



RECULL DE PREMSA

06/02/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
06/02/15	KAP I FONTDEVILA BUIDEN EL PAP / REGIO 7	5	2
06/02/15	DEBAT SOBRE EL TRACTAMENT DELS CRIMS A LA TELE / EL PUNT AVUI	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
06/02/15	Bieito Rubido: "EL BUEN PERIODISMO LO HACEN HOY LOS GRANDES PERIÓDICOS" / ABC (EDICION NACIONAL)	9	2
06/02/15	«THE INTERVIEW» UNA BROMA QUE LLEGÓ MUY LEJOS / ABC (EDICION CATALUÑA)	11	2
06/02/15	EL PERIODISTA QUE NO HI VA SER per FRANCESC PEIRÓN / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	13	1
06/02/15	EL TRIBUNAL SUPREMO FALLA A FAVOR DE MEDIAPRO EN LA «GUERRA DEL FÚTBOL» / ABC (EDICION NACIONAL)	14	1
06/02/15	MARGALLO: "ESPANYA ÉS EL TERCER PAÍS QUE REP MÉS CIBERATACS" / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	15	1
06/02/15	MEDIAPRO MARCA GOL EN LA 'GUERRA DEL FÚTBOL' / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	16	1
06/02/15	Brian Williams. EL MAL DEL PERIODISTA FAMÓS / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	17	1
06/02/15	APPLE PREPARA SU PROPIA TV DE PAGO PARA PUGNAR CON LAS GRANDES CABLERAS / EL ECONOMISTA	18	1
06/02/15	LA CASTA SINDICAL DE RTVE NEGOCIÓ EN 2006 UN ERE MILLONARIO / ABC (EDICION NACIONAL)	19	1
06/02/15	CUANDO EL ABUSO DE TU IMAGEN IMPLICA AMENAZAS DE MUERTE / EXPANSION	20	1
06/02/15	EL TRIBUNAL SUPREMO DEJA A PRISA SIN 290 MILLONES DE LA 'GUERRA DEL FÚTBOL' / EL ECONOMISTA	21	1
06/02/15	LA 'GUERRA DEL FUTBOL' ES RESOL A FAVOR DE MEDIAPRO / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	22	1
06/02/15	CURSOS ON-LINE A PARTIR DE LOS ÉXITOS EDITORIALES DE PLANETA / LA RAZON	23	1
06/02/15	LA TV Y EL SATÉLITE: UNA PAREJA CON FUTURO, POR CARLOS ESPINÓS / EXPANSION	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
06/02/15	LA RADIO DE SIRIA EN EL EXILIO / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	25	1
06/02/15	SUPERVIVENT 'BEATNIK' ROBERT STONE (1937- 2015) / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	26	1
06/02/15	EL SUPREMO DA LA RAZÓN A MEDIAPRO EN SU BATALLA CON PRISA POR LOS DERECHOS DEL FÚTBOL / EXPANSION	27	1
06/02/15	LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN MEDIOS CRECERÁ UN 5,8% EN 2015 / EL PAIS (ED. NACIONAL)	28	1
06/02/15	EL SUPREM DÓNA LA RAÓ A MEDIAPRO EN LA 'GUERRA DEL FUTBOL' / ARA	29	1
06/02/15	DECLARACIÓ D'AMOR A CATALUNYA RÀDIO, XAVIER FINA FILÒSOF / ARA	30	1
06/02/15	L'OPOSICIÓ ES DÓNA UN MES PER DENUNCIAR ALBIOL PEL CAS DE TELE B / EL PUNT AVUI	31	1
06/02/15	EL CONSUMO IMPULSARÁ UN 5,8% LA INVERSIÓN PUBLICITARIA / CINCO DIAS	32	1
06/02/15	SORTIRÀ PODEMOS/PODEM ALS BLOCS ELECTORALS? per IU FORN / ARA	33	1
06/02/15	SENSE COSTOS, PRIVADA I EN CASTELLÀ per DescLOT / EL PUNT AVUI	34	1
06/02/15	'CHARLIE HEBDO' SUMA 190.000 NOUS SUBSCRIPTORS EN UN MES / ARA	35	1
06/02/15	EL SUPREM DICTA A FAVOR DE MEDIAPRO PEL FUTBOL / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	36	1
06/02/15	MEDIAPRO, CONDENADA A PAGAR A PRISA 32 MILLONES MÁS INTERESES / EL PAIS (ED. NACIONAL)	37	1



COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya



TEATRE | MÚSICA | LLETRES | DANSA | ART | TRADICIONS | CINE | TELEVISIÓ

DOS LLAPIS DE L'HUMOR ■ Dimecres, Manel Fontdevila inaugurava exposició a Manresa, a la seu del Col·legi de Periodistes, acompanyat de Jaume Capdevila, Kap. Dos dels llapis més esmolats de l'humor gràfic del país van accedir a quedar retratats (literalment) en un cara a cara (també d'esquena) que transmet compromís per l'acudit

Kap i Fontdevila buiden el pap

► Els dos acuditaires es dibuixen l'un a l'altre en una conversa sobre la seva professió, la seva persona i la seva visió del món, coincidint amb l'exposició a Manresa de Manel Fontdevila

SUSANA PAZ | MANRESA

■ L'un inaugurava exposició (Manel Fontdevila); i l'altre el presentava (Jaume Capdevila, Kap). El manresà i el berguedà, acuditaires, ninotaires... s'assemblen tant com un ou a una castanya, però comparteixen professió i actitud. És a dir, compromís per l'ètica i per l'estètica i una clara sana intencionalitat: trencar barreres amb uns ninots que han de fer riure i, si escau, convidar a la reflexió. Són, cadascú en el seu àmbit, dos dels dibuixants cabdals de la història recent d'aquest país. Amb molta tinta per vessar. Així s'expliquen.

■ La principal virtut del Manel? ■ (Jaume Capdevila, Kap). És una persona sincera. Sempre que l'escolto diu el que pensa.

■ I la del Kap?

■ (Manel Fontdevila). És una persona estimada per la gent.

■ I el defecte?

■ (Manel). És de Berga!

■ (Kap) És de Manresa!

■ Què és el que li agrada més de la feina de l'altre?

■ (Manel). M'agrada molt les caricatures que fas. Kap, ets molt bon caricaturista!

■ (Kap) El Manel és més historietista que acuditaire, però a mi m'agraden molt més els seus acudits.

■ (Manel) Gràcies, Kap!

■ (Kap) Gràcies, Manel!

■ Els deixo triar un nom de l'humor gràfic. Quin?

■ (Kap, que no s'ho pensa). Perich.

■ (Manel, que no s'ho pensa gaire). Cesc.

■ I ara una publicació. Quina?

■ (Manel). Si dic Charlie Hebdo és tan obvi ara...

■ (Kap). Es mira el Manel. Jo el Papitu [setmanari humorístic i satíric català que es va publicar entre el 1908 i el 1937 perquè era una revista que estava molt ben feta, amb gent espectacular. És una de les publicacions importants de la premsa satírica del país.

■ (Manel). Una d'aquí?

■ La que vulgui.

■ (Manel). El Vibora (revista orientada especialment al còmic underground, que es va publicar del 1979 al 2005). És la revista que lle-

MANEL FONTDEVILA

Manresa, 1965

► Manel Fontdevila va treballar vint-i-cinc anys com a acuditaire a Regió7. També a Público i ara a ElDiario.es. El 1993 va començar a treballar a El Jueves fins al juny passat, quan amb altres companys va plegar quan la direcció va retirar la portada que havia fet sobre l'abdicació del rei Joan Carles. Han fundat online *Orgullo y satisfacción*.

JAUME CAPDEVILA

Berga, 1974

► Col·laborador d'aquest diari des del 1994, Jaume Capdevila Kap fa la vinyeta d'humor d'El Mundo Deportivo des del 1997 i col·labora a La Vanguardia. Estudiós i divulgador de l'humor gràfic, l'any 2009 va rebre el Premi Internacional d'Humor Gat Perich. Ahir presentava *Perich sense caducitat*, un homenatge a l'humorista gràfic.

gia quan era jove net [i on va dibuixar] i penso que és la que millor ha suportat el pas del temps. Les seves historietes no parlaven de mons llunyans sinó del que passava a la gent... o del que volíem que ens passés.

■ En què s'assemblen?

■ (Manel). Personalment o professionalment? (Riuen). Tots dos hem vist molts dibuixos i molt antics. Tot i que reivindicuem Perich i Cesc, crec que es veu en el dibuix que xuclen de més antic.

■ (Kap). Ens estimen el que fem i ens estimem el paper vell.

■ I en què es diferencien?

■ (Manel). Jo tinc més tirada a l'astracanada, a les sortides de to... M'agrada la falta de respecte com a valor.

■ (Kap). Jo sóc molt menys treballador que ell. El Manel treballa més que jo, segur.

■ (Manel). Però pensa que ell ha vingut de Barcelona per presentar-me l'exposició i jo no sé si hauria

anat a Barcelona...

■ (Kap). Jo m'ho passo bé dibuixant; el Manel pateix més.

■ (Manel). Sí, sí, té raó. Això teu és una sort!

■ Tots som Charlie Hebdo o ara ha anat bé que fóssim tots Charlie Hebdo?

■ (Manel). Tots volem que es pugui ser Charlie Hebdo. Jo vull que pugui haver-hi un Charlie Hebdo. Però Charlie Hebdo era una concepció de la vida que exigia molta renúncia, molta convicció i, fins i tot, molta militància.

■ (Kap). Ningú no és Charlie Hebdo excepte Charlie Hebdo, però hauríem de ser-ho. O voler-ho ser.

■ (Manel). Sí, la intenció és bona.

■ S'autocensuren?

■ (Manel). Moltes vegades quan no m'agrada l'acudit... o no li agrada a la família. Realment quan no estic segur del que he de dir.

■ (Kap). Crec que has de tenir un control del que fas, però no sé si se li ha de dir autocensura. De vegades et pot sortir un acudit divertit que, en realitat, s'està carregant alguna cosa en la qual creus. Jo penso que tots dos creiem que la nostra feina té un component ètic al darrere [el Manel assenteix]: no pots dir qualsevol cosa ni dir-ho de qualsevol manera. Ha de tenir un sentit.

■ Què passa quan es topa amb la censura?

■ (Manel). Ho dius pel Jueves? Jo crec que no va ser censura sinó una decisió editorial. És cert que canvien un dibuix sense avisar-te però les revistes funcionen així. Si mai faig una revista i algú em porta un dibuix que és racista, potser jo també ho faré. La censura d'estat és un altre tema i el que pots fer és donar cops de cap fins a trencar-la si et pots permetre pagar les multes.

■ (Kap). Gràcies a aquest amor pel paper vell hem vist com era la censura en la nostra premsa. I crec que avui dia no podem parlar de censura. Censura vol dir que hi hagi un tema del qual no es pugui parlar de cap manera i no tenir en la societat cap recurs per fer-ho. Sí que hi ha dificultats per dir coses en els canals majoritaris, però censura, no. Si el que té més audiència

és una portada o un dibuix censurat. Fa anys els dibuixos censurats no els veia ningú fins al cap de 20 anys. Si tu vols dir alguna cosa sobre un tema tens la possibilitat de fer-ho: hi ha hagut èpoques en aquest país que era impossible.

■ (Manel). Si fins i tot amb el Guillermo, amb la primera portada que vam tenir problemes a El Jueves, ens van donar un premi a València! No vivim en un estat policial. Més que no poder dir, no diem totes les coses que podríem dir.

■ (Kap). Exacte!

■ Tenen alguna mania quan dibuixen?

■ (Manel) Sóc molt maniàtic però dibuixant no.

■ (Kap) Amb la feina periodística perds totes les manies. Quan has d'enviar a El Mundo Deportivo un acudit a les 12 de la nit, 5 minuts abans de tancar... dibuixes com si guis.

■ (Manel) Tens tota la raó. Si treballes per un diari, perds totes les manies.

► QUÈ LI AGRADA DE L'ALTRE?

MANEL FONTDEVILA

«M'agraden molt les caricatures que fas. Kap, ets molt bon caricaturista!»

JAUME CAPDEVILA

«Tu ets més historietista que acuditaire però a mi m'agraden molt més els teus acudits»

► EN QUÈ ES DIFERENCIEN?

MANEL FONTDEVILA

«Jo tinc més tirada a l'astracanada, a les sortides de to... M'agrada la falta de respecte com a valor»

JAUME CAPDEVILA

«Jo sóc molts menys treballador que el Manel. Jo m'ho passo molt bé dibuixant. Ell pateix més»





Manel Fontdevila, a l'esquerra, i Jaume Capdevila, Kap. Entre tots dos hi ha quasi 10 anys de diferència... i uns quants centímetres



MARTÍ PICH



► A qui esborrarien?

R (Manel). Ui, això és molt lleig!
R (Kap). A tots els bandarres que ens governen malament jo els passaria la goma.

R (Manel). Sí. L'abús de poder. Darrerament tots els acudits que fem van a parar al mateix. És una cosa per eliminar.

► Hi ha temes intocables?

R (Kap). Hi ha temes difícils però no intocables, depèn de les ganes que tinguis, de l'enginy i de la intel·ligència per fer-t'ho venir bé. El lector ho entén. No vol dir que sigui fàcil. Fins i tot amb la censura més bèstia si tu vols i tens un receptor amb ganes d'escoltar -fer un acudit sense audiència no té sentit-, no hi ha res que no es pugui dir.

R (Manel). Pensa en l'època de la transició. Hi havia acudits molt simbòlics on els lectors trobaven fins i tot el que no hi era.

► Hi ha d'haver lleis per garantir poder riure de tot?

R (Manel). No hi hauria d'haver lleis que ho impedissin.

R (Kap). Les lleis t'han d'ajudar a viure, no a tenir-te sota control.

► De què no riuriem mai?

R (Manel). Pots tenir un moment de crueltat, però en general a la vida evites riure del que no fa gràcia.

R (Kap). L'humor és context, no funciona de manera aïllada a la societat. És un engranatge que es posa a rodar al mateix temps que els altres. Recordo el Rubianes quan en el teatre deia fills de puta als del PP; allí em feia molta gràcia, però segur que si ho escolto en un altre context, no me'n faria.

► Sense humor, ni sàtira, no hi ha premsa lliure?

