



RECULL DE PREMSA

08/04/2015



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

 **accesso**

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
08/04/15	EL PERIODISME RUPTURISTA DE VICE NEWS, ARA EN ESPANYOL / ARA	5	1
08/04/15	ALSINA I LUCAS DEBUTEN EN EL MATÍ D'ONDA CERO / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	6	1
08/04/15	Boca Ràdio, DÈCADA SOCIAL EN ANTENA / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	7	2
08/04/15	LA BBC DIBUJA UNA COSTA DEL SOL AMARGA PARA LOS BRITÁNICOS / ABC (EDICION NACIONAL)	9	1
08/04/15	LAS ESPOSAS DE ORIOL PUJOL Y DAVID MADÍ COBRARON DE UNA ADJUDICATARIA DE TV-3 / EL PAIS (ED. CATALUÑA)	10	1
08/04/15	PAZ ENTRE VILLAR Y TEBAS. Apoyo incondicional de la Federación a la promulgación de un Real Decreto que regule los derechos televisivos / LA RAZON	11	1
08/04/15	VÍDEO E INTERNET, COMBINACIÓN DE ÉXITO / EXPANSION (CATALUÑA)	12	2
08/04/15	LUIS BÁRCENAS, ACTOR CONVIDAT DEL NÚMERO 200 DE 'MORTADELO Y FILEMÓN' / LA VANGUARDIA (ED. CATALA)	14	1
08/04/15	SÍ, EXISTÍA UNA PRENSA GUBERNAMENTAL por VÍCTOR DE LA SERNA / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	15	1
08/04/15	SALVADOR COT ASSUMEIX LA DIRECCIÓ D'EL SINGULAR / ARA	16	1
08/04/15	EL POBRE PAPER DE LA PREMSA por CARLOS Elordi / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	17	1
08/04/15	VICE MEDIA LANZA SU EDICIÓN EN CASTELLANO PARA ESPAÑA, MÉXICO Y COLOMBIA / CINCO DIAS	18	1
08/04/15	DOCUMENTAL SOBRE LAS MUJERES AFGANAS Y LA PERIODISTA MÓNICA BERNABÉ / DIARI DE TARRAGONA	19	1
08/04/15	VILLAR CEDE ANTE LOS CLUBES Y PIDE EL DECRETO LEY DEL CONTRATO TELEVISIVO / ABC (EDICION NACIONAL)	20	1
08/04/15	DE RTVV A LES LLISTES ELECTORALS per Tere Rodríguez / EL PUNT AVUI	21	1
08/04/15	LA FEDERACIÓN Y LA LIGA FIRMAN LA PAZ / EL PAIS (ED. NACIONAL)	22	1
08/04/15	BALTASAR GARZÓN / ABC (EDICION NACIONAL)	23	2
08/04/15	EL BON PERIODISME / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	25	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
08/04/15	CRUANYES DEIXA TEMPORALMENT EL 'TN' PERQUÈ HA SIGUT PARE / ARA	26	1
08/04/15	VICE NEWS DESEMBARCA EN EL MERCADO EN ESPAÑOL / EL PAIS (ED. NACIONAL)	27	1
08/04/15	VILLAR PIDE EL DECRETO DE TV / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	28	1



PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

SELECCIÓN DE LAS NOTICIAS DE SU INTERÉS





Redacció a Barcelona de Vice Media, on treballen una cinquantena de persones. MANOLO GARCÍA

El periodisme rupturista de Vice News, ara en espanyol

El grup ha obert contactes amb diverses televisions per fer un informatiu

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Vice segueix la seva expansió i des d'avui compta amb un canal de notícies en espanyol pensat per al mercat global, incloent-hi el cobert sector d'hispanoparlants dels Estats Units. El projecte s'impulsa des de les redaccions que el grup mediàtic té a Barcelona, Mèxic i Colòmbia. I, com la resta de continguts que s'emeten sota la marca Vice, s'orienten a un públic jove –o que vol sentir-s'hi–, la qual cosa s'expressa amb una posada en escena *calenta*: llenguatge directe, informació des de primera línia, si pot ser amb el reporter immers en l'acció, temàtiques compromeses i/o efectistes i adhesió absoluta al lema "No bullshit".

"¿Qui ha dit que els joves no volen estar informats del que passa al món?", es pregunta Medir Plandolit, editor en cap de Vice News en espanyol. "El que no els interessa és rebre informació tal com la fan molts dels mitjans tradicionals.

No pas perquè no sigui bona informació, però senzillament no parla el seu llenguatge. I hem de ser conscients que, amb internet, hi ha un abans i un després en el llenguatge".

El nou canal de notícies no busca tant la immediatesa com l'aprofundiment. Pel que fa als temes, algunes de les prioritats són els conflictes internacionals, l'auge de l'extremisme a Europa o la immigració. "Intentem no ser participants de res, per mantenir la independència, però al mateix temps prenem partit en tots els afers, com fem amb el medi ambient", explica Plandolit.

L'activació avui del canal digital és un primer pas per a Vice News en espanyol. El grup manté contactes amb cadenes de televisió per intentar oferir un informatiu diari, tal com Vice News en francès fa amb el canal públic France 4. Plandolit explica que no hi ha plans per obrir un canal de notícies en català. "Ens agradaria molt, però, generar videocontinguts en català. I no és una idea abstracta, sinó que ho tenim sobre la taula".



Ciutat Barcelona
acull una de les tres redaccions des d'on es farà el canal

Durant aquesta primavera, també es posaran en marxa els canals Vice Sports a Espanya, el Regne Unit i Alemanya. I també es vol activar la versió en espanyol de Munchies, el portal que Vice dedica al plaer de menjar.

Un grup en creixement

Vice News es va posar en marxa –en llengua anglesa– el desembre del 2013. El grup va invertir 50 milions de dòlars en la seva divisió de notícies i va completar l'expansió d'oficines fins a tenir 34 delegacions internacionals. A Barcelona, la seu més gran de Vice a Espanya, hi treballen una cinquantena de persones (per als diferents canals i projectes del conglomerat).

El grup matriu, Vice, és una companyia multimèdia orientada als continguts per a joves. Entre els seus productes hi ha una sèrie documental per a l'HBO, una xarxa internacional de canals digitals, un estudi de producció de televisió i llargmetratges, una discogràfica, una revista i una divisió editorial. —



NOVETAT RADIOFÒNICA

Alsina i Lucas debuten en el matí d'Onda Cero

► Els comunicadors estan al capdavant des d'avui del magazín 'Más de uno'

OLGA LERÍN
BARCELONA

En una pràctica poc habitual en la ràdio espanyola, Onda Cero renova al tram final de la temporada la seva franja matinal amb l'estrena, avui, de *Más de uno*. El nou magazín (de 6.00 a 12.30) comptarà amb les veus de Carlos Alsina (director i presentador fins ara de *La brújula*) i Juan Ramón Lucas (durant cinc anys va estar a càrrec, a RNE, d'*En días como hoy*, del qual va ser cessat), que prenen el relleu de Carlos Herrera. El veterà comunicador es va acomiadar el 27 de març passat, després de 15 anys a l'emissora d'Atresmedia, per afrontar nous projectes.

