aliviar el desembolso estatal en los presupuestos; siempre, claro, que haya constancia de esos patrocinios, como pide Hacienda. Tanto es así que una corriente en el PP pregona la idoneidad de la vuelta a los spots.



elradar



Roger Loppacher, president del CAC. PERE TORDERA

El CAC estudia sancionar les ràdios que no van emetre falques del 9-N

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha iniciat els tràmits per expedientar les tres emissores de ràdio que van negar-se a emetre les falques institucionals del 9-N. L'organisme va anunciar ahir que encetava un període d'informació prèvia, que no pressuposa incoació d'expedient sancionador, en el qual les emissores en qüestió -la SER, la Cope i Onda Cero- tenen deu dies per aportar les dades o arguments que considerin rellevants. L'acord d'iniciar aquest tràmit s'ha aprovat amb tres vots a favor, dos en contra i una abstenció.

Si finalment l'expedient tira endavant i en resulta una sanció, com que la falta en qüestió està tipificada com a greu, les ràdios s'enfronten a una multa d'entre 12.001 i 90.000

euros. Les emissores no van complir l'apartat 1 de l'article 82 de la llei audiovisual catalana, segons el qual és obligat emetre gratuïtament les falques informatives, "els comunicats i les declaracions que el govern de l'Estat i el govern de la Generalitat estimin convenients per causes justificades d'interès públic".

L'actuació del CAC es va posar en marxa arran de la recepció de 60 queixes de particulars que denunciaven la negativa d'aquestes tres ràdios de difondre els missatges institucionals. Posteriorment, el secretari de Comunicació de la Generalitat, Josep Martí, va adreçar un escrit al Consell per posar-lo també en coneixement dels fets. La SER, per la seva banda, va enviar una carta al CAC el 6 de novembre en la qual manifestava la seva disconformitat amb l'obligació d'emetre les dues falques produïdes per la Generalitat i demanava la suspensió de l'ordre. ■



Expedientan a tres radios por no emitir el anuncio del 9-N

► Cope, Onda Cero y Ser rechazaron la propaganda del Gobierno catalán

MARÍA JESÚS CAÑIZARES
BARCELONA

El Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), órgano encargado de velar por los contenidos de radios y televisiones que emiten en territorio catalán, ha abierto un expediente a las emisoras privadas Cope, Onda Cero y Ser por negarse a emitir el anuncio institucional de la votación secesionista organizada por el Gobierno catalán el 9 de noviembre.

El CAC, que ha incoado la fase de información previa al expediente sancionador, invoca el artículo 82 de la Ley 22/2005 de la Comunicación Audiovisual de Cataluña, que establece la obligación de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual de difundir, gratuitamente y con indicación de su origen, los comunicados y las declaraciones que el Gobierno de la Generalitat estime convenientes «por causas justificadas de interés público».

La decisión ha dividido al CAC. Dos consejeros, los propuestos por ERC (Salvador Alsius) y CDC (Yvonne Griley), votaron a favor de abrir expediente; los de PSC (Carme Figueeras)

y PP (Daniel Sirera), en contra, y la consejera de Unió (Eva Parera), se abstuvo. El presidente, Roger Llopach, propuesto por CiU, decantó la votación al votar a favor.

La actuación del CAC comenzó a raíz de la recepción de 60 quejas de particulares, que denunciaban la negativa de determinadas emisoras a difundir la campaña sobre el proceso de participación del 9-N. La Ser envió el 6 de noviembre un escrito en el que ponía de manifiesto su disconformidad con la obligación de emitir dos cuñas publicitarias y pidió la suspensión de la orden.

Colas para autoinculparse

Posteriormente, el 25 de noviembre, la Generalitat se dirigió al CAC mediante un escrito del secretario de Comunicación de la Generalitat, Josep Martí i Blanch, en el que informaba del incumplimiento de la citada ley por parte de las tres emisoras.

La celebración del 9-N ha tenido consecuencias judiciales. El lunes, el Tribunal Superior de Justicia de Cataluña admitió a trámite la querrela de la Fiscalía contra el presidente Artur Mas, la vicepresidenta Joana Ortega y la consejera de Enseñanza, Irene Rigau. Ayer, cerca de 600 personas desfilaron por el Palacio de Justicia para autoinculparse de haber votado, entre ellas el presidente de ERC, Oriol Junqueras, y el número dos de CDC, Josep Rull.



El relat d'unes setmanes que han canviat la política a Catalunya i Espanya

Crònica d'un temps elèctric

BARCELONA Redacció

La crònica dels mesos clau del 2014 català, en llibre electrònic. Ebooks de Vanguardia publica en format digital les cròniques escrites durant 73 dies pel director adjunt del diari i delegat a Madrid, Enric Juliana, amb el títol *Código 11-9-11*.

Es tracta d'un relat de més de tres-cents pàgines sobre un dels moments més intensos de la política catalana i espanyola de les últimes dècades, que es pot adquirir al preu de 2,99 euros a través de l'edició digital de *La Vanguardia*. El dia a dia d'unes setmanes que

van absorbir l'atenció de tot-hom, amb una cuidada edició dels textos.