R (Manel). N'hi ha. Hi ha molta premsa que no confia en els dibuixants de sàtira. La història ens diu que no són imprescindibles. És millor que n'hi hagi, evidentment. I fins i tot hi ha diaris que basen la

seva credibilitat en algun humorista que és una persona una mica més compromesa que la resta de l'equip directiu.

R (Kap). Sense periodisme no hi ha una veritable democràcia.

R (Manel). Just això.

R (Kap). Informar del que passa fa que el poder no s'extralimiti. L'humor i la sàtira formen part d'aquest ecosistema. Són una part petita però necessària perquè sempre hi ha una frontera que el periodista no pot travessar. I és interessant aquesta simbiosi amb l'humor i la sàtira per explorar territoris delicats, confosos i peluts. Tot forma part d'un periodisme necessari perquè hi hagi una societat lliure i democràtica.

► Per què continuen dibuixant?

R (Manel). Jo ja no sé fer res més. Però a mi m'agrada, encara que passis èpoques dures i de dubtes.

R (Kap, riu). De vegades sembla que sigui com una condemna a cadena perpètua: hauràs de fer cada dia de la teva vida un acudit...

► Com es veuen quan s'autodibuixen?

R (Manel). Et perds una mica el respecte a tu mateix i intentes empatitzar amb el lector simplement per dir-li que tu no parles des d'un pedestal, sinó que intentes buscar la llum, com tothom. Quan et dibuixes a tu mateix és perquè sols ser una persona molt reservada; esculls molt bé què vols dir i com ho vols dir. És una mena de teràpia, crees el teu personatge.

R (Kap). Sí, és una manera de relacionar-te amb el món a través d'un personatge. Estic segur que som grans tímids que ens trobem més còmodes dibuixant que relacionant-nos amb el món. Per tant, dibuixar-nos a nosaltres és una excusa perfecta per establir aquesta relació amb un món que no entenem. Ens posem al mig. L'humor comença per un mateix. Riem de tothom, també de nosaltres.

► Si Kap fos Fontdevila, i al revés?

R (Kap). M'hauria de comprar roba de quatre talles més!

R (Manel). Tindria molts tebeos nous per llegir. Aquesta no se m'havia acudit mai. Si fossis l'Oscar Nebreda, que té una casa a Calella... Tens alguna casa?

R (Kap). A Berga i a Barcelona.

R (Manel). Berga? M'estimo més Calella de Palafrugell.

► I si no fossin ninotaires serien bombers?

R (Kap). Manel, tu tens tipet!. A mi no m'haurien volgut per ser de mata baixa!

R (Manel). De vegades ho penso, què hauries sigut? Però ser dibuixant té una cosa molt tonta: és una decisió que prens quan ets molt jove. I si al final tens la sort que t'interessin les notícies i el periodisme, i tens coses per explicar...

R (Kap). També ens ho hauríem passat bé.

R (Manel). Segur!

R (Kap). L'humorista no es fa sinó que neix. No és una professió sinó una actitud davant la vida. No dibuixàriem però donàriem pel sac igual...

► SI KAP FOS FONTDEVILA I AL REVÉS?

JAUME CAPDEVILA

«M'hauria de comprar roba de quatre talles més!»

MANEL FONTDEVILA

«Aquesta no se m'havia acudit mai. Si fossis l'Oscar Nebreda, que té una casa a Calella... Tens alguna casa? A Berga? M'estimo més Calella de Palafrugell»

► S'AUTOCENSUREN?

MANEL FONTDEVILA

«Moltes vegades. Realment quan no estic segur del que he de dir»

JAUME CAPDEVILA

«Tots dos creiem que la nostra feina té un component ètic al darrere. No pots dir qualsevol cosa, ni de qualsevol manera»



BCN NEGRA 2015

Debat sobre el tractament dels crims a la tele

El Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC) col·labora, un any més, amb la trobada de novel·la negra a Barcelona, que aquest any celebra la desena edició. En aquesta ocasió es parlarà, en un debat avui a les dotze del migdia, del tractament dels crims a la televisió. En el context mediàtic, un assassinat es pot convertir ràpidament en un espectacle televisiu protagonitzat per veïns que assegurin que l'assassí "era una persona com cal" i amb reporters que segueixen un rastre de sang a la recerca d'un dolor que incrementi automàticament l'audiència. En la tertúlia es preguntarà si hi ha cap límit i, si n'hi ha, on és. En el debat, entre altres, hi participa la periodista de TV3 Fàtima Llambrich. ■ REDACCIÓ



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Foro de la Nueva Comunicación

«El buen periodismo lo hacen hoy los grandes periódicos»

► El director de ABC, Bieito Rubido, reivindica ante 400 personalidades el papel «imprescindible» de la prensa frente a los «medios espectáculo»

MONTSERRAT LLUIS
MADRID

Su voz sonaba algo afónica por los estragos del frío, pero Bieito Rubido habló claro ayer: «Los periódicos son los que hoy hacen buen periodismo en España. Son los medios de comunicación que invierten más en sacar noticias, los que dan las exclusivas y marcan el debate, los únicos que de verdad respetan el Estado de Derecho». Así de contundente se mostró el director de ABC ante las cuatrocientas personas que abarrotaban dos salones del Hotel Ritz de Madrid para escucharlo en el Foro de la Nueva Comunicación. Arropado por destacadas personalidades de la vida política, económica, académica y cultural, efectuó una «emocionada e intensa defensa de la vigencia y del valor del periodismo de siempre», a la vez que responsabilizó «a todos» del auge de un nuevo modelo de «información espectáculo», a la que se le regala «un plus de valentía» cuando está basada «en hechos sin confirmar o falsos».

En la cercana Fuente de Neptuno aún no había roto el hielo a las nueve de la mañana, pero en el interior del Ritz la presidenta-editora de ABC, Catalina Luca de Tena, dedicó una calorosa bienvenida a Bieito Rubido. Lo definió como «un periodista de vocación, situado en el término medio, do-

tado de una extraordinaria flema británica o gallega para mantener la calma». Hace tres años, el encargado de presentarlo en este mismo foro fue Manuel Martín Ferrand, «mi jefe y maestro», para quien el ponente tuvo ayer un sentido recuerdo al inicio de su intervención. «Él defendía las esencias del periodismo, que siguen siendo las mismas que hace doscientos años: contar historias bien escritas y que sean verdaderas, que puede parecer obvio, pero hoy no todas las noticias son ciertas».

Exceso de vanidad

Frente a este «periodismo espectáculo a veces injustamente premiado», Rubido subrayó el rigor de ABC, que «solo publica hechos contrastados y rigurosos», y detalló las que, en su opinión, son las cualidades que convierten a la prensa en la garante del buen ejercicio de la labor de informar.

La esclavitud de la audiencia

«La sociedad tiene una cuota de responsabilidad en la crisis de calidad que vivimos: el buen periodismo no tiene premio y el mal periodismo no se castiga»

Reprofesionalizar el oficio

«No es bueno que existan cincuenta facultades de Ciencias de la Información en España. Bastaría con tres de las que salieran profesionales cultos y analíticos»

«Los grandes periódicos son los que concentran más profesionales, 270 en el caso de ABC. Son los que hacen mayor esfuerzo intelectual, los que centralizan el debate social, los que sacan todos los escándalos de corrupción, los que responden ante los juzgados mientras en la red muchas noticias circulan con impunidad; los que actúan como conciencia crítica del poder, aportando oxígeno sano al ambiente democrático frente a otros medios más instalados en el resultado económico». También los diarios merecen la «noble acepción del idealismo» por defender unos valores y «son literatura» por albergar a las mejores firmas contemporáneas; nombres en nómina de ABC como «Prada, Gistau, Ventoso, Tertsch, Carrascal o Isabel San Sebastián», que, en opinión de Rubido, «con la perspectiva del tiempo serán lo que hoy para nosotros Azorín o Julio Camba».

El decimotercero director de la historia de ABC, no obstante, no se detuvo solo en virtudes. Reconoció que la profesión sufre «cuatro crisis»: la económica, «de la que todavía no hemos salido con el vigor y la solidez necesarios»; la crisis derivada del tamaño del sector, puesto que «sobran la mitad de los diarios, radios y televisiones aunque no lo queremos asumir»; la crisis

de modelo «pendiente de definir» y la crisis emocional: «tenemos un problema serio de valores y autoestima», confesó, a la vez que constató «el exceso de vanidad» de ciertos periodistas, cuyo personalismo «condena sus proyectos al fracaso».

Cuenta de resultados

Ante este diagnóstico, Rubido propuso un decálogo de medidas que resitúan a los medios en el lugar «imprescindible» que les corresponde. En primer lugar, abogó por «reprofesionalizar el periodismo». En su opinión, «no es bueno que existan cincuenta facultades» que impartan estos estudios en España. Bastaría con «tres que garanticen la formación de profesionales cul-

Sobre el fenómeno Podemos

«Algunas televisiones de derechas son muy culpables»

El barómetro del CIS conocido este miércoles y que sitúa a Podemos como segunda fuerza en intención de voto, por delante del PSOE, fue objeto de debate en el turno de preguntas. «Pueden llegar a ser el primer partido como sigan así y todos tendremos una cuota de responsabilidad», lamentó Bieito Rubido. «No hay precedentes sobre el apoyo de algunas televisiones de capital de derechas al auge de un movimiento de izquierdas nacido de unos jóvenes profesores de Universidad con escasa experiencia. Podemos recoge el enfado de gran parte de la sociedad española derivado del fracaso de sus altas expectativas», afirmó.

Sobre el independentismo catalán

«Los sentimientos no pueden anteponerse a la razón»

El director recordó que, a lo largo de la historia, «los estados modernos han crecido y evolucionado sustentados en la razón. Los sentimientos no se pueden poner por encima de un bien tan preciado como la libertad». De ahí la «posición firme» de ABC en relación con el desafío independentista promovido por el nacionalismo catalán: «Nosotros defendemos el Estado de Derecho, el orden constitucional, la unidad de España», perfectamente compatibles con el «reconocimiento de la rica pluralidad que aportan las comunidades autónomas», subrayó Rubido, tras apelar «al debate sereno, sin entrar en descualificaciones».

Sobre la Monarquía y el Caso Nóos

«Urdangarín ha hecho mucho daño a su familia y a España»

Bieito Rubido respondió con claridad a la pregunta sobre la posición de su periódico con respecto al caso Nóos: «ABC defiende la Monarquía por la estabilidad que garantiza, su historia y lo que representa en particular la figura de Don Juan Carlos. Pero eso no nos impide reconocer que Urdangarín ha hecho mucho daño a su familia, a la Corona y a la sociedad española». El director esgrimió los diversos editoriales que el diario ha dedicado a subrayar la ejemplaridad máxima que cabe esperar de la Familia Real, así como a exigir esclarecer por completo lo ocurrido y extender las responsabilidades a todas las personas implicadas.





Bieito Rubido, durante su intervención ayer en el Hotel Ritz

JAIME GARCÍA

tos y con capacidad de análisis». Por ahí comenzaría a recuperarse la «credibilidad», un déficit del que responsabilizó incluso a los asistentes al foro. «El periodismo bueno no tiene premio y el malo no se castiga», lamentó el director, antes de recomendar «huir del alud de notas de prensa» y «restablecer las barreras entre la información y la publicidad, sin olvidar el mandato moral de ser rentables porque la independencia económica nos hace libres». «Pensar que la cuenta de resultados no va con los periodistas es una irresponsabilidad», incidió.

Ganar autoestima, acometer definitivamente la transición al soporte digital, «donde ABC.es recibe cada día

a dos millones de usuarios únicos y acabaremos segundos o primeros este año», y resintonizar con los ciudadanos fueron otras tres recetas esgrimidas por Bieito Rubido, quien, en último lugar, apeló a la necesidad de devolver a las redacciones la vocación y la confianza en su futuro: «El día que desaparezca el último periódico, al siguiente habrá que crear el primer periódico. Siempre serán necesarios».

ABC
KIOSKO • MAS

Vea más fotos en la galería de imágenes de Kiosko y Más

Sobre los posibles candidatos del PP

«Interpretar los silencios de Rajoy es muy difícil»

Cuando al director de ABC se le preguntó por la demora de Mariano Rajoy en la designación de los candidatos a las próximas elecciones autonómicas y municipales de mayo, Cristina Cifuentes se acomodó en su asiento de la mesa presidencial. Junto a la delegada del Gobierno de Madrid, estaban otros dos candidatos habituales en las quinielas elec-

torales del PP: Esperanza Aguirre e Ignacio González. Bieito Rubido no tenía la respuesta que tanto esperan: «Yo no soy exegeta de la figura de Rajoy. Interpretar sus silencios es muy difícil», aclaró el director, antes de precisar que «el momento actual quizá aconseja conocer cuanto antes los elegidos para poder preparar las estrategias».

El Salón Real del hotel Ritz se quedó pequeño para acoger al numeroso público asistente

La única ausencia

M. LLUIS

Solo una persona faltó ayer a la conferencia de Bieito Rubido en el Foro de la Nueva Comunicación: Manuel Martín Ferrand. Su viuda, Rosalía González de Haro, sí ocupó el asiento «del mejor periodista de los últimos cincuenta años», en palabras del ponente. Y junto a ella, otras cuatrocientas personas acudieron al Hotel Ritz para escuchar al director de ABC. Desde las más altas instituciones del Estado hasta la sociedad civil estuvieron ampliamente representadas en los dos salones en que tuvo que repartirse el público por falta de espacio.

Asistieron, entre otros, el presidente del Congreso de los Diputados, Jesús Posada; el del Consejo de Estado, José Manuel Romay Beccaria; el presidente de la Comunidad de Madrid, Ignacio González; la delegada del Gobierno de Madrid, Cristina Cifuentes; la presidenta del PP madrileño, Esperanza Aguirre, o el jefe de Comunicación de la Casa del Rey, Jordi Gutiérrez.