En les hores prèvies a aquesta posada de llarg, tant Alsina com Lucas no han dissimulat cert nerviosisme. «És clar que estic nerviós -comenta Lucas-, però amb moltes ganes, perquè quan demà [per avui] arribi el moment, aquestes ganes, la responsabilitat i la consciència que estàs fent una cosa important es menjaran els nervis i tirarem endavant». Per Alsina, *Más de uno* suposa «un revulsiu»: «Quan fa 10 anys que estàs presentant el mateix programa, hi estàs tan habituat que haver d'inventar-te una cosa nova és com una injecció d'idees».

FÓRMULA 'BICÉFALA' // Onda Cero ha adoptat una fórmula bicéfala al capdavant dels matins, que ja posen en pràctica la Cadena SER (*Hoy por hoy*) -líder en la franja- i la COPE (*La mañana*). Així, el primer tram (de les 6.00 a les 10.00) estarà a càrrec d'Alsina, mentre que la resta l'assumirà Lucas. «Juan Ramón i jo tenim idees molt semblants de com fer ràdio,



►► Carlos Alsina i Juan Ramón Lucas, presentadors del nou espai matinal d'Onda Cero 'Más de uno'.

com l'entendem i com la vivim -explica Alsina-. Som tan coincidents que hi haurà poca diferència entre nosaltres».

En aquelles quatre primeres hores, l'oient trobarà «tots els temes, formats i gèneres tradicionals dels matinals», avança Alsina. Entre aquests continguts figuren el monòleg del realitzador (un clàssic de *La brújula*); el comentari de Fernando Ónega; seccions d'opinió a càrrec de David Gistau, Vicente Vallés i Manuel Jabois; una anàlisi de l'ac-

tualitat financera (amb José Ramón Iturriaga); una entrevista amb el protagonista del dia, i apartats amb Rubén Amón, Guillermo Fesser i Marta García Aller, entre altres.

Lucas prendrà el relleu a les 10.00 per fer la ràdio que ell sap fer, segons exposa, és a dir, «pròxima, participada i participativa, compromesa amb els oients i benhumorada en alguns moments». Aquí hi tindran cabuda seccions vinculades a la qualitat de vida, la crònica social, el medi ambient, la ciència i el cine. Entre

aquestes seccions destaquen *Cocinos y más*, en la qual restauradors espanyols oferiran les seves pròpies receptes i suggeriran la participació d'altres companys (avui hi intervé Ferran Adrià), i una mena de «viatge pel talent musical», a càrrec de Juan Valderrama.

Les xarxes socials hi tindran un protagonisme important. «Vull que la ràdio sacsegi, que sigui l'origen d'esdeveniments i continguts virals», subratlla Lucas. Una ràdio en què tingui cabuda *Más de uno*. ≡



MARC SÁNCHEZ

► Toni Femenia, de 22 anys, presentador del programa 'De bon matí', a la cabina de so de Boca Ràdio,

Dècada social en antena

L'emissora Boca Ràdio, gestionada per una entitat juvenil, compleix el seu desè aniversari. La informació de proximitat i l'associacionisme centren bona part de la programació

LUIS BENAVIDES
BARCELONA



Joventut, associacionisme, informació de proximitat i transformació social són els pilars bàsics de l'ideari de Boca Ràdio, una emissora de ràdio no comercial que aquest any celebra el desè aniversari en antena. Ubicada a la segona planta de l'Espai Jove Boca Nord (Agudells, 37), al barri del Carmel, Boca Ràdio es diferencia de la resta de propostes del dial pel seu marcat vessant social i una estreta vinculació amb les entitats de la ciutat.

L'Associació Juvenil d'Amics de la Ràdio a Horta-Guinardó (AJARHG), formada per mig centenar de socis, la gran majoria tècnics de so i locutors aficionats, gestiona l'emissora. «Nosaltres ma-

teixos som i funcionem com una associació, i la resta d'associacions de la ciutat, sobretot les juvenils, són la nostra principal font d'informació. Volem ser el seu altaveu», explica David Navarro, de 29 anys, l'únic que pot dedicar unes 30 hores a la setmana a tasques de coordinació a l'emissora gràcies a les quotes dels socis i la subvenció de l'ajuntament.

«Som una entitat sense ànim de lucre, no tenim falques publicitàries, i això té els seus inconvenients, però també ens permet fer i dir moltes coses impensables en altres emissores convencionals», afegeix Navarro, que defineix Boca Ràdio com a «apartidista, que no vol dir apolítica».

TRANSFORMACIÓ SOCIAL // A la graella de Boca Ràdio hi ha una quinzena de programes propis, alguns pro-



MARC SÁNCHEZ

► Navarro i Aguilera, socis de Boca Ràdio, a l'estudi principal.

sentats i dirigits per persones amb alguna discapacitat intel·lectual com *La Puerta de Tannhäuser* i *La Tarantela*, i fa poc van començar els usuaris d'Encert amb *Encert a la ràdio*. «Entenem la ràdio com una eina de transformació social. Fer programes amb aquests col·lectius, que no sempre fan un programa amb acabat diguem-ne professional, és possible perquè Boca Ràdio no està subjecta a les audiències», explica Richard Aguilera, de 40 anys, soci de l'entitat i cofundador d'aquesta ràdio.

L'emissora emet pel 90.1 del dial de la FM i per internet a través de www.bocaradio.org. Recentment, van posar en marxa una campanya de micromecenatge per canviar l'antena i d'aquesta manera poder ampliar l'abast de la seva programació, però els donatius no van arribar ni de lluny als 4.000 euros ne-



L'objectiu

ALFABETITZACI3 MEDIÀTICA

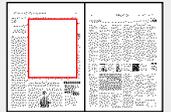
⇒ Un dels 3ltims programes a sumar-se a la graella de Boca Ràdio és *Encert a la ràdio*, un magaz3n radiof3nic dirigit i presentat pels usuaris d'Encert, associaci3n que procura esport, oci i assessorament a joves amb alguna discapacitat intel·lectual. El projecte va començar com un treball per a l'assignatura *Educaci3 i alfabetitzaci3 mediàtica* de quatre estudiants de periodisme de la Universitat Aut3noma de Bellaterra. «Les persones amb alguna discapacitat intel·lectual gaireb3 no tenen visibilitat en els mitjans de comunicaci3, i molt menys hi tenen acc3s. Voli3m donar-los veu», explica l'estudiant de periodisme Eug3nia Basauli, de 21 anys, monitora i coordinadora del programa.