De l'onze del nou al nou de l'onze (en realitat, de l'u de setembre fins a mitjan novembre). Des dels preparatius de l'Onze de Setembre més multi-

Ebooks de Vanguardia publica 'Código 11-9-11', una sèrie de 73 articles del periodista Enric Juliana

tudinari fins a la primera digestió de la consulta *tolerada* del 9 de novembre. La gegantina Diada, les jornades del referèndum d'Escòcia –que l'autor va viure en directe a Edimburg–, els recursos davant el Tribunal Constitucional, l'espès joc tàctic entre els partits catalans a mesura que s'acostava el 9-N, a més d'una cadena trepidant d'esdeveniments crítics en la política espanyola.

“Una tardor mai vista” –sosté Enric Juliana– que ha suposat un veritable canvi de rasant, amb un gran deteriorament del sistema de partits vigent des de la transició”. Una

tardor que passarà a la història. La dimissió del ministre de Justícia, Alberto Ruiz-Gallardón i la cadena d'escàndols i incidències que van caracteritzar el mes d'octubre, amb gran impacte en l'opinió pública i en les enquestes, amb el significatiu ascens de Podem, el partit de Pablo Iglesias. *Código 11-9-11* conté les claus necessàries per entendre l'any electoral que ben aviat estrenarem. Portada del llibre, carregada d'ironia, del dibuixant i cronista Toni Batllori.●



PODEU ADQUIRIR
 L'E-BOOK A
<http://goo.gl/GkrYsZ>



Portada de l'e-book *Código 11-9-11*



El 'rescate' de RTVE lastra las cuentas de Sepi: pierde 49 millones

Indra genera unas mínusvalías latentes de 70 millones

Á.S. MADRID.

El rescate a RTVE le ha salido caro a Sepi. La compañía estatal aprobó en verano una inyección de 130 millones de euros para alejar la sombra de la quiebra técnica de la Corporación que le han llevado a cerrar los nueve primeros meses del año en *número rojos*. Así, y tal y como informa el propio grupo Sepi, el único accionista de RTVE ha perdido 49 millones de euros entre enero y septiembre de 2014.

Más allá del rescate a la televisión pública, que está negociando con Hacienda otra inyección de 133 millones para cerrar

2.677

MILLONES DE EUROS

Es el importe neto de la cifra de negocios registrado por la firma estatal hasta septiembre.

2014 en tablas, las cuentas de la Sepi también se han visto afectadas por las provisiones resultantes del acuerdo alcanzado en abril con los sindicatos para ejecutar el Plan de Empresa de Huesca 2013-2018.

También influye en esta situación que la participación del 20 por ciento que Sepi tiene en Indra hayan generado unas mínusvalías latentes cercanas a 70 millones, que han hecho necesario provisionar este riesgo.

La compañía estatal ha obtenido unos ingresos de 2.677 millones de euros hasta septiembre. La mayor aportación a este importe corresponde a Correos, con 1.285 millones de euros, y a Tragsa, con 455 millones.



TV3 pagarà 1,9 milions anuals per emetre al múltiplex de Godó

La Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals va firmar ahir el contracte per llogar al grup Godó les freqüències a través de les quals emetrà TV3 HD. L'import de l'operació s'ha quantificat en 1,9 milions d'euros anuals. La Corporació necessita arrendar aquest espai radioelèctric de

titularitat pública però gestió privada perquè ha perdut –per una controvertida decisió del ministeri d'Indústria– un dels dos múltiplexs de què disposava. Fins ara, el cost de mantenir el segon múltiplex –amb espai encara per a tres canals més, que no tenia ocupats– era de 2,8 milions.



Solo el 42% de los edificios se ha adaptado a la TDT

RAMÓN MUÑOZ, Madrid

El Ministerio de Industria ha reconocido que solo el 42,6% de los edificios ha adaptado sus antenas para la recepción de los canales de la Televisión Digital Terrestre (TDT) en sus nuevas frecuencias. El plazo para la reantenización vence el 31 de diciembre, pero el Gobierno está negociando con las cadenas de televisión y los operadores de móviles una prórroga de tres meses.

Esa baja cifra de adaptación, de la que habían avisado las empresas instaladoras, es el resultado de una encuesta realizada entre los días 17 de noviembre y 11 de diciembre por el Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información (Ontsi) de Red.es (dependiente de Industria), a través de 20.000 llamadas telefónicas.

Por su parte, las instaladoras apuntan a que, a finales de noviembre 449.000 edificios habían contratado la adaptación, pero de estos solo la habían llevado a cabo 195.000 porque la gran demanda que no puede ser atendida.



TV3 garanteix la continuïtat de les emissions en HD

► El consell de govern de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) va aprovar ahir un acord amb Emissions Digitals de Catalunya (EDC) per emetre el canal de TV3 en alta definició en el multiplex que gestiona aquesta societat del Grup Godó. L'acord, adoptat després d'analitzar diferents opcions tècniques i una vegada el CAC n'ha autoritzat l'arrendament, permetrà a TV3 mantenir l'emissió en alta definició, màxima qualitat de senyal i més cobertura. / Redacció