Del mundo de la empresa, estuvieron el presidente de Telefónica, César Alierta; el de Iberdrola Ingeniería y Construcción, Carlos Fernández-Lerga; el de Adif, Gonzalo Ferre Moltó; el de Técnicas Reunidas, José Lladó; o el director general de Orange Media, Gonzalo de Anta. Del ámbito académico se vio a los rectores de la Universidad Rey Juan Carlos, Fernando Suárez; de la CEU San Pablo, Juan

Carlos Domínguez Nafria; o de la Camilo José Cela, Eduardo Nolla. No faltaron tampoco el director del Instituto Cervantes, Víctor García de la Concha, ni el presidente del Patronato del Teatro Real, Gregorio Marañón; o el secretario general de la Conferencia Episcopal, José María Gil Tamayo. Se sumaron de igual modo al foro patrocinado por Vodafone el presidente de Correos, Javier Cuesta; el vicepresidente de ANFAC, Mario Armero; o el exministro y empresario Rodolfo Martín Villa.

Especialmente nutrida fue la presencia de periodistas y directivos de medios. La presidenta de la FAPE, Elsa González; y el de la Academia de la Televisión, Manuel Campo Vidal; el de RTVE, José Antonio Sánchez, y el director de RNE, Alfonso Nasarre; el presidente de COPE, Fernando Giménez Barriocanal; el de Kiss FM, Blas Herrero; o el de la asociación de vendedores de prensa de Madrid, Enrique Fernández Marqués. Escucharon también el presidente de El Economista, Alfonso de Salas; el vicepresidente de Unidad Editorial, Giampaolo Zambaletti, y Oscar Campillo, director de Marca.

Por parte de Vocento, acompañaron a Rubido, entre otros, el consejero delegado, Luis Enriquez, y el presidente, Rodrigo Echenique; la vicepresidenta, Soledad Luca de Tena; el presidente de Honor, Santiago de Ybarra, y el de la Fundación, Enrique de Ybarra; así como la directora general de ABC, Ana Delgado.



La viuda de Martín Ferrand, junto a Luis Enriquez y Rubido

J. GARCÍA



en portada



Pyongyang tachó la película de «acto de guerra»

Una escena de la sátira que enfureció a Corea del Norte, con Randall Park en el rol del dictador

ABC

«The Interview»

Una broma que llegó muy lejos

La sátira sobre un plan para asesinar a Kim Jong-un, líder de Corea del Norte, motivó un ciberataque a Sony y un conflicto diplomático

PABLO PAZOS

La idea quizás ha pasado por la cabeza de algún líder mundial, aunque sea a modo de secreto inconfesable: ¿y si Kim Jong-un, el líder de Corea del Norte, desapareciera de la faz de la Tierra? Ese mismo pensamiento, aunque concebido como una monumental gamberrada, pasó por la mente de Seth Rogen y Evan Goldberg, creadores de «The Interview», cuya trascendencia engordó como una bola de nieve hasta hacer tambalear a uno de los grandes estudios de Hollywood, Sony Pictures, y motivar un conflicto diplomático entre Washington y Pyongyang.

¿Cómo se llegó a esto? Corría el mes de junio cuando el régimen alzó por primera vez la voz para expresar su ma-

lestar ante cierta comedia que fantaseaba con un complot para asesinar a su máximo dirigente. El régimen, irónicamente, escogió la ONU para aumentar sus quejas y tachar el filme de «acto de guerra». ¿Era para tanto? Concebida y codirigida por Rogen y Goldberg, amigos de infancia involucrados en filmes como «Supersalidos» y «Juerga hasta el fin», la película imaginaba el siguiente escenario: un periodista y su productor consiguen una entrevista con el mismísimo Jong-un. La CIA, olfateando una oportunidad quizás irrepentible, les encarga la

Vaya par de gamberros
Rogen y Franco son grandes amigos en la vida real



delicada misión de aprovechar la coyuntura para terminar con uno de sus enemigos acérrimos. Por el camino, desmadre y comedia más bien zafia.

Lo que no tuvieron en cuenta Rogen y Goldberg es que estaban bromeando a costa de una dictadura donde la disidencia se paga con la vida: no están precisamente para bromas. Los directivos de Sony sí se mostraron más precavidos y consultaron a expertos; querían calibrar posibles represalias. Esos expertos les tranquilizaron. Nadie podía prever lo que iba a ocurrir. Lo que ocurrió es que el pasado 24 de noviembre un grupo de piratas informáticos, Guardianes de la Paz, lanzó un ciberataque sin precedentes contra el estudio. Accedieron a información confidencial e incluso a películas, como «Corazones de acero» y «Annie», que difundieron en la red. Y comenzaron su despiadado chantaje.



Cine políticamente incorrecto

En las semanas siguientes orquestaron un goteo de filtraciones que puso en jaque a Sony. Quedaron al descubierto sueldos millonarios, contraseñas de los empleados y conversaciones muy delicadas. En el centro del huracán, la copresidenta, Amy Pascal, especialmente mal parada tras publicarse las duras palabras que había dedicado a superestrellas como Angelina Jolie y Leonardo DiCaprio en ciertos correos electrónicos. De la primera instaba que le «cerraran la boca» por entrometerse en sus planes; del segundo calificó de «despreciable» su actitud por retirarse del biopic de Steve Jobs. Este jueves se anunciaba que Pascal dejará su puesto en mayo para dedicarse a labores de producción. Finalmente paga el pato.

«Estreno interruptus»

Mientras Sony instaba a los medios de comunicación a que no siguieran el juego de los hackers, el panorama se aclaraba. Las sospechas de que el ciberrata-que respondía a una «vendetta» de Corea del Norte tomaban cuerpo cuando Guardianes de la Paz amenazaba con desatar un nuevo 11-S si los cines de Estados Unidos proyectaban «The Interview». El FBI, tras semanas de investigaciones, determinaba que Pyongyang había movido los hilos en la sombra. La decisión de las grandes cadenas de salas de no proyectar la película llevó a Sony a cancelar el estreno, previsto para Navidad. Una decisión criticada por el presidente Obama. «No podemos tener una sociedad en la que un dictador de algún lugar pueda imponer la censura», afirmó, rotundo, al tiempo que anunciaba medidas. El estudio acabó estrenando la comedia, pero en apenas 300 cines minoritarios y en plataformas de visionado en internet.

Según Sony, el lanzamiento digital le reportó 40 millones de dólares, a los que se sumarían 6 millones fruto de la taquilla convencional. Cifran en 15 millones las pérdidas por costes de «investigación y reparación». Hoy «The Interview» se proyecta en España en 220 salas. Desde la compañía aseguran que ningún cine expresó dudas o recelos. Enfriada la polémica, queda el poso de un peligroso precedente: el totalitarismo casi le gana la partida a la libertad de expresión.

«Team América» (2004)

Los creadores de «South Park» se rieron del mundo entero saliéndose de sus personajes habituales y rodando este «Team América» con guiñoles metidos a políticos. Aparecía hasta Kim Jong-il, el padre del actual líder norcoreano, aunque en este caso no hubo censura por su parte, aunque sí críticas feroces por parte del Gobierno de George W. Bush, que llegó a publicar notas condenando la mofa a la «guerra contra el terror».



«Un, dos, tres» (1961), Billy Wilder

El genial Wilder se metía en el conflicto de Alemania Oriental y Occidental con esta comedia protagonizada por un directivo de Coca Cola deseoso de hacer negocios en la Europa comunista. Una vez iniciado, el rodaje se tuvo que trasladar de Berlín Oriental a Múnich por la construcción del muro.



«Ninotchka» (1939), Ernst Lubicht

Greta Garbo interpretaba a la espía rusa que ponía nombre a una película rodada en tiempos de preguerra, con el comunismo de la URSS como objeto de las mofas de esta genial comedia.



«El dictador» (2012), S. Baron Cohen

Después de enfadar a todo Kazajstan con «Borat», Sacha Baron Cohen retrató a los dictadores de repúblicas autoritarias, con un personaje que recordaba a Saddam Hussein y a Gaddafi.

«El gran dictador» (1940), Charles Chaplin

EE.UU. no había entrado aún en guerra cuando Chaplin retrataba con maestría los delirios de grandeza de Hitler en el país imaginario de Tomania, usando una doble cruz como símbolo, en lugar de la esvástica.



«Bananas» (1971), Woody Allen

La tercera película de Allen (primera en la que tuvo control creativo completo), rodada en 1971, contiene una feroz crítica al gobierno cubano y también al de EE.UU. con una trama en la que se mezcla la guerrilla con varios dictadores y unos torpes negociadores políticos.





HISTÒRIES DEL MÓN

El periodista que no hi va ser

FRANCESC PEIRÓN

Nova York. Corresponsal

La seva admirable veu va sonar com cada jornada. El seu discurs, de 51 segons, com mai. Però totalment inesperat en un periodista de gran prestigi.

Brian Williams, de 55 anys, ha caigut del pedestal. Ja no farà companyia a Walter Cronkite, l'informador en qui els nord-americans confiaven sense parpellejar. Si ho deia Cronkite, mort l'estiu del 2009, només podia ser veritat.

Dimecres a la nit, el conductor del telenotícies vespertí de la cadena NBC —un dels més vistos— va sorprendre l'audiència en reconèixer que va mentir. Va admetre que, en la cobertura sobre el terreny de la guerra de l'Iraq, el 2003, no anava a bord de l'helicòpter de l'exèrcit dels EUA que va rebre un impacte i es va veure obligat a aterrar d'urgència. Va arribar allà passada una bona estona. El foc que no va trobar al front bèl·lic, Williams l'ha assolit en la comoditat de la seva oficina novaïorquesa. Avui el desapareix amb morter de calibre. La seva disculpa sona com una excusa del mal pagador. "No sé què ha pertorbat la meua ment i m'ha portat a barrejar un helicòpter amb l'altre", va afirmar.

De moment, tot i que la cadena no ha donat senyals que el vulgui rellevar, el cop ha estat demolidor. Moltes veus reclamen que, per la seva pròpia solvència, la companyia sigui dràstica. "Si la credibilitat significa alguna cosa per a l'NBC, Brian Williams no pot continuar sent l'editor i presentador de l'informatiu al final d'aquesta setmana", escriu David Zurawik a *The Baltimore Sun*.

Les xarxes socials van arremetre contra el reconegut *anchor* i, encara pitjor, el van ridiculitzar. Per art del fotomuntatge, Williams, amb el micro a la mà, apareix fent un reportatge a la Lluna, molt a prop de Neil Armstrong clavant la bandera dels Estats Units. O emergeix esquixant-se de la sang del president John F. Kennedy en el magnicidi de Dallas.

Que ocupava plaça en aquest helicòpter *Chinook* ho ha explicat durant anys. Però d'una manera més subtil, entre línies, diferent del traç gruixut d'ara. El canvi es va produir el 2013, quan va comparèixer com a convidat al xou de David Letterman. En aquesta entrevista va parlar obertament de trobar-se



Zona protegida. Brian Williams informant el març del 2007 des de Camp Liberty, la base més gran que l'exèrcit dels EUA tenia a l'Iraq

JEFF RIGGINS / NBC

Brian Williams, de l'NBC, confessa que no era a l'helicòpter atacat a l'Iraq

en un dels aparells tocats pels iraquians.

—M'estàs prenent el pèl?

—Vam haver d'aterrar molt ràpid i va ser molt dur, en ple desert.

La seva escalada imaginativa es va disparar aquest divendres passat. Va fer un reportatge per al seu informatiu en el qual acompanya

El prestigiós periodista queda a la corda fluixa després de descobrir-se que ha mentit durant anys

nyava el sergent major Tim Terpak, responsable de la seguretat de Williams en aquell país, a un partit d'hoquei gel dels locals, els Rangers, al Madison Square Garden. El militar va rebre una gran ovació en directe, després que el periodista digués que ell els havia protegit després de ser abatut el seu *Chinook*.

També el van penjar a la pàgina de Face-

book de l'NBC. Els elogis inicials es van convertir en dures crítiques després que Lance Reynolds repliqués: "Ho sento amic, però no et recordo a la meua nau".

Reynolds va afegir que tenia clara memòria de veure arribar l'informador "una hora més tard i preguntant-me què havia passat". A diferència del laberint mental de Williams, el veritable protagonista va qualificar l'impacte del projectil de fet que "et canvia la vida", per la fortuna de sobreviure. Reynolds encara hi va aprofundir més: "La sento com una experiència molt personal de la qual no es mereix participar algú que no hi va ser". Aquest comentari, amplificat per la revista *Stars and stripes*, en va rebre molts d'altres en què es confirmava aquesta versió. Williams no va tenir més remei que confessar a la mateixa pàgina de Facebook. No n'hi havia prou. Va haver de comparèixer davant les càmeres. "He comès un error en rememorar el que va passar fa dotze anys". Va assegurar que només havia buscat retre un homenatge als veterans. Un homenatge massa personal. ●



El Tribunal Supremo falla a favor de Mediapro en la «guerra del fútbol»

► La decisión anula los contratos por los que Prisa reclamaba más de 320 millones

ABC
MADRID

El Tribunal Supremo (TS) ha declarado nulos los contratos de julio de 2006 por los cuales Prisa reclamaba más de 320 millones de euros a Mediapro, lo que desencadenó la «guerra del fútbol», según ha informado esta última compañía. El grupo que preside Jaime Roures señala en un comunicado que la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo, por unanimidad de sus cinco magistrados, ha estimado el recurso de casación interpuesto por Mediapro contra la sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid que condenaba a este grupo por incumplimiento de los citados contratos.

«Estimamos el recurso extraordinario por infracción procesal interpuesto por Mediapro contra la sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid de 14 de noviembre de 2012, que dejamos sin efecto, y en su lugar acordamos la estimación en parte del recurso de apelación formulado por Mediapro contra la sentencia del Juzgado número 36 de Madrid de 15 de marzo de 2010», señala el TS.

El grupo Prisa está analizando la resolución del Supremo antes de pronunciarse al respecto.

La historia se remonta a agosto de 2007, cuando Prisa acusó a Mediapro de incumplimiento contractual y dejó de darle la señal de los partidos de fútbol para sus clientes, en concreto, para las televisiones en abierto y la distri-

bución internacional, informado la compañía en una nota de prensa.

En una primera sentencia, el juzgado 36 de Madrid falló a favor de Prisa, condenando a Mediapro al pago de más de 100 millones de euros.

La «amenaza de impagos» por parte de Prisa así como su petición de ejecución provisional de dicha sentencia provocó el concurso de acreedores de Mediapro en junio de 2010.

Posteriormente, la Audiencia Provincial de Madrid confirmó en parte la sentencia del juzgado 36, tras lo cual

Prisa elevó sus pretensiones de indemnización hasta más de 320 millones de euros.