⇒ Els quatre futurs periodistes van preparar un temari i uns quants jocs per acostar-los el m3n de la comunicaci3. «Els nois han evolucionat molt3ssim des de les primeres sessions. Al principi eren molt m3s t3mids, perquè no es coneixien entre ells, i ara han guanyat confiança. Tenen moltes coses a dir davant del micr3fon. S3n divertits, ir3nics, tenen frescor», afegeix Basauli. Fins ara han em3s un programa pilot. Aviat compartiran el segon a la web de Boca Ràdio.

cessaris. «Per internet ens poden escoltar des de qualsevol punt del planeta, per3 voli3m arribar a tota la ciutat de Barcelona per la FM perquè té un encant especial», manifesta Aguilera.

El futur immediat de l'emissora passa per internet, per3 tamb3 per seguir enganxant els joves. Com Toni Femenia, de 22 anys, que presenta des de fa sis anys el seu propi programa a Boca Ràdio. «Coneixia el projecte a trav3s d'un pla comunitari denominat *Joves periodistes del Carmel* quan cursava primer d'ESO, i quan van acabar els tallers m'hi vaig quedar», recorda Femenia, que dirigeix cada dissabte el programa magaz3n *De bon mat3*.

LA LLAVOR // «Encara que Boca Ràdio com a tal fa 10 anys, tot va començar el 1996 amb un taller de ràdio al Centre C3vic Carmel. Teni3m una petita taula de quatre canals per fer programes i una pot3ncia per emetre de tan sols 60 watts, tan petita que a penes s'escoltava al bar del centre», recorda Aguilera. ≡



La BBC dibuja una Costa del Sol amarga para los británicos

► En 2012 España ya protestó por un documental sobre Valencia de la cadena

LUIS VENTOSO
CORRESPONSAL EN LONDRES

El documental «Costa del Sol: Last brits standing», algo así como «Los últimos británicos que permanecen», se emitió en el primer canal de la BBC, a las 22.45 horas, el pasado 31 de marzo, pero sus ecos han llegado ahora a España, donde han desatado polémica en las webs. La televisión pública británica dibuja en 56 minutos una Costa del Sol deprimente, donde los inmigrantes ingleses se declaran atrapados ante la devaluación de sus inversiones y sin posibilidad de regresar. El espacio asegura que 90.000 británicos dejaron España el año pasado y una de las inglesas que hablan afirma que «es un país que ya no tiene nada que ofrecer».

Se calcula que en España viven unos 300.000 británicos, la mayoría jubilados. Pero el problema del espacio de la BBC, dirigido por el celebrado humorista Matt Rudge, es que todos los testimonios son tristes o críticos, no parece existir un inglés feliz en el Sur. El espacio se abre con un expresidente por tráfico de drogas, un grandullón al que presentan como Big Dave, que ha abierto un pub en Calahonda, donde ofrece asados ingleses «a 41 grados». En su testimonio llega a hablar de «la Costa del Crimen» y cuenta que «muchos británicos que han venido aquí han perdido todos sus ahorros». Su mujer es quien añade que España ya no aporta nada.

La siguiente es una inglesa de 21



La crítica ha calificado el programa de colorista, pero superficial

BBC

años, Bronte, que trabaja en un pub de camarera y vive en un pequeño apartamento, apelotonada junto a seis compatriotas. En este caso las críticas van también para Inglaterra, pues cuando se le habla de volver a su Conventry de origen, una de ellas lo define como «un agujero de mierda». Bronte y sus amigas muestran a las cámaras calles de Benalmádena llenas de bares nocturnos cerrados y abandonados. Los esqueletos de obras paradas son otra constante del documental, que afirma que en España hay 3,5 millones de casas vacías y medio millón sin acabar.

Resulta esclarecedor ver que los británicos reconocen que «los españoles nos tratan como nosotros tratamos allá a los polacos». Para ofrecer la visión de los andaluces sobre los ingleses, la BBC tampoco ha trabajado mucho. Recurre al socorrido taxista, que explica que los ingleses son como Jekyll y Hyde, «educados de día, pero que se transforman de noche cuando beben». Otros españoles consultados son gen-

te de copas de madrugada, que define a los ingleses como «bárbaros» o «locos», que «no se adaptan».

Completan los testimonios una jubilada con demencia y su marido, que viven en una espléndida casa y son atendidos de maravilla en los servicios sociales españoles, aunque la voz en *off* subraya que la ayuda pública es muy incierta; y un pensionista que invirtió mal y perdió sus ahorros y vive de dar clases de baile. El bailarín es el único que parece algo animado.

El programa asegura que hasta los 90 en España se vivió «la fiebre del oro» y que ahora sufre una amarga resaca. Pero tampoco habla muy bien de Inglaterra, pues la joven camarera reconoce que sus amigos de su país han pasado de la universidad al paro.

En 2012, otro documental de la BBC provocó una queja del embajador Federico Trillo. Se titulaba «El gran crack español» y elegía a Valencia como ejemplo de los despilfarros de la administración.



Las esposas de Oriol Pujol y David Madí cobraron de una adjudicataria de TV-3

Hacienda sospecha que el productor de 'El gran dictat' pagó casi 200.000 euros a las mujeres de los dos exdirigentes de CiU por trabajos falsos en el 'caso ITV'

JESÚS GARCÍA
Barcelona

El caso ITV, en el que permanece imputado el exdiputado de CiU Oriol Pujol, es una caja de sorpresas. La Agencia Tributaria ha revelado, en un nuevo informe aportado a la juez, que un exgerente de la televisión catalana y empresario audiovisual pagó elevadas sumas de dinero, presuntamente sin justificar, a las esposas de Pujol y de otro ex alto cargo nacionalista, David Madí, que fue secretario de Comunicación con el último Gobierno de Jordi Pujol y estrecho colaborador de Artur Mas hasta 2010, cuando éste alcanzó la presidencia de la Generalitat.

El informe de Hacienda, al que ha tenido acceso EL PAÍS, destaca los "presuntos ingresos irregulares" que obtuvieron las mujeres de Pujol y Madí a través de Oriol Carbó Serifiñana en 2008 y 2009, y que ascienden a casi 200.000 euros. Carbó administra la empresa Triacom Audiovisual, que en esa época "obtenía la mayor parte de esos ingresos" de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, el ente que gestiona TV-3 y Catalunya Ràdio. Triacom

com logró, por ejemplo, la contratación del popular programa *El gran dictat*.