La sentencia «inapelable» del Tribunal Supremo, sin votos particulares de ningún tipo, estima el recurso

Retransmisión de partidos
En una primera sentencia se falló a favor de Prisa, pero el fallo del Supremo es ya inapelable

de Mediapro en el sentido que el contrato de junio de 2006, en la interpretación que de él hacía Prisa, era «nulo de pleno derecho, porque su cláusula quinta contravenía las leyes de libre competencia».

Solo el pago de liquidaciones

A resultas de la resolución de primera instancia y del concurso de acreedores que Mediapro se vio obligado a solicitar, este grupo debía pagar a Prisa el próximo mes de marzo la cantidad de 105 millones de euros y presentar avales de otros 220 millones.

Tras la sentencia del Supremo, Mediapro únicamente deberá abonar 32 millones de euros, cantidad que resulta de las liquidaciones entre Prisa y Mediapro por la temporada 2006-2007, anterior al inicio de todo el conflicto.



Prisa acusó a Mediapro en 2007 de incumplimiento contractual y dejó de darle la señal de los partidos

IGNACIO GIL



'VANGUARDIA DOSSIER' La ciberguerra

VEGEU L'ACTE DE PRESENTACIÓ DE
'VANGUARDIA DOSSIER'
<http://goo.gl/hr791G>

Margallo: "Espanya és el tercer país que rep més ciberatacs"

El ministre d'Exteriors aplaudeix al Cervantes la tasca de 'Vanguardia Dossier'



D'esquerra a dreta, Ventre, Carol, García-Margallo, Javier Godó, Fernández Díaz, Ana Godó, editora de 'Vanguardia Dossier', i Àlex Rodríguez

FERNANDO GARCÍA
Madrid

Espanya és el tercer país del món que més ciberatacs rep, només després dels Estats Units i el Regne Unit. L'any passat els incidents d'aquest tipus a empreses, entitats públiques i ciutadans de l'Estat van sobrepassar els 70.000. La dada la va donar a conèixer ahir el ministre d'Afers Exteriors, José Manuel García-Margallo, durant la presentació, a l'Institut Cervantes de Madrid, del número de *Vanguardia Dossier* dedicat a la ciberguerra. En l'acte, el president editor de *La Vanguardia* i del Grup Godó, Javier Godó, i l'editora de *Vanguardia Dossier*, Ana Godó, van com-

partir la primera fila amb el ministre de l'Interior, Jorge Fernández Díaz, i amb el duc de Sòria, Carlos Zurita. El director de *La Vanguardia*, Màrius Carol, va encapçalat en aquest acte la representació de la redacció del diari.

Abans d'explicar les estratègies del Govern espanyol en matèria de ciberseguretat, García-Margallo va agrair el paper que aquesta casa exerceix en la vida pública espanyola des que es va fundar, el 1881: "Els espanyols devem molt a un mitjà com *La Vanguardia*", va afirmar. El cap de la diplomàcia va aplaudir així mateix la iniciativa de *Vanguardia Dossier* de dedicar un número, el 54 ja, a la que constitueix "una de les grans amenaces" del nostre

No es pot confondre amb altres atacs

■ La ciberguerra, tal com l'entenen els especialistes, no substitueix el que entenem com una guerra convencional sinó que ja és part de gairebé tots els conflictes. Així ho va destacar el ponent de la conferència sobre el tema en la presentació de l'últim número de *La Vanguardia Dossier*, el catedràtic de Seguretat i Defensa Cibernètica i enginyer del Centre Nacional d'Investigació Científica de França, Daniel Ventre.

L'especialista va afegir que el concepte de ciberguerra no s'ha de confondre amb el de ciberdelinqüència ni s'ha d'utilitzar per descriure atacs aïllats. Perquè el que defineix és "la dimensió cibernètica d'una guerra"; això sí, des d'un mitjà que s'organitza sense la jerarquia ni els vincles institucionals dels exèrcits. Ventre va advertir sobre l'"escassa consciència" que, en relació amb aquest fenomen, existeix entre els dirigents polítics.

temps en el marc d'"una realitat nova i per a molts completament inexplorada". Sobre la funció que aquesta publicació trimestral compleix dins del panorama periodístic, el ministre va opinar que es tracta abans que res d'"una eina útil" per al coneixement i la reflexió... "Sobretot per als polítics", va dir de broma. "El periodisme pot incitar al pensament", va assenyalar. De manera que, "gràcies al bon periodisme, els lectors podem debatre críticament sobre els grans temes d'avui".

Quant al rotatiu, García-Margallo va fer un repàs de la seva història i va manifestar que "*La Vanguardia* s'ha mantingut sempre en la centralitat, i això li ha

LA SEGURETAT

El ministre garanteix que Espanya respon "en temps real" a les ciberamenaces

UN MITJÀ DETERMINANT

"Els espanyols devem molt a 'La Vanguardia', diu García-Margallo

permès influir decisivament en la política catalana i espanyola".

Ja amb relació a la matèria que aborda l'últim número de *Vanguardia Dossier*, el ministre va assegurar que Espanya respon "en temps real" al desafiament de les ciberamenaces. Com a fites de la resposta va destacar la identificació d'aquests atacs entre les 12 amenaces més importants per al país; la creació del Consell i de l'Estratègia Nacional de Ciberseguretat, i l'elaboració, en curs, d'un pla de ciberseguretat.

García-Margallo va advertir contra la "temptació de controlar" el ciberespai amb l'excusa de garantir la protecció de la ciutadania: una temptació "comprensible" però que pot portar "errors fatals per al progrés".

En la introducció a l'acte, el director adjunt del diari i responsable de *Vanguardia Dossier*, Àlex Rodríguez, va recordar que Internet ja té 3.000 milions d'usuaris i "potencials ciberguerrers" al món. Un món que "no és un lloc més segur després de la fi de la guerra freda".



DEPORTE DERECHOS DE TV DE LOS EQUIPOS DE LA LIGA

MEDIAPRO MARCA GOL EN LA 'GUERRA DEL FÚTBOL'

Tras siete años de conflicto, el Tribunal Supremo declara nula la cláusula de no competencia que suscribieron ambas compañías en 2006 y exime a la productora del pago de unos 320 millones

RAÚL PIÑA MADRID

El balón aún rodaba por el césped. Ambos equipos deseaban oír el silbato que indicara el final del partido. La prórroga se hacía interminable. Pero sonó el pito. El colegiado, el Tribunal Supremo, ha decretado el camino a los vestuarios. En ese instante, Mediapro ha cantado gol, cuando el estadio esperaba que lo hiciera Prisa. La Sala de lo Civil del Supremo exime a la productora catalana del pago de una indemnización de 320 millones al considerar nulo el contrato de no competencia que ambas compañías firmaron en 2006.

Este conflicto, que ha llegado a poner en jaque el inicio de alguna temporada de fútbol y derivó en el esperpento de verse en abierto varios partidos en una misma jornada por La Sexta, se inició en agosto de 2007, cuando AVS (Prisa) denunció a Mediapro por considerar que había incumplido el contrato sellado un año antes, cuya cláusula quinta establecía la forma en que ambas empresas contratarían los derechos de los equipos de fútbol. Prisa acusó a Mediapro de incumplimiento contractual, alegando que la productora catalana no había aportado «los contratos suscritos con los clubes cuyos derechos se comprometió a aportar a AVS-Prisa» y que había «negociado y adquirido, con posterioridad al acuerdo, derechos de diversos clubes, contraviniendo lo pactado».

El 14 de abril de 2010, Compe-



Unidades móviles de Mediapro, aparcadas delante del Santiago Bernabéu, antes de un partido de Liga. BERNABÉ CORDÓN

tencia emitió una resolución en la que consideraba que ese pacto de no competencia era contrario a los artículos 1 de la Ley de Defensa de la Competencia y 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. No obstante, en el largo litigio judicial mantenido estos años, Prisa ha ido teniendo el respaldo. Primero fue el juzgado 36 de Madrid y después la Audiencia Provincial de Madrid.

Sin embargo, el Supremo sigue

la línea interpretativa de Competencia, al considerar nulo el contrato suscrito entre Prisa y Mediapro en 2006. «El pacto entre empresas que contiene la cláusula quinta es contrario al artículo 1 LDC y al artículo 1 TFUE. La consecuencia es la prevista en el apartado 2 de ambos preceptos, la nulidad de pleno derecho del pacto contractual. La nulidad [...] afecta a todo el acuerdo contractual de 24 de julio de 2006», puede leerse en el auto.

«La existencia de esa cláusula no tenía sentido. Una cláusula para ponerse de acuerdo en no competir no puede existir. La sentencia del Supremo nos anima en el sentido de que quien considera que tiene razón tiene que defenderla hasta el final», explica a este diario Jaume Roures, socio fundador y responsable de Mediapro.

La productora, que en la actualidad es dueña de la mayoría de los derechos de televisión de los clu-

bes de la Liga, sí deberá abonar a Prisa 2 millones de euros –más los intereses devengados desde la fecha de la primera audiencia previa–, cantidad que resulta de las liquidaciones entre Prisa y Mediapro por la temporada 2006-2007. Se trata del curso anterior al inicio de todo el conflicto, es decir, las cantidades que ya adeudaba Mediapro antes de que Prisa le cortase la señal de los partidos.

La decisión del Supremo supone un importante varapalo para Prisa, pues se trataba de una importante inyección económica. Además, en todo este proceso, siempre han aseverado contar con la razón y los argumentos de su parte. De hecho, y como ha quedado reflejado, la Justicia así lo fue refrendando. Hasta el pitido final del partido, cuando el marcador cambió.

Pese a esta sentencia, en esta guerra aún no está dicha la última palabra. En las próximas semanas, la Corte Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional de París deberá resolver la controversia sobre los costes de adquisición de los derechos audiovisuales de la Liga de Fútbol Profe-

LA EMPRESA DE ROURES SÍ TIENE QUE ABONAR 32 MILLONES, PERO POR UNA SITUACIÓN ANTERIOR A ESTE CONFLICTO

sional (LFP) correspondientes a las temporadas 2012/2013, 2013-2014 y 2014-2015. Es el acuerdo al que llegaron Canal+ y Mediapro en julio de 2013. El laudo del Tribunal Arbitral tendrá carácter vinculante y ejecutivo para las partes. La aceptación de este mediador por ambas partes se produjo tras la intervención del secretario de Estado para el Deporte y presidente del Consejo Superior de Deportes (CSD), Miguel Cardenal.



MAL A LA CREDIBILITAT DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

El mal del periodista famós

Experts en ètica i reporters de guerra denuncien el presentador estrella de la NBC, que es va inventar que va ser víctima d'un atac a l'Iraq ≡ **La disculpa de Brian Williams** no satisfà

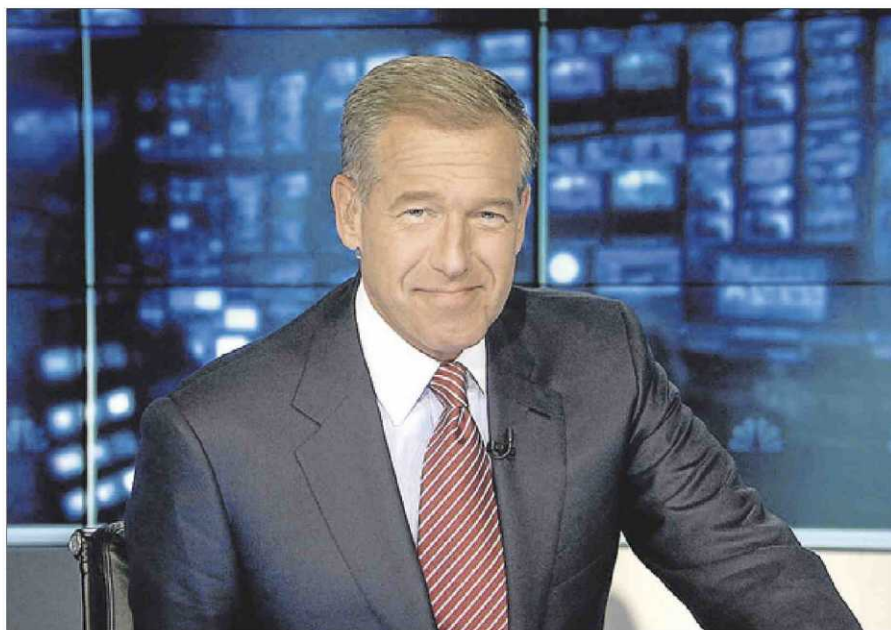
IDOYA NOAIN
NOVA YORK

Una enquesta de Gallup de l'any passat va confirmar als Estats Units una tendència de les últimes dècades que es repeteix a molts altres països: la confiança dels ciutadans en els seus mitjans de comunicació cau en picat, tant en el que es refereix a diaris (dels quals ja només es fien molt o bastant el 22% dels nord-americans) com a televisió (19%). A aquesta perjudicada relació li acaba de clavar un altre cop dur Brian Williams, el presentador estrella dels informatius de la nit de la NBC, els més vistos als EUA, que a més s'ha disparat al seu propi peu.

La NBC va emetre divendres una peça en què es mostrava Williams portant un veterà a un partit d'hockey i rendint-li homenatge per la seva tasca. El periodista i presentador va fer menció d'un incident en concret que va succeir a l'Iraq el 2003, quan el militar els va protegir a ell i al seu equip quan l'helicòpter en què viatjaven *encastats* cobrint la guerra va rebre l'impacte de foc enemic. Suposadament.

L'informatiu va penjar la peça a la seva pàgina de Facebook i de seguida hi van començar a aparèixer comentaris que qüestionaven la història. «**Ho sento, col·lega, no et recordo al meu helicòpter, et recordo arribant prop d'una hora després que haguéssim aterrat i preguntant-me què havia passat**», va escriure per exemple Lance Reynolds, enginyer d'un dels helicòpters que sí que va rebre foc.

Desmentiments com aquests van donar peu a una investigació de la publicació militar *Star and stripes*, que va confirmar amb un sergent que sí que viatjava amb Williams que el seu propi helicòpter



►► Al plató ► Brian Williams, durant l'emissió d'un dels informatius de la NBC.

«És sa que els periodistes estiguin sota observació», diu el director d'un centre d'ètica

«mai va estar sota foc enemic directe» i que hi van arribar entre 30 i 45 minuts després.

La «boira de la memòria»

Williams es va disculpar tant a Facebook com en declaracions a *Stars and stripes* i dimecres ho va fer al telediari. Va demanar perdó per l'«error», va lamentar el seu intent «barroer» de rendir homenatge als militars, va lamentar la «confusió» entre dos helicòpters, va parlar d'una «boira de la memòria» que s'havia anat fent més densa a mesura que passaven 12 anys... Però no va explicar perquè

havia anat canviant de versió amb el pas dels anys, unes variacions en què ell anava prenent més i més protagonisme.

El 2003, per exemple, la seva informació inicial va ser una mica vaga sobre el que havia passat. Ja el 2005 va dir en una entrevista que havia vist des del seu helicòpter com uns homes «que semblaven pagesos» paraven una camioneta al desert, treien un llançagranades i fusells, disparaven contra els helicòpters i tocaven el que anava davant d'ell (impossible si volaven mitja hora per darrere). El pitjor, no obstant, va arribar el 2013, quan en una entrevista

amb David Letterman va explicar amb tot luxe de detalls que va ser el seu propi helicòpter el que va rebre l'impacte. Aquell mateix any va declarar en una altra entrevista amb l'actor Alec Baldwin que havia arribat a tómer per la seva vida.

Diversos reporters de guerra se li han llençat a sobre. Per exemple, David Kenner, que treballa per a *Foreign Policy*, va tuitejar: «**No tens records erronis de si el teu helicòpter ha estat atacat amb granades a l'Iraq**». I el corresponent a l'Afganistan de *Stars and Stripes* va alertar que «**les mentides de Williams empitjoren la imatge dels periodistes**».

«Un error com aquest és imperdonable», va dir a Madison Robert Drechsel, director del Centre d'Ètica Periodística de la Universitat de Wisconsin, que no recorda un cas similar, tot i que el 2001 el reporter Gerald Rivera també va mentir a l'afirmar que havia estat en un lloc de l'Afganistan on havien mort tres soldats, quan en realitat era a 300 quilòmetres.

«La memòria és fràgil, podem imaginar coses que no van passar, però molesta més quan s'arriba a descriure amb el luxe de detalls que va fer servir Williams», va explicar Drechsel. Aquest expert en ètica va considerar que el que havia passat «**reflecteix com és de perillós que els periodistes, sobretot quan es fan famosos, permetin convertir-se a si mateixos en part de la història**». I es va mostrar preocupat perquè el que ha passat «**és desafortunadament una altra ferida, possiblement no només per a Williams i per a NBC**», però va destacar també el paper rellevant que hi han jugat les xarxes socials, sense les quals la *confusa* memòria de Williams podia haver seguit creant. «**Ara, els periodistes sempre estan sent observats i analitzats, i això és sa**», va dir.

Drechsel va usar a més el que havia passat com una advertència: «**El periodisme avui dia lluita per definir-se i distingir-se de tot el material i la informació massiva que es distribueix. És més important que mai comportar-se coherentment de forma professional i ètica**». ≡



Apple prepara su propia TV de pago para pugnar con las grandes cableras

La firma negocia dar su oferta por 20 dólares al mes frente a los 100 del resto

José Luis de Haro NUEVA YORK.

Entre beneficios históricos, *iPhones*, *iWatches* y demás *gadgets*, la compañía capitaneada por Tim Cook lleva años vacilando sobre su inmersión en el mundo de la televisión. A través de su Apple TV y de la mano de iTunes, la de Cupertino ha sabido competir dignamente con otros servicios similares como Roku o, más recientemente, el Fire TV de Amazon. Sin embargo, la tecnológica de la manzana está decidida a ir un paso más allá y plantar cara a los todopoderosos operadores de cable en Estados Unidos.

Según adelantaba la web *re/code*, los directivos de Apple mantienen conversaciones con distintos canales de televisión sobre un posible acuerdo que permita a la compañía ofrecer a sus usuarios un servicio de televisión de pago, similar al recientemente estrenado por el Dish Networks, bautizado bajo el nombre de *Sling TV*. Por sólo 20 dólares mensuales, frente a la media de 100 dólares del cable convencional, los usuarios obtienen una docena de canales, entre el deportivo ESPN, a través de Internet sin necesidad de rubricar un contrato con Comcast, matriz propietaria del canal NBC, o Time Warner.

El atractivo del *streaming online*, que ha ganado influencia gracias a la proliferación de Netflix así como los dispositivos móviles, tabletas incluidas, ha hecho que otros canales de televisión como HBO se hayan planteado ofrecer servicios exclusivos *online* sin depender del cable. Algunos canales de televisión en abierto, como CBS también se han lanzado a probar suerte a la hora de ofrecer sus contenido linear a través de la Red. Con un coste de 6,99 dólares al mes, la cadena permite el *streaming* en tiempo real de sus contenidos además de ofrecer

Ofrecerá una docena de canales sin necesidad de rubricar un contrato con las cadenas

Compañías como HBO se plantean ofrecer servicios exclusivos 'online' sin depender del cable

servicios a la carta con sus series más populares como NCIS o The Good Wife. El problema según los analistas es que el consumidor podría enfrentarse a una saturación de servicios de *streaming*. Recordemos que también existe Hulu Plus, una alianza entre ABC, NBC y Fox donde por una suscripción mensual puede accederse a contenido de estas cadenas.

Programas y series

De momento, en lo que a Apple respecta, parece que la compañía busca agrupar distintos programas y series de televisión para venderlos directamente a los consumidores a través de la Red. Esto no implica que la de Cupertino vaya a reinventar la televisión, pero sí que ofrecerá su propia versión a través de una plataforma personalida mucho más orientada a sus usuarios. Según *re/code* las conversaciones todavía son puntuales, por lo que no se han ofrecido detalles importantes como el coste de este servicio.

No es la primera vez que Apple intenta irrumpir dentro del mundo de la distribución televisiva. En 2009 propuso un plan mensual por 30 dó-



Tim Cook, consejero delegado de Apple. REUTERS

lares para ofrecer contenidos de televisión. Recientemente ha intentado colaborar con Time Warner Cable en busca de ofrecer servicios de *hardware* y *software* a los usuarios de la operadora de cable. Mientras tanto, Dish y Sony ya han rubricado acuerdos con los propietarios de contenido de televisión para ofrecer televisión linear a través de Internet, algo que ha creado un modelo de negocio de referencia a la hora de in-

cluir nuevos competidores. Tampoco es un secreto que desde la de Cupertino elucubran con cambiar la forma en que consumimos televisión. El director de este área de negocio, Eddy Cue, ya dijo el pasado mayo que la "experiencia a la hora de ver televisión es bastante mala" al afirmar que los sistemas se han quedado estancados y no existen estándares. Apple TV ha vendido ya 25 millones de unidades.



La casta sindical de RTVE negoció en 2006 un ERE millonario

► El Tribunal de Cuentas asegura que la operación podría costar 1.700 millones

ABC
MADRID

Un reciente informe del Tribunal de Cuentas pone de manifiesto el grave perjuicio ocasionado a las arcas públicas en la gestión y desarrollo del expediente de regulación de empleo en RTVE. La gestión de la entonces directora general, Carmen Cafarell, supuso un perjuicio que puede superar los 1.700 millones de euros a las arcas públicas a lo largo de 15 años. Los presupuestos generales del Estado recogen un gasto anual para pagar este ERE de 177 millones en 2009 y 112 millones más en 2015. Cada uno de los casi 4.000 trabajadores acogidos al ERE estarán percibiendo una media próxima a los 50.000 euros anuales, más que si hubieran seguido en activo, porque el pacto alcanzado con los sindicatos asegura a los beneficiarios una subida anual del 2,5%, al margen de lo que le ocurra al resto de empleados públicos españoles. RTVE podría ser la única empresa del mundo en la que los miembros de un sindicato (Sepamca) reclaman ser incorporados al ERE.

En la práctica, RTVE tiene que mantener dos plantillas: una de 6.400 trabajadores en activo, cuyo coste anual se acerca a los 400 millones, y de casi 4.000 trabajadores acogidos al ERE cuyo coste supera los 100 millones.

Adicionalmente, el cambio en el modelo de gestión que se quería propiciar con la creación de la corporación RTVE nunca tuvo lugar. La dirección de la época tenía más interés en negociar una salida generosa para los trabajadores que en cambiar el modelo de gestión. Esta ha sido la estrategia sindical desde la creación de la empre-



Carmen Cafarell, directora general de RTVE entre 2004 y 2007 S. CAMARERO

sa hace ya casi 60 años, un modelo de televisión pública dominado por los intereses sindicales, basados en gestionar quién entra, quién sale y cuánto cobra y mucho menos en dar un servicio de calidad.

Plantilla inflada

Esto queda demostrado al comprobar cómo el trabajo de una consultora externa contratada a precios millonarios (más de 5 millones en 2005) quedará en papel mojado después de la intervención de representantes políticos externos a la negociación y de los propios sindicatos. La consultora definió una plantilla objetivo de 4.765 trabajadores, que suponía una disminución del 48% desde la situación de partida de 9.212. Este esquema suponía la implantación de un nuevo modelo organizativo más simple, sin duplicidades, así como una racionalización de los costes de programación. Sin embargo, diversas presiones sindicales y políticas lograron que la plantilla objetivo llegara a 6.400, según el acuerdo de 2006 entre la SEPI, RTVE y los sindicatos. Ello profundizó, según el Tribunal de Cuentas, en un modelo que produce unos costes operativos hasta nueve veces superior a la de cadenas públicas de otros países europeos en relación a

su PIB. La corporación nació así lastrada con unos costes operativos imposibles de financiar y con una pérdida de capital humano provocado por el ERE que fijaba la salida del personal mayor de 52 años.

Para colmo de males, se constituyó una comisión de seguimiento, interpretación y aplicación del ERE, formada por representantes de la dirección y trabajadores acogidos al ERE que, según el Tribunal de Cuentas, adoptó decisiones que excedían claramente de su competencia y supusieron un incremento del gasto total. La cuantía no se ha podido establecer ni siquiera de manera aproximada.

Por otro lado, se acordó contratar 1.358 trabajadores fijos entre 2007 y 2008 y se preveía que pasaran a fijo 450 de los 1.124 empleados de RTVE. Sin embargo, el número de fijos llegó a 866, el 58% por ciento de los cuales no cumplía alguno de los criterios básicos. Se produjo además la paradoja de que un ERE concebido para rejuvenecer la plantilla supuso la incorporación de 39 personas mayores de 50 años y de seis con más de 60.

El informe del Tribunal de Cuentas todavía es provisional, pero cuando se eleve a definitivo, podrá dar lugar a las acciones legales correspondientes.



Cuando el abuso de tu imagen implica amenazas de muerte

Una actriz norteamericana lucha en los tribunales contra Google para que retire de Youtube un vídeo en el que se utilizó su imagen sin su consentimiento para un cortometraje que critica a Mahoma y el islam.

Carlos García-León. Madrid

¿Qué pasaría si usted es una actriz y graba unas imágenes para un cortometraje cediendo los derechos de explotación de su imagen en el film a la productora? En principio, nada fuera de lo normal en un contrato muy habitual en la industria cinematográfica. Pero, ¿y si finalmente su imagen se usara para otra película que usted desconociera y, como consecuencia, recibiera amenazas de muerte?

Este caso se ha dado en Estados Unidos y está sembrando mucha polémica por la derivada de asunto. La actriz californiana Cindy Lee García ha demandado a Google para que elimine una película colgada en Youtube. La particularidad es que la actriz fue contratada para realizar un pequeño papel en una película que finalmente no llegó a terminarse y, en su lugar, el productor utilizó parte de su interpretación, de cinco segundos de duración, para incluirla en una película titulada *Innocence of Muslims*, una crítica del islamismo y donde se doblaba a la actriz hablando sobre la posible pederastia de Mahoma.

La película fue difundida en Youtube y ocasionó protestas y significativas revuel-



La actriz Cindy L. García tiene abierta una batalla legal para que Youtube retire un corto crítico contra el islam donde ella aparece sin dar su consentimiento. Google se niega a retirarlo por considerarlo censura.

tas en distintos países árabes. De hecho, la actriz recibió múltiples amenazas de muerte por su participación en la grabación consideraban blasfemia al profeta.

El litigio resultante ha generado mucha controversia, e incluso el propio presidente Obama y otros líderes mundiales habían pedido a Google su retirada de Youtube, pero éste lo había rechazado alegando que equivaldría a una censura del gobierno y que

violaría las protecciones de libertad de expresión.

Apelaciones

En un primer fallo, la corte del distrito denegó la solicitud de la actriz de medidas cautelares contra Google para que el vídeo fuera retirado; posteriormente apeló la decisión, que fue revocada en segunda instancia; y actualmente la decisión está en manos de un panel de 11 jueces de la Corte del 9º Circuito de Apelaciones. El

resultado final puede significar que se pase a carecer de los acuerdos legales sofisticados entre actores y productores que han sido durante años un elemento básico de la industria de medios en EEUU.

Alejandro Touriño, socio del bufete Écija, cree que "si la actriz hubiese conocido la finalidad de las imágenes, su acción no tendría sentido, porque habría firmado un contrato cediendo los derechos de propiedad intelectual so-

Youtube defiende el contenido porque quien subió el vídeo tiene los derechos de explotación

Los expertos afirman que en España la ley no permitiría que se perjudique el buen nombre del afectado

bre su interpretación y los de imagen sobre su persona, pero si no lo sabía –como parece–, existiría un vicio en el consentimiento. De este modo, la productora que estuviese explotando las imágenes le estaría haciendo sin el preceptivo consentimiento".

Los abogados de Cuatrecasas, Gonçalves Pereira Albert Agustinoy y Jorge Monclús afirman que en EEUU "se producen paradojas en algunos derechos y hay menos protección en los derechos de autor vinculados al intérprete en la explotación de obras cinematográficas. En España –como en Europa–, existen los derechos morales en la ley de propiedad intelectual, que implica que la obra no puede usarse para perjudicar el buen nombre del afectado".