Hacienda cree que Carbó utilizó dos empresas de su propiedad (Inversions Ocs y Orieu) para pagar 105.560 euros a Anna Vidal, la esposa de Oriol Pujol, por trabajos que considera ficticios. La pareja ya está imputada en el caso ITV por haber recibido, precisamente, pagos de hasta medio millón de euros de un empresario, Sergi Alsina, que se lucró con tres grandes deslocalizaciones industriales (Sony, Yamaha, Sharp) gracias, supuestamente, a la influencia y consejos de Pujol.

La Agencia Tributaria sugiere que ese mismo mecanismo —pagar al diputado a través de su mujer— fue utilizado en el caso de Triacom. Los inspectores ponen en duda que Anna Vidal realizara, realmente, los trabajos por los que cobró ese dinero. Percibió, por ejemplo, más de 45.000 euros por un informe de apenas "28 páginas" sobre "asesoramiento fiscal y urbanístico". El informe destaca una serie de "detalles" que dan a entender que "el trabajo aportado habría sido realizado por otra persona y en otra fecha". Sobre otro de los supues-

tos encargos —un estudio de una inversión inmobiliaria en Bellver de la Cerdanya—, Hacienda cree que Carbó conocía ya la existencia de esos terrenos porque una empresa de su hermano posee inmuebles en esa localidad.

Para redondear la investigación, los técnicos tomaron declaración a la única empleada de esas dos empresas y que resultó ser la esposa de David Madí, San-

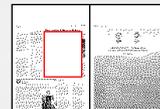
El informe sugiere que los pagos son comisiones ilegales de una productora

dra Buenvarón. Madí fue secretario de Comunicación y Estrategia de CiU en la época del tripartito (2003-2010) y diseñó la campaña electoral que aupó nuevamente a los nacionalistas al poder en la Generalitat. Preguntada sobre la actividad de esas compañías, Buenvarón "contestó con respuestas poco concretas e incongruentes". Afirmó, por ejemplo, que el dinero que cobró —91.910 euros entre 2008 y 2009— no era

un sueldo como tal, sino que respondía a un "asesoramiento global" al exgerente de TV-3.

Tanto en el caso de Vidal como en el de Buenvarón, "estaríamos nuevamente ante la presunta existencia de una facturación ficticia". Existen, remacha Hacienda, una serie de "datos de especial interés". Por ejemplo, que Orieu e Inversions Ocs tienen su sede en "el domicilio particular" de Carbó y "aparentemente son utilizadas como sociedades patrimoniales". La segunda de ellas, además, obtiene la mayor parte de sus ingresos de Triacom Audiovisual, en la que Carbó participa "mediante la interposición de sociedades".

El informe también señala que los honorarios que reciben las dos mujeres "coinciden en el tiempo y en la cuantía" y advierte, además, de que Carbó se negó a aportar más información. Existen, dice Hacienda, "claros indicios de una presunta falsificación documental que ampara relaciones comerciales inexistentes". El informe señala la "similitud" del operativo con otros hechos relacionados con el "cobro de comisiones ilegales" que también indaga el caso ITV.



Paz entre Villar y Tebas

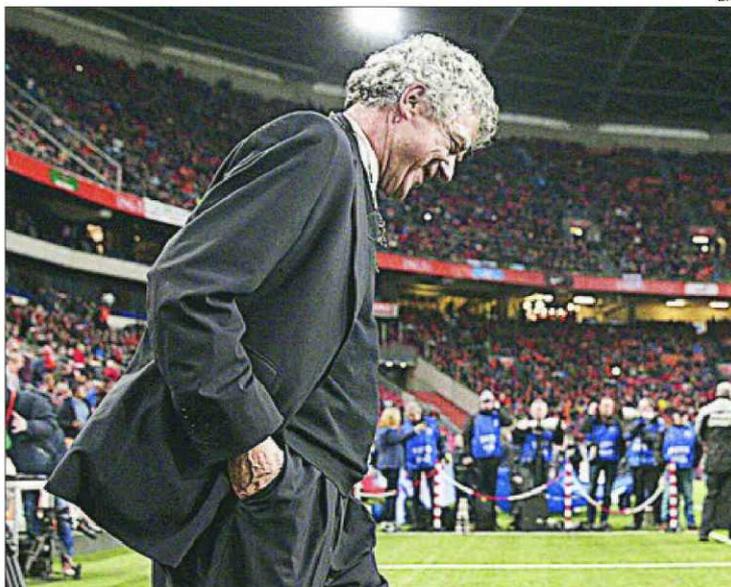
Apoyo incondicional de la Federación a la promulgación de un Real Decreto que regule los derechos televisivos

A. Pérez

MADRID- Parece que vuelve la armonía entre la Federación y la Liga, pese a que las relaciones entre Ángel María Villar y Javier Tebas, presidentes de ambas entidades, no sean buenas. La junta directiva de Villar acordó, en su reunión de ayer, «ratificar la unidad de fútbol español», a la vez que daba su «apoyo incondicional» a la promulgación con «carácter urgente» de un Real Decreto que regule la comercialización unificada de los derechos televisivos. La pelota queda ahora en manos del Gobierno, que será el encargado de legislar las pretensiones de los clubes.

Tras una reunión mantenida ayer en Las Rozas, la junta directiva de la RFEF emitió un comunicado de tres puntos, en el que también hace público el «apoyo incondicional» de la Liga a las reivindicaciones del fútbol aficionado, de lo que se desprende que la paz ha llegado a nuestro fútbol o, al menos, lo parece

Así, en el primer punto del comunicado federativo, se indica: «Ratificar la unidad del fútbol español, manifestada en la reunión de hoy (por ayer), por todos los miembros representantes tanto del fútbol profesional



Efe

El presidente de la Federación, Ángel María Villar

como aficionado, con el apoyo incondicional de la RFEF y de la LFP, para la promulgación, con carácter urgente, de un Real Decreto Ley que regule la comercialización unificada de los derechos audiovisuales y su reparto solidario con todo el fútbol español».

En el segundo punto, se hace «público el apoyo incondicional de la LFP a las reivindicaciones del fútbol aficionado y del resto de estamentos del fútbol español». Cabe recordar que durante

los pasados meses de febrero y marzo, se suspendieron unos 15.000 partidos de aficionados, como consecuencia de los paros efectuados por 18 territoriales en protesta contra la obligación de los clubes de dar de alta en la Seguridad Social a todas las personas que tengan alguna remuneración económica.

Y en el último punto se hace referencia al respaldo por unanimidad y absoluto a «todas las actuaciones del presidente federativo, Ángel María Villar».