Usar canciones sin autorización

Hay otros ejemplos en donde se usa la imagen de una persona o, en estos casos, las canciones de un autor, con un uso distinto al que se había concebido y sin permiso explícito. Angela Merkel tuvo que pedir disculpas al grupo alemán Die Toten Hosen por utilizar su música como himno en la fiesta electoral de hace algo más de un año. La banda de punk recibió la llamada de la jefa del Gobierno alemán, que lamentaba haberse apropiado de la canción. Otro caso muy sonado fue el que irritó a Bruce Springsteen, ya que se usó su célebre *Born in the USA* en la campaña de Ronald Reagan. Además de prohibir a la campaña utilizar sus acordes, el cantante de New Jersey señaló que no habían entendido nada de nada de la canción. En 2008, John McCain utilizó *Running On Empty* de Jackson Browne para los comicios contra Obama. Fue sin autorización y el artista lo denunció, resolviéndose fuera de los tribunales con el pago de una cantidad. En España, por ejemplo, el PP utilizó sin permiso el tema de Manu Chao *Caí en la trampa* en 2008 para su campaña contra Zapatero.



El Tribunal Supremo deja a Prisa sin 290 millones de la 'guerra del fútbol'

Mediapro gana la batalla judicial por los derechos audiovisuales tras ocho años

Á. Semprún MADRID.

Mediapro gana la I guerra del fútbol en el tiempo de descuento. El Tribunal Supremo pitó ayer el final de un partido favorable a la productora de Jaume Roures, lo que supone un varapalo para Prisa, que ve como se le escapan 288 millones de euros de los hasta 320 millones que había reclamado a la firma catalana por el incumplimiento de los contratos firmados en 2006 para la explotación conjunta de los derechos televisivos del deporte rey.

Los cinco magistrados de la Sala de lo Civil del Supremo han estimado el recurso de casación interpuesto por Mediapro contra la sentencia de la Audiencia Provincial de marzo de 2010, que condenaba a la productora de Roures a pagar unos 105 millones a la antigua Digital+. Así, el Alto Tribunal ha declarado nulos los contratos firmados en 2006, al estimar que "son contrarios a la ley de la competencia".

"El pacto entre empresas que contiene la cláusula quinta es contrario al art. 1 LDC y al art. 1 TFUE. La consecuencia es la prevista en el apartado 2 de ambos preceptos, la



Un cámara graba un partido del Barcelona. REUTERS

nulidad de pleno derecho del pacto contractual", recoge la sentencia del Supremo, en línea con la resolución de la CNC de abril de 2010, en la que declaraba "nula de pleno derecho" la cláusula de no competencia firmada por los grupos.

Así, el Supremo, que asegura que "no cabe hablar de incumplimiento", sólo obliga a Mediapro a pagar 32 millones al grupo que preside Juan Luis Cebrián por las liquidaciones pendientes de la temporada 2006/2007, frente a los 320 millones solicitados entre ampliaciones de denuncias y perjuicios de derechos no aportados. Y es que, ante los impagos de Mediapro, Prisa pre-

sentó una nueva demanda en julio de 2010 solicitando una indemnización extra por daños y perjuicios de 97,6 millones.

105 MILLONES DE EUROS

La Audiencia Provincial condenó a Mediapro a pagar 105 millones por dos temporadas a Prisa por incumplir unos acuerdos de 2006.

110 MILLONES DE EUROS

Prisa y Mediapro dirimen la enésima guerra del fútbol en el Tribunal de París. La dueña de Canal+ le reclama 110 millones por inflar los precios.

La productora catalana explicó en un comunicado que, a resultados de la primera instancia de 2010, debían pagar a Prisa 105 millones el próximo mes de marzo y presentar

sentó una nueva demanda en julio de 2010 solicitando una indemnización extra por daños y perjuicios de 97,6 millones.

unos avales de otros 220 millones para asegurar el pago del total de la condena. La firma de Tatxo Benet y Jaume Roures se declaró en concurso de acreedores en 2010 para no hacer frente a la condena de la Audiencia Provincial, después de que Prisa solicitara una "ejecución provisional de la sentencia" y declarar abiertamente que no iba a pagar los derechos.

El inicio de esta guerra se remonta a agosto de 2007. Un año después de sellar el mencionado acuerdo para los derechos de los clubes, Prisa acusó a Mediapro de incumplimiento contractual y dejó de darle la señal de los partidos de fútbol para sus clientes, en concreto para las televisiones en abierto y la distribución internacional.

Frentes abiertos

El Supremo cerró ayer la batalla judicial por los derechos del fútbol abierta hace ocho años, pero todavía quedan escaramuzas pendientes. En diciembre de 2011, Canal+ presentó una demanda contra Mediapro por incumplimiento de determinadas cláusulas estipuladas en la explotación de los derechos. La Audiencia Provincial de Barcelona condenó en enero de 2014 a la productora catalana a pagar a Prisa 4,45 millones de euros. La sentencia está recurrida.

Pero la batalla más importante se dirime en el Tribunal de Arbitraje de París. Prisa exige unos 109 millones de euros a Mediapro por inflar el precio de los derechos en las temporadas 2012-2015.



La 'guerra del futbol' es resol a favor de Mediapro

El Tribunal Suprem posa fi amb una sentència a una pugna de vuit anys pels drets televisius dels clubs

FRANCESC BRACERO
Barcelona

Una resolució judicial va posar ahir punt final a l'anomenada *guerra del futbol*. La pugna pels drets televisius de la Lliga de Primera Divisió, iniciada el 2007 entre Prisa i Mediapro, acaba amb una sentència de la Sala Civil del Tribunal Suprem publicada ahir que estima per unanimitat dels seus cinc membres el recurs que va interposar la productora catalana contra una sentència anterior de l'Audiència Provincial de Madrid que la condemnava per incompliment de contracte i l'obligava a indemnitzar el grup de comunicació.

La sentència allibera Mediapro del pagament de 105 milions d'euros que havia d'efectuar a mitjans del proper mes de març i també de presentar avals per 220 milions més. No obstant això, Mediapro haurà de pagar a Prisa 32,3 milions d'euros més els corresponents interessos de demora, pels drets que va deixar d'abonar quan es va iniciar el conflicte.

La imminència de la sentència s'havia convertit en una espasa de Dàmocles sobre Mediapro, amenaçada per la possibilitat d'haver d'abonar una elevada indemnització que podia comprometre els seus comptes.

Conegut als mitjans com la *guerra del futbol*, el conflicte



ROSER VILALLONGA / ARXIU

Càmeres per a la transmissió televisiva d'un partit al Camp Nou

pels drets de televisió va començar el 2007 quan Prisa va al·legar que Mediapro, en virtut de la clàusula d'un contracte entre totes dues, no podia firmar acords amb els clubs de futbol

La decisió allibera la productora d'abonar al març 105 milions i d'avaluar 220 milions més

pels seus drets audiovisuals.

Prisa va reclamar a Mediapro als tribunals el lliurament dels contractes que ja tenia firmats i van deixar de subministrar-se els senyals dels partits dels

clubs amb els quals cadascuna de les companyies tenia contracte. Va ser una època que els aficionats recordaran perquè s'arribaven a emetre quatre i cinc partits en obert cada setmana. Els contractes als quals fa referència el conflicte van finalitzar el 2009.

La primera sentència, emesa pel jutjat 36 de Madrid, va donar la raó a Prisa i va condemnar Mediapro al pagament de 100 milions d'euros d'indemnització, a més del lliurament de tots els contractes que tenia firmats amb diversos clubs de futbol. A conseqüència d'això, Mediapro va entrar en concurs de creditors el juny del 2010.

Una nova sentència de l'Audiència Provincial de Madrid, de novembre del 2012, va esti-

mar parcialment el plantejament de Prisa, que va elevar la seva petició d'indemnització a més de 320 milions d'euros.

Finalment, el Tribunal Suprem ha considerat que Mediapro tenia dret a firmar contractes amb clubs, ja que una clàusula d'aquest tipus contravenia la legislació europea de la competència i, per tant, declara nul·la la primera sentència del jutjat de Madrid.

Per part de Mediapro, Tatxo Benet va considerar ahir que la sentència del Suprem suposa "un gran reforç, no només econòmic, sinó també moral". "Durant vuit anys -va apuntar- hem estat sotmesos a tota mena d'injúries i, per això, que et donin la raó de forma taxativa és molt important".●



Cursos on-line a partir de los éxitos editoriales de Planeta

Los cambios en los hábitos de lectura y la demanda de nuevos métodos de aprendizaje impulsan esta iniciativa

Alfredo R. Kuklinski

MADRID- El director editorial de Grupo Planeta e impulsor de la iniciativa, Roger Domingo, presentó ayer Planeta Hipermedia, la nueva plataforma que comercializará cursos on-line a partir de sus éxitos editoriales de «management». Con esta iniciativa se pretende ofrecer tanto a empresas como a particulares un catálogo de 20 cursos liderados por varios de los expertos en gestión empresarial del grupo. Y es que son los propios autores quienes protagonizan la formación a través de una treintena de vídeos que incluye cada curso, a los que se le añaden los materiales complementarios para ampliar conocimientos sobre la temática. Entre los autores destacan Pilar Jericó, Juan Carlos Cubeiro, Josef Ajram, Anxo Pérez, los hermanos Polo o Andy Stal-

man, pero próximamente se incorporarán otros como Jandro, MagoMore o Christian Gálvez.

Planeta Hipermedia ofrecerá sus servicios en dos canales, a empresas (B2B) y a particulares (B2C). En el primer modelo se venden licencias de accesos a los cursos a empresas, las cuales las distribuyen entre sus empleados. Además, Grupo Planeta pondrá todo el catálogo de autores de los sellos del grupo a disposición de éstas. Por su parte, en el segundo modelo el usuario particular puede comprar y acceder a los cursos a través de la web planetahipermedia.com o bien comprarlos a través de la AppStore o de la tienda Android. En este modelo los cursos tendrán un precio de 19,99 euros, un precio similar al de un libro y cuyo objetivo es que uno pueda obtener el mismo aprendizaje leyendo el

propio libro o bien completando el curso. Y es que como comentó el propio Roger Domingo, «el libro en papel ha dejado de ser el vehículo de transmisión de esta información, ahora lo más habitual es acudir a la web para buscar lo que se desea». En ese sentido, el director editorial de Grupo Planeta explicó que «la caída de las ventas de libros no es problema del contenido, sino que del formato porque no es en el que la mayoría del público quiere leer».

De esta forma, Planeta Hipermedia contará con una estructura formada por 4 módulos en los que cada uno explican las temáticas de los cursos. Además, en la plataforma habrán 25 piezas audiovisuales con contenidos complementarios para los cursos y al finalizar el curso que haya elegido el usuario se realizará un test para evaluar el aprendizaje.



Planeta Hipermedia es una nueva plataforma para comercializar cursos on-line impartidos por los propios autores de la editorial



Prensa: Diaria
Tirada: 45.255 Ejemplares
Difusión: 29.542 Ejemplares

Sección: OPINIÓN Valor: 6.191,00 € Área (cm2): 358,2 Ocupación: 37,23 % Documento: 1/1 Autor: A FONDO Carlos Espinós Núm. Lectores: 190000

La TV y el satélite: una pareja con futuro



A FONDO

Carlos Espinós

El sector de la radiodifusión vive un momento de cambios y novedades –tecnológicas, de hábitos de consumo, de modelos de negocio– que parecen alentar pronósticos agoreros sobre una muerte segura de la televisión tradicional que dé paso a contenidos a la carta ofrecidos por Internet. Sin embargo, eso no será así, al menos en la próxima década. Es verdad que están abriéndose paso nuevas formas de ver televisión, pero los datos más rigurosos y recientes señalan que el número de hogares con televisor en el mundo aumentará en más de 120 millones entre los años 2012 y 2015. Y que, de todas las tecnologías que transportan estos contenidos, las que más van a crecer serán las plataformas de televisión DTH y las de cable.

Aún más, el grupo Euroconsult prevé que la oferta de canales lineales aumente un 50% en unos 10 años, alcanzando los 48.000 en 2021. En concreto, los canales en alta definición (HD) se triplicarán, pasando de 5.600 en el año 2012 a 17.000 estimados en 2021. Mientras, la apuesta por la televisión bajo demanda frente a la tradicional no será la vencedora en los próximos años. Según un estudio de IHS, aunque la proporción del consumo de televisión lineal vaya decreciendo, en el año 2017 los canales tradicionales ocuparán como mínimo un 75% del mercado televisivo, incluso en los países más avanzados tecnológicamente, mientras que el consumo de televisión *on-line* no pasará del 7% y el vídeo de pago alcanzará un máximo del 5%. De hecho, la cuota de mercado de los servicios OTT no superará el 10% en el año 2017 en EEUU, uno de los países donde tienen mayor desarrollo.

Se inicia, pues, un cambio de paradigma, pero no va a suponer aún el fin de la televisión tal y como la hemos conocido hasta ahora. Lo que sí está evolucionando muy deprisa es la exigencia de los usuarios respecto a la calidad de las imágenes y la posibilidad de verlas donde y cuando quieran, así como las tecnologías que permiten dar respuesta a estas demandas. Estas transformaciones son las que van a marcar el futuro de la televisión.

Más calidad, mayor libertad

La televisión en Ultra Alta Definición o 4K multiplica por cuatro el número de píxeles del HD convencional, logrando mayor resolución, permitiendo percibir con más calidad las imágenes en movimiento y ofreciendo una mayor gama de color y una mejor visualización de los detalles en condiciones de poco contraste.

La calidad de imagen es uno de los factores más relevantes para el cliente de televisión de pago, por lo que contar con canales en 4K constituirá una ventaja competitiva para estas plataformas. Además, los precios de las televisiones UHD, que están disminuyendo de forma exponencial, serán equivalentes a los de las actuales televisiones HD en uno o dos años, y muchos contenidos, como las producciones cinematográficas, están ya producién-

dose en 4K. Todo ello nos lleva a creer que el desarrollo comercial de esta nueva tecnología va a ser incluso más rápido de lo que fue el de la HD.

Por otro lado, los consumidores quieren tener la posibilidad de acceder a los contenidos audiovisuales desde cualquier dispositivo, en cualquier momento y lugar. Aunque la mayor parte del consumo televisivo sigue teniendo lugar en casa, a la televisión se le han sumado ahora otros dispositivos que implican nuevos hábitos de consumo: ordenadores de sobremesa, portátiles, smartphones o tablets.