Márketing La publicidad crece en Internet a golpe de vídeos P8



MÁRKETING, COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD

LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN VÍDEOS EN LA RED SERÁ UNA DE LAS QUE MÁS CREZCA ESTE EJERCICIO. LA GENERALIZACIÓN DEL USO DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES Y LA FACILIDAD DE LAS EMPRESAS PARA CREAR CONTENIDOS AUDIOVISUALES ATRACTIVOS CONTRIBUYEN AL CRECIMIENTO DE ESTE TIPO DE ANUNCIOS.

Vídeo e Internet, combinación de éxito

Artur Zanón, Barcelona

Gran recuerdo de marca y un precio competitivo. Estos son algunos de los motivos que explican por qué el vídeo online es uno de los canales en los que más crecerá la inversión en publicidad durante este ejercicio en todo el mundo, según las previsiones de Zenith. La agencia considera que en todo el planeta el gasto subirá sólo por esta vía un 4,4%, hasta los 500.000 millones de euros, una cifra que en 2016 será un 5,3%.

Pocos sectores económicos son capaces de obviar Internet para anunciarse, y en esto Catalunya y España no son diferentes. "Cada vez son más los sectores que lo usan, en general es un formato más de grandes enseñanzas, para crear notoriedad y marca, que de respuesta directa", apunta Miguel López-Guzmán, director digital de Zenith en España, quien asegura que los costes, comparativamente con otros medios, son superiores, de manera que la televisión es aún más competitiva: el precio por impacto es más barato en la pequeña pantalla que en el móvil, el portátil o la tableta.

Jóvenes

La principal ventaja es el acceso a la población más joven, si bien el vídeo por Internet



En el 'pre-roll', el usuario tiene que ver el contenido, al menos el principio, antes de pasar a la información.

todavía está lejos de captar las audiencias masivas de una película de estreno o un partido de la Champions.

Los dos tipos de vídeo más comunes en la red son los *pre-roll* y los *inbanner*. Los primeros aparecen al entrar en una página web y el anunciante se asegura de que el internauta ve al menos durante los primeros segundos. ¿Es molesto? Lo es, pero los usuarios lo conciben como "el peaje que pagar por acceder gratis a contenidos que le interesan", expone López-Guzmán. La segunda modalidad publicitaria consiste en un vídeo que aparece en cualquier lugar de la web.

Los pros y los contras

- La publicidad por vídeo en Internet crece gracias a la generalización de los teléfonos inteligentes.
- Una de sus ventajas es el elevado índice de recuerdo, sobre todo en la modalidad *pre-roll*.
- Internet tiene un coste por impacto superior a la televisión. La saturación es otro problema.
- Aunque llega al público joven, Internet no es aún un medio de masas como la pequeña pantalla.

A favor del *pre-roll* juega el elevado índice de visibilidad y, si la creatividad está trabajada, se dispara el recuerdo publicitario. En cambio, los precios son más elevados y el público al que se llega toda-



La publicidad 'inbanner', que se puede presentar en cualquier parte de la página web, es menos invasiva.

vía es escaso para una marca de gran consumo. Este formato permite aprovechar la inversión en producción para otros dispositivos, como la televisión.

El crecimiento del vídeo en

Internet viene asociado al aumento de velocidad de navegación de los móviles y la generalización de los contenidos audiovisuales, de lo que sacan más jugo, sobre todo, las televisiones, cuya herramienta son los contenidos audiovisuales. También ayuda la explosión del mercado de las televisiones inteligentes. El consumo de vídeos online en el último trimestre de 2014 creció un 34% en comparación con el ejercicio anterior, un ritmo que duplica el de un año atrás.

Entre los inconvenientes que tiene la fórmula audiovisual por Internet figuran, además del mayor precio por im-

Productos de gran consumo, apuestas y motor son algunos de los sectores que más se anuncian

pacto en comparación con la tele, "la dificultad para afinar el tiro y garantizar que el vídeo cae con total seguridad sobre el público que queremos; aunque parezca mentira, es más difícil en Internet que en la tele", razona el experto.

En auge

El vídeo publicitario en Internet está en auge, pero aún cuesta concretar cuáles son los principales anunciantes. "Imagino que serán las principales marcas de telecomunicaciones, gran consumo, apuestas y motor, como P&G, L'Oréal, Vodafone, Orange, Volkswagen, Renault...", apunta el directivo de Zenith.

El uso del vídeo como señuelo publicitario es eficaz, pero comienza a existir un problema importante: la "creciente saturación", como señala López-Guzmán. El hecho de que prácticamente todas las webs se financien íntegramente con publicidad implica publicar bastantes anuncios, lo que puede lastrar el índice de recuerdo.



Luis Bárcenas, actor convidat del número 200 de 'Mortadelo y Filemón'

PEDRO VALLÍN Madrid

L'extresorer del Partit Popular Luis Bárcenas ja pot presumir de ser el personatge culturalment més fecund de l'actualitat política espanyola: a l'obra teatral de Jordi Casanovas *Ruz-Bárcenas* succeeix aquest àlbum, *El tesorero* (EdicionsB), que fa el número 200 dels que protagonitzen els agents de la TIA Mortadelo i Filemón, fills d'un dels més fecunds historietistes espanyols, Francisco Ibáñez (Barcelona, 1936), que ahir presentava aquestes noves aventures dels matusseríssims investigadors al Círculo de Bellas Artes de Madrid.

Com en casos anteriors, el tre-



EMILIO NARANJO / EFE

Francisco Ibáñez amb la caricatura de Luis Bárcenas

sorer que presenta Ibáñez no és literalment el del PP –aquí, rebatejat Partido Papilar–, sinó una caricatura de la qual el dibuixant barceloní es val per proveir noves formes de patiment físic, accidents i persecucions als seus dos personatges més exitosos –29 milions d'exemplars han venut ja aquests dos gossos conillers, va avançar l'editorial, que espera assolir aviat els 30 milions–, als quals ha proveït d'un bany d'actualitat l'èxit de la pel·lícula de Javier Fesser *Mortadelo y Filemón contra Jimmy el Cachondo* (2014), guanyadora d'un premi Goya.

Com en casos anteriors, Francisco Ibáñez no ha sotmès als seus personatges a l'estretor de subordinar-los a la crònica més o menys àcida de l'actualitat, sinó que, a la inversa –com va passar amb el Mundial'82 o els Jocs Olímpics de Barcelona–, ha domesticat alguns dels elements

més grollers de la realitat per introduir-los en la crònica de la incompetència i l'escassetat que sempre ha marcat els àlbums de *Mortadelo y Filemón*, des que van néixer a la revista *Pulgarcito*, el 1958.

El creador de *El botones Sacarino*, *Pepe Gotera* i *Otilio*, *chapuzas a domicilio* i *13 Rue del Percebe* admet que l'actualitat suposa "competència deslleial" a l'hora de buscar la riulla del públic, però "el bo de treballar amb temes d'actualitat és que cada número me'l donen els periodistes, i així no pago drets d'autor", feia broma el veterà historietista, que va anunciar que el següent volum de les aventures dels agents secrets espanyols els sotmetrà a una obligada rebaixa salarial –36 euros al mes– i portarà per títol *Sueldecitos más bien bajitos*. *El tesorero* és des d'avui en venda amb una tirada inicial de cinquanta mil exemplars.●



HOJEANDO / ZAPEANDO

VÍCTOR DE LA SERNA

*Sí, existía una
prensa
gubernamental*

Uno de los efectos colaterales del colapso del Partido Popular en las elecciones andaluzas, de sus malas perspectivas para las municipales y autonómicas, de la guerra interna ya muy aparente en sus filas y de la aparición de partidos políticos nuevos que pueden contribuir a restarle votos –como ya han contribuido en Andalucía– es que, al menos por un tiempo, nos va a costar mucho encontrar restos de lo que en todo tiempo se llamó *prensa gubernamental*, y en la que se encuadraban medios informativos diferentes según quién dominase la política nacional, el PP o el PSOE. (Bueno, en algunos casos los medios repetían, y en unos pocos no llegaban nunca a ser gubernamentales).

El actual fenómeno es inhabitual porque, cuando han gobernado los socialistas, algunos medios han hecho de tripas corazón, han considerado sus intereses y los han respaldado hasta el amargo final: incluso en el septenio de **José Luis Rodríguez Zapatero**, el peor de la Historia contemporánea española, mucho peor que el cuatrienio de **Mariano Rajoy**. Pero también nos ha enseñado la Historia que la izquierda suele ser mucho más comprensiva con los suyos.

Hoy podemos leer en un medio muy, muy cercano ideológicamente al PP como es *La Razón*, bajo la firma de **Javier González Ferrari**: «El tiempo aprieta el zapato del Gobierno. Un zapato que había que haber llevado a la horma hace ya bastantes meses para evitar que los líderes populares aparecieran en público con una sonrisa en ocasiones demasiado forzada».

O lean a **Ignacio Camacho** en *ABC*: «El Gobierno ha estabilizado la economía y enderezado las cuentas, y por tanto ha cumplido lo que se suponía su principal encargo. Pero los ciudadanos que le otorgaron ese mandato acusan una notoria carga de cansancio. Querían un tratamiento de sedación y han recibido cirugía sin anestesia. La recuperación actual se basa en una intensa devaluación de costes y salarios que ha provocado en la acalorada expectativa ciudadana la sensación de un retroceso vital inaceptable. (...) El resultado es que la sociedad continúa en depresión anímica; los datos objetivos de mejora no acaban de funcionar como estímulo psicológico y es dudoso que lo hagan como factor de decisión del voto».

Afirmaba un medio electrónico que el presidente del Gobierno había dado instrucciones a sus medios «fieles» de ayudarle destruyendo a los partidos que le quitan votos. Este cronista no tiene manera de saber si eso es cierto o no, pero en todo caso los resultados, palpables en el papel impreso (y en los informativos audiovisuales) demuestran que en la práctica nada de ello se está viendo. Porque la realidad es tozuda, y los medios que no están atados por el sectarismo no pueden ignorarla.



Salvador Cot assumeix la direcció d'El Singular

À.G.
BARCELONA

El Singular canvia de director. El periodista Salvador Cot assumeix el comandament del mitjà i substitueix així Lluís Bou, que seguirà a l'empresa com a director adjunt. Amb la incorporació de Cot, que ha sigut els cinc últims anys director de Nació Digital, es busca rellançar el diari i créixer en audiència -a l'última OJD se li atorgaven 275.000 navegadors únics mensuals-. Per aconseguir-ho es potenciarà la part informativa, en un digital que ara bascula primordialment al voltant de l'opinió. El diari obrirà redacció a Barcelona i la plantilla creixerà dels 5 periodistes actuals fins als 7 o 8.

Cot entrarà al diari com a accionista en aquesta nova etapa, tot i que el soci de referència seguirà sent Ramon Grau, editor de mitjans com *Tot Sant Cugat*, el *Diari de Sant Cugat* i *Via Empresa*. La nova etapa del diari vol basar-se en un projecte periodístic independent i que englobi totes les sensibilitats dins del sobiranisme.

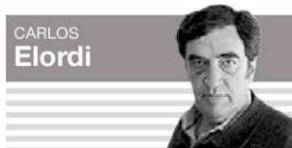
Nascut a Terrassa el 1965, Salvador Cot va ingressar a Nació Digital després d'haver sigut subdirector de l'*Avui* i màxim responsable de la seva edició digital. Va debutar a la premsa el 1983, com a redactor del *Diari de Terrassa*. També va treballar al centre territorial de Catalunya de TVE, al *Diari de Barcelona* i a COMRàdio. El 1996 va entrar als serveis informatius de TV3, on va exercir de corresponsal a les delegacions de Madrid, Bilbao i París. Una de les opcions que va avaluar abans de decidir-se per El Singular passava per tornar a TV3. —



Salvador Cot ha dirigit Nació Digital durant cinc anys. NACIÓ DIGITAL



La roda

CARLOS
Elordi

El pobre paper de la premsa

La gent que s'interessa per l'esdevenir polític, que no és poca cosa, està desinformada. O, com a mínim, ho està molt més del que ho estava fa 10 o 15 anys. Sap, més o menys, per on van les coses, pren posicions, té idees bastant clares respecte de qüestions com la corrupció o la marxa econòmica del país, però desconeix el que s'està coent en el món de la política. Perquè ningú l'hi explica. Excepte alguns apunts escadussers, la premsa, entesa com els mitjans de comunicació, fa temps que no compleix aquesta funció.

La informació que arriba al públic és la que han cuinat els gabinets de comunicació dels partits polítics. Les anomenades filtracions són gairebé sempre, o sempre, instruments d'operacions de guerres internes, mai fruit d'una investigació periodística autònoma. Les interpretacions d'unes i altres que fan tertulians i assimilables, no solen ser anàlisis, sinó

Les filtracions són instruments d'operacions de guerres internes en els partits

reproducció mimètica de la buida polèmica partidària. En forma d'espectacle, normalment lamentable.