Recapitemos: si crece el consumo de contenidos multipantalla, si éste se sigue haciendo sobre todo en el hogar y si se ven mayoritariamente los canales tradicionales, la conclusión es que el satélite será el medio idóneo para la transmisión de los mismos por su capacidad, cobertura global, alta calidad y versatilidad. La clave residirá en la integración de los servicios de radiodifusión por satélite en las redes IP, lo que permitirá la distribución de contenidos audiovisuales, de forma simultánea y personalizada, a cualquiera de los dispositivos conectados a la red IP doméstica. La implantación del protocolo de telecomunicaciones SAT>IP, que convierte la señal del satélite a IP en el punto de acceso al hogar, permite ofrecer contenidos vía satélite de alta calidad en todas las pantallas de la vivienda de una forma más eficiente tanto para operadores como para consumidores gracias al aprovechamiento de las redes ya existentes.

En definitiva, la efervescencia que vive el sector de la radiodifusión vía satélite ofrece un interesante horizonte para la in-

En el año 2017, los canales tradicionales ocuparán como mínimo un 75% del mercado, frente al 7% de los 'on-line'

novación tecnológica, que tendrá que responder a los múltiples desafíos que plantean las demandas de los usuarios, la convergencia de formatos y redes y los cambios en los modos de ver televisión. El horizonte resultante será, desde luego, híbrido, y en él convivirán muy diferentes formas de consumo de contenidos audiovisuales, de transporte de las señales y de tipos de pantalla.

En toda esta evolución, el satélite puede tener un papel muy importante. Ya es un elemento clave en la distribución de los contenidos audiovisuales, tanto de manera directa en las plataformas DTH, que emiten a través de satélites, como en las redes de TDT y de cable, donde actúa muchas veces como enlace entre cabeceras. Ahora puede integrarse con las redes IP para distribuir contenidos vía satélite a todo tipo de dispositivos domésticos y está liderando la difusión de contenidos 4K. Por su gran capacidad, que le permite emitir con altísimos niveles de calidad; porque puede llegar a cualquier punto de la Tierra, cosa que las redes terrestres no siempre consiguen; y por su alto desarrollo tecnológico y la facilidad para desplegar sus redes, el satélite está llamado a ser una de las principales tecnologías para la radiodifusión.

Consejero delegado de Hispasat



ENCUENTRO LA PERIODISTA EXPLICA ESTE PRIONERO PROYECTO

LA RADIO DE SIRIA EN EL EXILIO

Lina Chawaf, directora de la emisora independiente Radio Rozana, visita España para hablar de la persecución que sufren los periodistas en Siria

FÁTIMA ELIDRISSI MADRID

La periodista siria Lina Chawaf ha pasado los últimos años viendo cómo sus amigos y compañeros de profesión desaparecían. Algunos asesinados, otros encarcelados, muchos, como ella misma, obligados a tomar el camino del exilio para poder ejercer su profesión. «Es imposible que un periodista trabaje dentro de Siria, porque sería secuestrado o asesinado», explica Chawaf a EL MUNDO en conversación telefónica.

«Cuando comenzó la revolución siria, todos los periodistas profesionales tuvieron que dejar el país porque no podían trabajar. Esta situación originó un periodismo ciudadano», afirma la directora de Radio Rozana, una emisora independiente que emite en onda corta y a través de internet desde París y desde la frontera turca para el pueblo sirio. Hoy la periodista visita nuestro país para realizar la conferencia inaugural del VII Seminario Radio y Red organiza-

do por Aragón Radio, donde hablará de la situación de libertad de expresión antes y después de la revolución y de la persecución que sufren.

Con más de 20 años de experiencia, Chawaf tuvo que abandonar Siria tras el estallido de la guerra civil que asola el país y su negativa a realizar propaganda del régimen de Bashar Al-Asad. «Empezaron a amenazarme a mí e incluso a mis hijos. Llegaron a amenazarme de muerte o con ser arrestada, como ha ocurri-



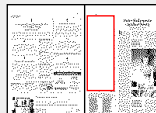
Lina Chawaf, de Radio Rozana. E. M.

do a muchos periodistas que ahora están en la cárcel».

Tras su paso por Canadá, a mediados de 2013 la periodista creó junto

a otros cinco periodistas sirios Radio Rozana en París, una emisora que, según explica, «nació para dar voz al pueblo sirio que desde el inicio de la revolución reclamó su dignidad y su libertad». Gracias, como adelantaba, al trabajo de los ciudadanos que hacen las veces de periodistas.

«Contamos con 70 corresponsales dentro de Siria y 30 en la frontera que trabajan con nombres falsos porque su vida está en peligro todo el tiempo», explica Chawaf. «Nos comunicamos a través de Skype y por correo electrónico y creo que nuestro mayor logro es haber conseguido que estos periodistas ciudadanos cuenten sus historias como si fueran profesionales», defiende. Para ello, entrenaron a estos periodistas en ciernes en la frontera turca, enseñándoles a escribir un guión para radio, grabar una historia y editarla para que pueda emitirse inmediatamente.

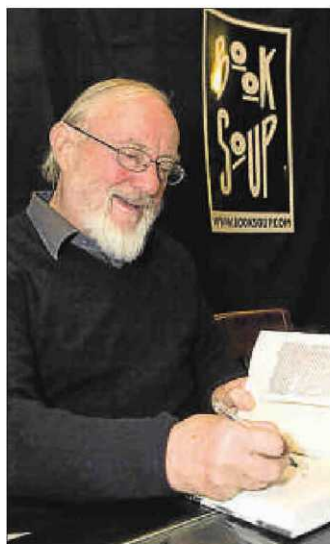


OBITUARIS

Supervivent 'beatnik'

ROBERT STONE (1937- 2015)

Novel·lista i periodista



VINCE BUCCI / GETTY IMAGES

Robert Stone va ser un dels novel·listes que millor va retratar l'Amèrica dels anys seixanta i els setanta. Acòlit de la generació *beat*; va ser amic de Ken Kesey, l'autor d'*Algú va volar sobre el niu del cucut* i de Neal Cassidy, el que va inspirar Jack Kerouac per escriure *A la carretera*. Les llunàtiques escapades amb "tots aquests bojos", com els anomenava Stone, van quedar immortalitzades en la seva autobiografia *Recordando los sesenta*: "Volíem morir bé tots i cadascun dels dies, ser païos interessants i deixar cadàvers bonics. Quin absurd".

Stone surt a *Ponche de ácido lísergic*, crònica de Tom Wolfe d'un viatge amb autobús amb Kesey, Cassady i altres *beatniks*, tot i que ell es va limitar a rebre'ls en el tram final. Robert Stone va acabar superant els excessos de la contracultura, tot i que no va abandonar mai la seva idiosincràsia. Fins al gener passat, quan una embòlia pulmonar se'l va emportar.

Ell era el contrapunt necessari al desbordant optimisme americana. La majoria dels personatges de Robert Stone mantindran aquest halo característic de qui se sent abandonat, de l'irredempt entregat a la contracultura.

Nascut a Nova York, Robert Stone i la seva mare aviat van ser abandonats pel seu pare. Ella, mestra de professió, va desenvolupar una esquizofrènia que la va tancar en un internat i al petit

Stone el van enviar als sis anys a un orfenat catòlic. Noi solitari –la seva mare solia ficar-lo al cotxe i emprendre llargs viatges per la carretera sense una destinació aparent–, als 17 anys es va unir a la Marina dels Estats Units.

Aviat es va cansar de l'exèrcit i diu que va ser una relectura d'*El gran Gatsby* el que el va impulsar a escriure. La seva primera novel·la, *Hall of Mirrors*, el retrat d'un grup de *beatniks* que s'estableix a Nova Orleans, la va escriure des d'aquesta mateixa ciutat, on vivia. Va alternar la literatura amb el periodisme. El 1971 Robert Stone se'n va anar al Vietnam com a corresponsal d'una revista *underground* britànica. D'allà sortiria, el 1974, *Dog Soldiers*, la seva novel·la més recordada, en què va adaptar ell mateix el guió per al cinema (*Nieve que quema*).

A *Dog Soldiers* un soldat que trama un pla per portar tres quilos de cocaïna a Amèrica, pla que s'enreda fins a límits insospitats capítol rere capítol. En aquesta història molts van veure una metàfora de la mateixa situació dels Estats Units al Vietnam i el perillós fangar que va acabar sent-ne la invasió. Publicada el 1974, any en què criticar la invasió nord-americana, era la moda del moment, la novel·la va guanyar el National Book Award. Fins i tot dues vegades més quedaria finalista per a aquest premi i també dues per al premi Pulitzer. Malgrat tenir un estil dens, i de vegades fins i tot barroc, la crítica admirava la seva capacitat per captar una situ-

"Volíem morir bé tots i cadascun dels dies, ser païos interessants i deixar cadàvers bonics"

ació, tant la guerra del Vietnam com la relació d'un vell professor amb una jove alumna al thriller *Death of the black-haired girl*, la seva última novel·la, del 2013.

A Espanya, només la desapareguda editorial Libros del Silencio va publicar les seves obres més recordades: *Dog soldiers*, *Hijos de la luz*, i *Recordando los sesenta*.

ALBERT GUASCH

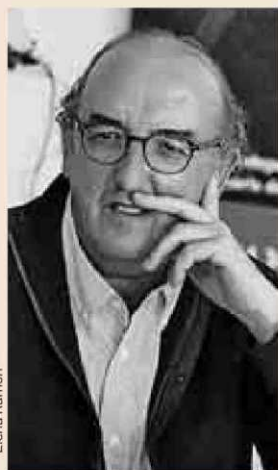


El Supremo da la razón a Mediapro en su batalla con Prisa por los derechos del fútbol

J. Montalvo, Madrid

Victoria judicial de Mediapro en su largo contencioso con el grupo Prisa por los derechos de fútbol para televisión. El Tribunal Supremo ha estimado el recurso de casación interpuesto por Mediapro contra la sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid que condenaba al grupo audiovisual a indemnizar con 105 millones de euros a Canal +, propiedad del grupo Prisa, por incumplir los contratos firmados en junio de 2006 para repartirse los derechos de fútbol en televisión.

En su decisión, contra la que según fuentes jurídicas no cabe recurso, el Supremo considera "nulo de pleno derecho" el pacto contractual entre las empresas, por lo que no cabía su incumplimiento. La cláusula quinta del contrato que firmaron Mediapro y



Jaume Roures, socio de Mediapro.

Prisa establecía la forma en que ambas empresas contrataban los derechos de los equipos de fútbol.

En agosto de 2007, Prisa dejó de dar la señal de los par-



Juan Luis Cebrián, presidente ejecutivo del grupo Prisa.

tidos de fútbol para los clientes de Mediapro, en concreto, para las televisiones en abierto y la distribución internacional, tras advertir a su socio de que no podía firmar contratos

El alto tribunal exime a Mediapro del pago de 105 millones en indemnizaciones y otros 220 de avales

por su cuenta con clubes de fútbol, pretensión que el grupo catalán consideraba contraria a la competencia.

Obligaciones

La nulidad de los acuerdos dictada por el Supremo se extiende también a "la obligación de aportar los derechos en exclusiva que tenía Mediapro, lo que da lugar a que no pueda prosperar la pretensión de condena a su aportación ni la indemnización basada en aquel incumplimiento, pues no cabe hablar de incumplimiento".

En una primera sentencia,

el juzgado 36 de Madrid falló a favor de Prisa, condenando a Mediapro al pago de más de 100 millones de euros. La amenaza de impagos por parte de Prisa así como su petición de ejecución provisional de la sentencia provocó el concurso de acreedores de Mediapro en junio de 2010.

Tras la sentencia del Supremo, Mediapro solo deberá abonar 32 millones de euros, que resulta de las liquidaciones entre Prisa y Mediapro por la temporada 2006-2007. Se exime así al grupo de pagar los 105 millones de indemnización, que debía hacer efectivo en marzo, así como de depositar un aval bancario por otros 220 millones.

Prisa alcanzó el pasado año un acuerdo con Telefónica para vender su participación en Canal +, pendiente de la autorización de la CNMC.



La inversión publicitaria en medios crecerá un 5,8% en 2015

ÍÑIGO DE BARRÓN, Madrid

Después de seis años de caídas, la inversión publicitaria en medios de comunicación subió un 5% en 2014. La previsión para este año es que continúe la tendencia y crezca un 5,8%, hasta alcanzar los 3.988 millones, según un estudio elaborado por Arce Media y Media Hotline, compañías de análisis de la eficacia publicitaria que siguen 1.200 soportes tradicionales y digitales.

Durante la presentación del estudio, el director general de Media Hotline, Enrique Yarza, afirmó que estas cifras apuntan "al inicio del fin de la crisis" con crecimientos que, en principio, "parecen sólidos y seguramente continuos". Yarza explicó que su

estudio se apoya en las previsiones que Funcas ha hecho sobre el PIB y el consumo en 2015.

En un desayuno organizado por la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), Yarza comentó que estas estimaciones —que figuran en el informe i2p (índice de inversión publicitaria)—, prevén que en 2015 la inversión publicitaria crezca en todos los medios salvo en los dominicales, donde caería un 1%.

Las mejores expectativas son para la televisión, con una facturación de 1.954 millones (+7,6%), e Internet, 414 millones, (+7%). A estos últimos les siguen el cine, 22,7 millones, y la publicidad exterior (vallas, marquesinas, etc.), 310 millones, con un 6,6% de aumento

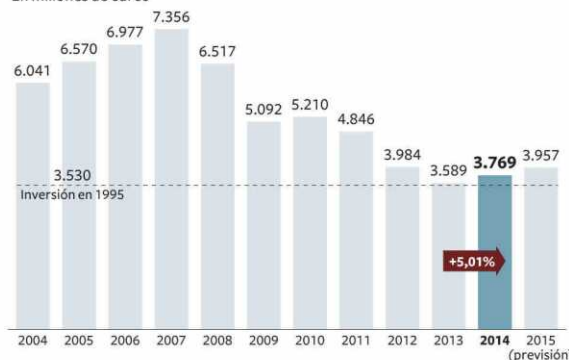
cada uno. La radio alcanzaría los 375 millones, (+4,3%), las revistas 236 millones, (+2,5%) y la prensa escrita, 626 millones, (+1,9%).