El poder que el Govern del PP i els grans bancs tenen en els mitjans no explica per si mateix que la premsa s'hagi allunyat tant de les demandes del seu públic potencial, el que vol saber. L'enorme crisi que ha patit el sector –la seva taxa d'atur deu superar la de la construcció– és un factor tant o més important. Els mitjans no investiguen res perquè no tenen personal per fer-ho ni diners per finançar-ho. Ja fan prou de sortir cada dia.

No se'ls pot demanar més. Però el seu fracàs afecta greument la qualitat de la nostra democràcia. Una premsa lliure i activa és un ingredient fonamental de la democràcia. Perquè és el vincle principal entre la política i la gent, entre els partits i l'opinió pública formada, que és àmplia i de molt bona qualitat. Sense tancar aquest forat seguirem anant malament. ■



Vice Media lanza su edición en castellano para España, México y Colombia

CINCO DÍAS *Madrid*

Vice Media, compañía multimedia mundial para jóvenes, lanzó ayer una versión en castellano, Vice News en Español, que estará disponible en España, México y Colombia. Este proyecto editorial se encuadra en los planes de expansión internacional del grupo.

Un año después de haber nacido en Estados Unidos y Reino Unido, el medio ha recibido galardones por sus contenidos y reportajes que van desde la crisis de Ucrania a la lucha contra el ISIS, pasando por la epidemia del ébola en África.

El modelo informativo de Vice News consiste en describir y mostrar las historias con menor cobertura mediática en el mundo, utilizando un estilo de narración inmersivo y técnicas de periodismo pioneras, incluyendo la realización y distribución del primer programa de noticias en realidad virtual, la retransmisión en *streaming* y el uso de drones.

Además del mercado anglosajón, Vice News ya cuen-

ta con redacción en Francia, donde el canal ha sido un éxito tanto en la web como en un programa de noticias diario en la televisión pública France 4. El grupo pretende ahora cambiar el panorama informativo español.

Vice News en Español busca atraer al público joven hispanohablante con temas que van desde el auge de los extremismos en Europa y la migración generalizada hasta la economía o los cambios políticos en pleno año electoral.

La plataforma ofrecerá contenido exhaustivo en formato de vídeo y editorial en idioma local, como la cobertura de reportajes internacionales, seguimiento permanente de la máxima actualidad o documentales de corta y de larga duración.

En la corta vida de la plataforma ha experimentado un fulgurante crecimiento, convirtiéndose en el canal de noticias que más rápido ha crecido en Youtube, con más de 220 millones de visitas en sus vídeos, gracias a la cobertura en profundidad desde lugares con menos presencia periodística.



DOCUMENTAL ■ TRAS LA PROYECCIÓN, COLOQUIO CON LA PROTAGONISTA

Documental sobre las mujeres afganas y la periodista Mònica Bernabé

■ En la Antiga Audiència se proyecta hoy a las 18:30h el documental *Vestida de negre*, que retrata la vida de las mujeres y de la periodista Mònica Bernabé en Afganistán.

La primera vez que la periodista llegó al país fue en 2001, cuando los talibanes estaban en el poder. Fue un viaje que impulsó la puesta en marcha de una ONG para la defensa de los de-

rechos humanos de las mujeres afganas. Bernabé lleva los últimos ocho años viviendo en el país y es la periodista extranjera que más tiempo ha pasado de forma continuada en Afganistán.

El documental cuenta con la dirección de Josep Morell, realización de Jordi Vilar y fotografía de Fernando Martín, los cuales acompañaron a la periodista durante dos semanas por el país. *Vestida*

de negre cuenta con una narración en primera persona de Bernabé incursiones sobre el terreno que ella misma describe, imágenes grabadas por la periodista, algunas fotografías de la exposición *Dones, Afganistan* y diferentes testimonios de afganos y extranjeros.

Tras la proyección, los asistentes podrán comentar el documental con su protagonista.



La guerra del fútbol

Villar cede ante los clubes y pide el decreto ley del contrato televisivo

TOMÁS GONZÁLEZ-MARTÍN MADRID

Ángel Villar había protagonizado una huida hacia delante que le llevaba a un túnel sin salida. Su espantada del 26 de marzo, cuando no acudió a la cumbre organizada en el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte con Wert, Cardenal y Tebas, le dejó tocado en todos los ámbitos. Los clubes critica-



ron entonces al presidente del fútbol español por esconderse cuando necesitan como agua de abril un contrato televisivo único que les conceda dinero o crédito para salir de situaciones, en algunos casos, límite. Ayer, Villar abrió la Junta directiva de la Federación Española con un intento de atacar de nuevo a Cardenal y Tebas. Fueron los presidentes de clubes integrantes de la Junta quienes le pararon los pies y le hicieron dar un golpe de timón. Villar plegó velas y dio un paso adelante. La Federación ratificó «la unidad del fútbol español y el apoyo de la Federación y de la Liga a la promulgación, urgente, de un decreto ley que regule la comercialización unificada de los derechos audiovisuales y su reparto solidario con el fútbol español».

La Junta subrayó «el apoyo de la Liga a las reivindicaciones del fútbol aficionado», amenazado fiscalmente en las remuneraciones que realice cada club y territorial.

Tebas afirma que el contrato televisivo puede reportar mil millones. Villar pide que el fútbol modesto reciba el 5 por ciento, pero no es una condición. Aparcada por un momento la auditoria exigida a la FEF, ahora es el Gobierno el que debe decidir si aprueba el Decreto Ley.



L'APUNT

De RTVV a les llistes electorals

Tere Rodríguez

A dos mesos de les eleccions autonòmiques i municipals, algunes formacions valencianes s'afanyen a combatre la desafecció de la ciutadania amb el fitxatge d'alguns dels professionals que treballaven a RTVV fins al seu tancament. No serà possible veure'ls a les llistes del cap i casal, però sí en alguns municipis principals del territori. L'última incorporació ha estat la de l'expres-

sentador d'informatius de Canal 9 Frederic Ferri, a qui Ciutadans va rebutjar per haver utilitzat el terme 'País Valencià' i que finalment serà el cap de llista de Podem per Paterna. El PSPV ha aconseguit els periodistes Ferran Pina i Miquel Àngel Picornell per Lliria i Gandia respectivament. Caldrà esperar a veure el possible encant electoral d'aquests rostres i veus televisius.





La Federación y la Liga firman la paz

EL PAÍS, Madrid

La Federación Española de Fútbol y la Liga de Fútbol Profesional (LFP) escenificaron ayer un armisticio tras el enfrentamiento que mantenían por la tramitación del decreto para el reparto de los derechos televisivos del fútbol.

La junta directiva de la federación pidió de forma conjunta con la LFP en un comunicado la promulgación con "carácter urgente" de dicho decreto, que el Gobierno tenía previsto aprobar antes de las Navidades y cuyo borrador no ha llegado nunca al Consejo de Ministros. Desde entonces el enfrentamiento entre la Liga, que aglutina a los clubes profesionales (Primera y Segunda División), y el Consejo Superior de Deportes, por un lado, y la Federación que preside Ángel María Villar, ha ido en aumento. En el comunicado, además, la federación hizo público el apoyo incondicional de la LFP a "las reivindicaciones del fútbol aficionado y del resto de estamentos del fútbol español", en referencia a la presión del Ministerio de Hacienda sobre los voluntarios del fútbol base para intentar que se inscriban en la Seguridad Social.

El enfrentamiento de la Federación y la patronal del fútbol parecía resuelto cuando a finales de marzo el optimismo precedió la reunión que debían mantener Ángel María Villar, presidente de la Federación, José Ignacio Wert, ministro de Cultura; el secretario de Estado, Miguel Cardenal, y el presidente de la Liga, Javier Tebas. Villar no acudió a la reunión y en la LFP denunció que la federación intentaría paralizar el acuerdo.

Tebas y Cardenal prometieron a los clubes de que la venta centralizada estaría lista en diciembre, pero desde entonces se han encontrado con la oposición de la federación que alegó que la habían ignorado. Ayer se firmó la paz. Falta que el Gobierno tramite el decreto.



Baltasar Garzón

Leo con cierta perplejidad, porque desgraciadamente ya me asombro poco, un artículo de opinión firmado por don Álvaro Martínez en el que tras una serie de apreciaciones sobre mi situación laboral que al parecer le inquieta sobremedida, vierte algunos comentarios sobre el libro que acabo de publicar: «El fango». Pero, independientemente de los ataques baratos a mi persona o a mi desempeño profesional, lo que dice poco por no decir nada del autor de esas líneas son sus apreciaciones -preocupantemente antidemocráticas y de dudoso

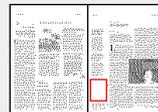
respeto constitucional- sobre el derecho de todas las personas a su defensa legal. Hablo, como puede comprender fácilmente, de Julian Assange.

Mire usted. Para mí es un honor defender a Julian Assange porque tengo tanto respeto por la libertad de expresión que incluso defendería pro bono a Álvaro Martínez, si su derecho fundamental se viera amenazado. Assange es un periodista de gran prestigio y aunque yo había oído decir que en su profesión -a la que supongo pertenece el señor Martínez- «perro no muerde perro», parece que en este caso no es así, hasta el punto de que en su desmesurado mordisco al articulista en cuestión se le ha olvidado el «presunto» al enumerar cargo sobre cargo y citar una supuesta violación de

la que directamente acusa a Assange, por supuesto sin juicio ni defensa.

No se suelen ver muchos artículos atacando a despachos de abogados o a los propios letrados por cumplir con su deber de defender a sus clientes y manipulando la información. La falta de respeto al ejercicio de la abogacía y en defensa de los intereses legítimos de las personas, es muy grave en un sistema democrático cuya Constitución ampara este mismo derecho de defensa. Tan grave, como arremeter desde las páginas de un periódico contra la libertad de expresión.

Para concluir, le ruego señor director recomiende a su redactor la lectura atenta de mi libro «El fango», porque a lo



mejor le reconforta y le aporta motivos de reflexión ante tan irreflexivas afirmaciones. No es bueno hablar de oídas ni escribir sin fundamento porque ello puede llevar a menospreciar a otras personas e instituciones con la sola guía de la animadversión personal. En cuanto a mí, sólo apuntar que las suelas de mis zapatos están desgastadas por el trabajo en favor de la justicia y de la seguridad de todos los ciudadanos. Y muy limpias. Desconozco cómo estarán las del señor Martínez.

BALTASAR GARZÓN REAL



PERIODISME

El bon periodisme

El bon periodisme és integritat, coherència i virtut, no integrisme, adherència i servitud; exposar la versió veraç i amb perspectiva històrica, no imposar la versió voraç i amb invectiva histèrica; independència deontològica, no decadència ideològica; seduir amb la veritat, no abduir amb la barbaritat; mantenir una diària equidistància, no fer incendiària la distància.

El bon periodisme és comprometre's a no tenir colors, no sotmetre's al colós; creativitat i passió eloqüents, no reactivitat i submissió freqüents; optimitzar els recursos analítics, no polemitzar amb discursos paleolítics; respectar la notícia, no impactar amb l'estultícia; carisma capaç i honest, no sectarisme rapaç i funest; informar amb sentit i sensibilitat, no deformar ressentit i sense amabilitat; la tendència a l'equanimitat, no l'obediència per unanimitat.

Malauradament, avui dia el bon periodisme cada cop és més... notícia.

Òscar Pujol

Estudiant. Badalona





Cruanyes deixa temporalment el 'TN' perquè ha sigut pare

Toni Cruanyes va revelar ahir a Twitter per què des de fa uns dies no presenta el *Telenotícies vespre*: “El meu marit i jo hem estat pares, i és per això que no presentaré el *TN* durant unes setmanes”, va piular. Tot seguit, va especificar que la criatura és “un nen” i que “la paternitat és de l’ende-

mà de la tragèdia aèria” dels Alps, per la qual cosa va tornar de França “a corre-cuita”. Cruanyes va presentar l’informatiu del dia de l’accident des de Seyne-les-Alpes, però l’endemà ja no va aparèixer. Des de llavors, Ramon Pellicer i Agnès Marquès han fet tornos per substituir-lo.



Vice News desembarca en el mercado en español

J. J. GÁLVEZ, **Madrid**

De revista *underground* a plataforma *online* de producción de contenidos. Así se resume en pocas palabras la historia de VICE, una compañía multimedia que lanza hoy su nueva edición en español del canal digital de noticias *Vice News*. “Nos dirigimos a público mayoritariamente joven, muy exigente y acostumbrado a recibir información de cualquier parte del mundo en tiempo real”, declaró ayer Andrés Reymondes, director de Vice Iberia.

El canal en español, que funciona desde hace un mes en versión beta, nace con una base de ocho personas en Barcelona y cerca de 40 colaboradores en Latinoamérica. Medir Plandolit, excorresponsal de TV3, lidera un proyecto que coloca al vídeo como eje principal; y que, además, fija como objetivo la producción de dos o tres documentales informativos al mes. Para ello, según la compañía, Vice News experimentará con nuevos formatos informativos como la realidad virtual y el uso de drones.



FÚTBOL

VILLAR PIDE EL DECRETO DE TV

MADRID.- La junta directiva de la Federación Española de Fútbol, presidida por Ángel Villar, y la LFP pidieron ayer la promulgación «con carácter urgente» de un Real Decreto Ley que regule la comercialización unificada de los derechos audiovisuales./EM