Los medios en papel siguen siendo los segundos que más publicidad atraen, con una cuota del 15,7% para este año, después de la televisión, que tiene la mitad del mercado. Según Yarza, pese a los cambios tecnológicos "todavía hoy de cada 100 euros que un anunciante dedica a la prensa, 80 van al papel y 20 a los medios digitales".

Durante la presentación del estudio, el director general de Media Hotline se mostró "razonablemente optimista" porque estas cifras demuestran que 2014 ha sido el primer año que la inversión ha crecido "de manera significativa"

Evolución de la inversión publicitaria

En millones de euros



Fuentes: i2p y Arce Media.

EL PAÍS

desde el comienzo de la crisis en 2008, lo que apunta "al inicio del fin de la crisis".

Ha advertido no obstante que "aún queda mucho terreno para consolidar este crecimiento" y alcanzar las cifras que se manejaban entre 1995 y 2000.

En cuanto a sectores de actividad, los que más han aumentado la inversión publicitaria son energía (+37,8%), decoración (+23,7%), servicios privados (+22,6%), hogar (+15,2%) y servicios públicos (+10,4%). Los peores fueron limpieza, viajes e informática.



El Suprem dóna la raó a Mediapro en la 'guerra del futbol'

À.G.
BARCELONA

El Tribunal Suprem ha tancat l'anomenada *guerra del futbol*, per la qual Prisa reclamava a Mediapro el pagament de 320 milions d'euros. Els cinc magistrats de la sala civil han pres, per unanimitat, l'acord no recurrible d'estimar el recurs que havia interposat la productora catalana contra una primera sentència que obligava al pagament d'aquesta entitat. Mediapro havia d'abonar aquest mes de març 105 milions i presentar avals per valor de 320 milions més, però després de la resolució del Suprem la seva única obligació serà desemborsar 32 milions d'euros per liquidar un deute que tenia pendent amb Prisa per la temporada 2006-2007.

La *guerra del futbol* es va declarar l'agost del 2007, quan Prisa va acusar Mediapro d'incompliment contractual i va tallar el senyal que la companyia catalana servia a les televisions en obert i per a la distribució internacional. El malestar de Prisa provenia del fet que Mediapro havia començat a signar contractes amb els clubs de futbol pel seu compte. La productora es defensava dient que la pretensió de Prisa era obertament contrària a les lleis de competència.

Les baralles pels drets del futbol –amb cada operadora retenint alguns equips– han provocat que, de cara a la temporada 2015/2016, s'estigui estudiant una fórmula segons la qual serà la Lliga de Futbol Professional (LFP) la que gestionarà amb els operadors de televisió els drets esportius de tots els clubs de futbol en bloc. ■



Jaume Roures, fundador de Mediapro. ARA



ESPANYOL

Declaració d'amor a Catalunya Ràdio

Opinió



XAVIER FINA
FILÒSOF

Catalunya Ràdio és la meva ràdio. Perquè és la pública del meu país. Perquè és la de tots els catalans. Perquè és la que millor em parla en la meua llengua. Ho és perquè la pago amb els meus impostos però sobretot ho és per elecció. També és l'única que –esporàdicament– m'ha demanat alguna col·laboració. Això sí, segurament per prudència meua, mai no he cobrat ni un euro de la pública i més esportiva de Catalunya.

Des d'una perspectiva perica també trio Catalunya Ràdio. Perquè, tot i que parla poc de nosaltres, ho

fa des de la complicitat. I perquè ha estat pionera en moltes coses. Però sobretot pels seus professionals. Pels de les transmissions de l'Espanyol: el per sempre mític i murri Eudald Serra; el totterreny i lluitador David Ubach; Laia Tudel, talismà d'aquesta gran Copa del Rei; Carles Domènech, l'home que té totes les dades i que mai s'immuta, i, quan la seva agenda l'hi permet, Ricard Torquemada, el gran savi del futbol, que va veure en la progressió i les decisions de Sergio el sentit que la resta d'humans no captàvem. Però també per David Clupés, Òscar Fernández, Xavier Palau, Albert Benet. M'agrada com viuen el periodisme i com expliquen el futbol. Amb un compromís tranquil. Més amants de l'esport que cegats per cap color. Amb la passió de qui sap que el futbol és important però amb la distància de qui sap que no ho és tant.

Però aquest amor meu no és correspost. Aquesta temporada massa sovint han enviat la transmissió de l'Espanyol a una aplicació que em sembla que és una narració en el desert. Amb les excuses més diverses. Però la pràctica més frustrant és quan, a la mitja part del nostre partit, Catalunya Ràdio m'abandona, com va fer diumenge, per explicar durant una hora la prèvia del Barça. Informativament no està justificat. La diferència de seguidors d'un club i de l'altre tampoc. En un cas hi ha esdeveniment (es juga); en l'altre encara no. I si l'única explicació és la publicitat, callo: el meu concepte de ràdio pública és un altre.

Reivindico una solució des de la màxima alegria. No sóc un perico enfadat. Sóc un ciutadà que reivindica, des de l'amor, una ràdio pública millor. Cal trobar una solució. Enviar-nos a internet no ho és. Pensem-hi. I fem-ho aviat perquè la setmana entrant quan comenci el partit de l'Espanyol estarem amb el postpartit del Barça. I són dues semifinals de Copa. A les 10 de la nit la notícia serà a Bilbao. —



Fernández Saltiveri, en una imatge recent ■ o.d.

Sara Muñoz
BADALONA

El serial per substituir el cap de Badalona Comunicació, Albert Fernández Saltiveri, continua. Els tres grups de l'oposició (PSC, CiU i ICV-EUiA) han tornat a reclamar una junta general de l'empresa municipal i, en paral·lel, es-

tan esperant que transcorri el temps que fixa la llei per poder convocar, sense l'autorització de l'alcalde, Xavier Garcia Albiol, un consell d'administració, l'òrgan en què es pot fer efectiu el nomenament de Josep Vinyeta com a nou conseller delegat de Badalona Comunicació i rescindir el contracte de Fernán-

dez Saltiveri. Albiol li va fer presentar la renúncia com a conseller delegat hores abans que l'oposició el destituís i automàticament el va contractar com a responsable dels mitjans de comunicació públics.

L'oposició calcula que la junta general se celebrarà, a tot tardar, el 28 de febrer. S'hi aprovaran les actes

pendents i en els dies següents confien resoldre aquest afer definitivament. En cas que l'alcalde s'inventi alguna nova filigrana per evitar el relleu i no perdre el control dels mitjans, l'oposició recorrerà al jutjat i el denunciarà per possible prevaricació en considerar que està incomplint la llei. ■



El consumo impulsará un 5,8% la inversión publicitaria

EFE Madrid

La mejora del consumo privado y de otras variables económicas mejoran las previsiones del sector publicitario. Así lo defiende el informe *i2p* que calcula que la inversión publicitaria crezca en 2015 un 5,8%, hasta los 3.988 millones de euros.

El estudio publicado ayer defiende que este año crecerán todos los medios menos los dominicales, cuya inversión caerá un 1%, mientras que las mejores expectativas de crecimiento son para televisión (7,6%) e internet (7%).

El informe, realizado por las consultoras de publicidad Arce Media y Media Hotline, recoge los datos de la inversión publicitaria en 2014, que sufrió una caída "ligerísima" en el primer trimestre del 0,3% y creció en el resto. Así, la inversión total fue de 3.768 millones de euros, un 4,8% más que en 2013.

El documento defiende que "aún queda mucho terreno para consolidar este crecimiento" y alcanzar las cifras que se manejaban

LA ENERGÍA DESTACA

● Los sectores que más han incrementado su inversión en publicidad son la energía (37,8%), la decoración (23,7%), servicios privados (22,6%), hogar (15,2%) y servicios públicos (10,4%). Por contrario, limpieza, turismo y telecom han descendido.

entre 1995 y 2000, si bien insiste en que los indicadores económicos son positivos y que 2014 ha sido el primer año desde el comienzo de la crisis en que la relación de la inversión publicitaria con el PIB y el consumo ha aumentado.

En el conjunto del año, los medios donde más ha aumentado la publicidad ha sido en cine y televisión, con un 9,1% y un 9,3% respectivamente, seguidos de internet (5%), publicidad exterior (3,4%) y radio (3,1%), mientras que en el lado opuesto se quedan los dominicales (-2,8%), las revistas (-1,7%) y la prensa (-1,1%).

El director general de Arce Media, Jesús Pascual, se mostró ayer satisfecho durante la presentación del documento con las cifras que se desprenden del informe porque "por primera vez en los últimos años vienen con buenos resultados".



lallambregada

IU FORN - PERIODISTA

¿Sortirà Podemos/Podem als blocs electorals?

Si a les fires de poble va fer fortuna la mítica frase "*A por otro, a por otro, a por otro perrito piloto*", a la fira de la política la frase seria "Festa, festa, festa, ja ens han encolomat una altra enquesta". Cada setmana en tenim una, i segons el mitjà que la publica surt una cosa o una altra. Ja se sap, és el famós teorema de l'empresa de iogurts (o del que vostè vulgui), que diu que si tu fabriques iogurts i fas una enquesta en què surt que el teu producte provoca arcades a la gent o demostra que el iogurt és dolent per a la salut, tens dues opcions: no fer-la pública o canviar d'empresa d'enquestes. Això sí, en totes les enquestes hi apareix el fenomen Podemos/Podem amb una forta presència tant al Congrés dels Diputats com al Parlament. I això plantejarà un problema, un greu problema.

Vostè recorda el clàssic més clàssic de la informació de les campanyes electorals, oi? Exacte, que a les emissores públiques de la Generalitat, TV3 i Catalunya Ràdio, abans de cada bloc electoral ens avisen que les cròniques no van signades. Per què? És la manera de protestar per l'obligació de donar a cada partit el minutatge que ordena la Junta Electoral i no el que decideixen els periodistes en funció de la importància de les notícies generades. Com que aquest minutatge es decideix en funció dels escons de cada partit... efectivament, ho ha endevinat, si apliquem la llei que hem hagut d'aplicar sempre, el partit que pot convertir-se en segona força política a Espanya i quarta a Catalunya, no tindrà un sol minut d'informació a les cadenes públiques. ¿O és que algú canviarà la llei?



Desclot

Sense costos, privada i en castellà

El 29 de novembre de 2013 l'autoritat policial feia saltar els ploms de Televisió Valenciana. Els agents de l'ordre dit públic vencien les darreres resistències dels treballadors del canal, que s'acomiadaven de l'audiència entre proclames, crits i llàgrimes. Alberto Fabra passava a la història com el botxí dels únics mitjans públics, ràdio i televisió, que s'han expressat en català en l'adversa història valenciana. Però l'autòpsia del cadàver ha resultat ser llarga i amarga. Les Corts Valencianes han hagut d'admetre a tràmit una iniciativa legislativa popular, avalada per 90.000 signatures, que demana la reobertura dels dos mitjans. El PP s'ha vist obligat a claudicar per no semblar encara més intransigent. Però ho ha fet amb trampa. El seu grup, impunement majoritari, hi ha introduït una sèrie d'esmenes que desvirtuen profundament el text. N'hi ha una que diu que els nous mitjans no haurien de suposar més dèficit ni alterar els criteris d'estabilitat. En una administració en fallida, això és impensable, perquè qualsevol servei públic té un cost i altera els pressupostos. Una altra s'obre "a qualsevol modalitat de gestió". En pla, això vol dir que el gestioni altri. I encara una tercera substitueix la demanda que emeti "en valencià" perquè ho faci "preferentment en valencià". La televisió valenciana va nàixer cara, sobrada, amb la clara voluntat d'enriquir tercers i de llengua preferent castellana. Per això va tancar. I amb aquestes mateixes tares l'obririen els seus botxins.

Vicent Sanchis





'Charlie Hebdo' suma 190.000 nous subscriptors en un mes

El setmanari satíric francès *Charlie Hebdo* ja acumula més de 200.000 abonats. Una xifra molt superior a la quantitat de persones que estaven subscriïdes a aquest mitjà abans dels atacs del dia 7 de gener. Abans dels atemptats terroristes, la publicació gal·la només tenia 10.000 subscrip-

tors. És a dir, els 190.000 restants s'hi han sumat en l'últim mes. La revista, a més, també ha rebut 2,37 milions d'euros en donatius. Una elevada quantitat que anirà a parar a les mans dels familiars de les víctimes, segons va explicar el nou director de la revista a l'agència AFP.



DRETS

El Suprem dicta a favor de Mediapro pel futbol

EL PERIÓDICO
BARCELONA

La sala civil del Tribunal Suprem, per unanimitat dels seus cinc magistrats, ha estimat el recurs de cassació interposat per Mediapro contra la sentència de l'Audiència Provincial de Madrid que condemnava l'empresa catalana per incompliment dels contractes firmats el 2006, cosa que va desencadenar el 2007 l'anomenada *guerra del futbol*. Prisa, la demandant, va acusar Mediapro d'incompliment contractual i va deixar de donar-li el senyal dels partits de futbol en obert, així com l'emissió internacional. La sentència de primera instància contra Mediapro condemnava l'empresa audiovisual a abonar 105 milions d'euros i presentar avals de 220 milions més. Després d'aquesta sentència del Suprem, Mediapro únicament haurà d'abonar 32 milions, en concepte de les liquidacions a Prisa de la temporada 2006-2007, prèvia a la *guerra del futbol*. ≡



Mediapro, condenada a pagar a PRISA 32 millones más intereses

EL PAÍS, Madrid

La Sala de lo Civil del Tribunal Supremo ha estimado en parte el recurso de casación interpuesto por Mediapro y le condena a pagar a PRISA 32 millones de euros más intereses. La sentencia conocida ayer hace referencia a la dictada por la Audiencia Provincial de Madrid que condenó a Mediapro al pago de 105 millones de euros por incumplimiento de los contratos firmados en junio de 2006.

Este pleito se desencadenó a raíz de las discrepancias entre Audiovisual Sport (empresa participada por Sogecable y la catalana TV-3) y Mediapro en torno a la cesión de los contratos de los clubes de fútbol para la explotación de los derechos audiovisuales de la Liga y la Copa del Rey y la retransmisión de los partidos en las diversas ventanas (pago, pago por visión y abierto). En primera instancia, la juez ya señaló que Mediapro había negociado contratos a espaldas de su socio.