



14/05/2015

RECULL DE PREMSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

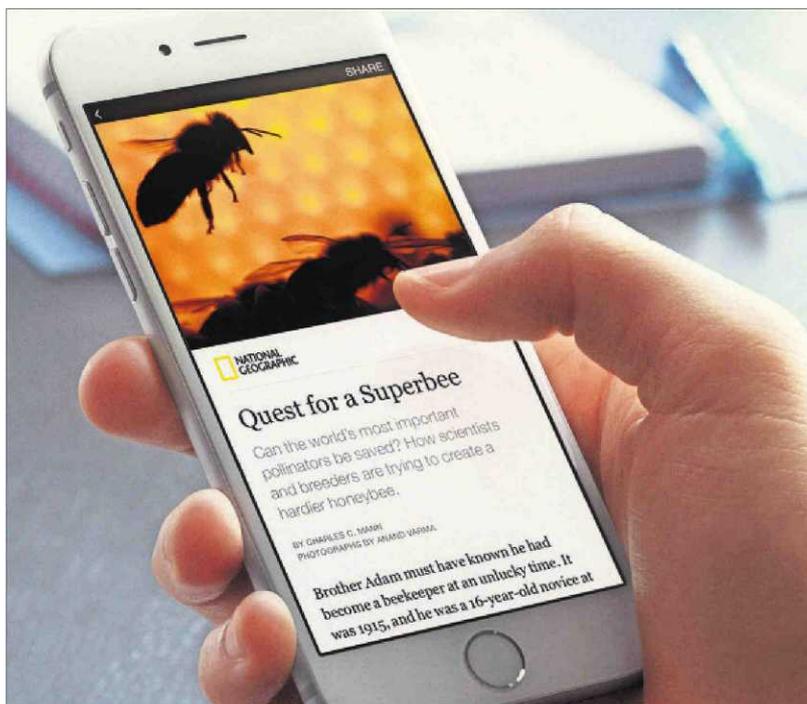
| Fecha | Titular/Medio | Pág. | Docs. |
|----------|--|------|-------|
| 14/05/15 | LOS MEDIOS SE ACOMODAN A LAS REDES SOCIALES / EL PAIS (ED. NACIONAL) | 5 | 1 |
| 14/05/15 | SOBIRANIA: PLENA CAPACITAT D'ACTUAR, PER JOAN M. TRESSERRAS / ARA | 6 | 1 |
| 14/05/15 | El presidente de Unidad Editorial habla sobre el futuro de la información: "LA TECNOLOGÍA ES UN 'TSUNAMI' Y MÁS VALE QUE VAYAMOS CON ELLA" / EXPANSION | 7 | 1 |
| 14/05/15 | LA HUELGA DEL FUTBOL, EN 10 CLAVES / EXPANSION | 8 | 1 |
| 14/05/15 | TELEFÓNICA REORGANIZA SU NEGOCIO DE TELEVISIÓN / EXPANSION | 9 | 1 |
| 14/05/15 | MALOS TIEMPOS PARA LA COCINA EN TELEVISIÓN / EL PAIS (ED. NACIONAL) | 10 | 1 |
| 14/05/15 | EURECAT ES CONSTITUEIX DEFINITIVAMENT COM EL CENTRE D'INNOVACIÓ DE REFERÈNCIA / REGIO 7 | 11 | 1 |
| 14/05/15 | SEYMOUR HERSH: «ERA MÁS FÁCIL LA VERSIÓN HEROICA» / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 12 | 1 |
| 14/05/15 | FERNÁNDEZ-GALIANO APUESTA POR NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 13 | 1 |
| 14/05/15 | FACEBOOK PACTA AMB GRANS MITJANS / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA | 14 | 1 |
| 14/05/15 | VENEZUELA REDOBLA SU CERCO ALA PRENSA INDEPENDIENTE / EL PAIS (ED. NACIONAL) | 15 | 1 |
| 14/05/15 | ATAQUE A LA LIBERTAD DE PRENSA, EDITORIAL / EL PAIS (ED. NACIONAL) | 16 | 1 |
| 14/05/15 | MADURO CERCA A LA PRENSA LIBRE / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 17 | 1 |
| 14/05/15 | VOCENTO, A PUNTO DE ENTRAR EN BENEFICIOS TRAS MEJORAR SUS CIFRAS DE NEGOCIO / ABC (EDICION NACIONAL) | 18 | 1 |
| 14/05/15 | LA VICTÒRIA CONSERVADORA POSA EN PERILL EL CÀNON DE LA BBC / ARA | 19 | 1 |
| 14/05/15 | PRISA REDUCIRÁ 1.500 MILLONES DE EUROS DE DEUDA Y CUMPLE SUS COMPROMISOS HASTA FIN DE 2018 / CINCO DIAS | 20 | 1 |
| 14/05/15 | FOLRAR-SE I ABUSAR DELS CÀRRECS per Tere Rodríguez / EL PUNT AVUI | 21 | 1 |
| 14/05/15 | RESPOSTA A 'EL BLOG DEL DIRECTOR' per Josep Maria Català (Degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB) / DIARI DE TARRAGONA | 22 | 1 |

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

| Fecha | Titular/Medio | Pág. | Docs. |
|----------|---|------|-------|
| 14/05/15 | REVELAN LOS REPROCHES DEL PRÍNCIPE CARLOS A LOS MINISTROS / EL MUNDO (EDICION NACIONAL) | 23 | 1 |
| 14/05/15 | EL GOBIERNO NO MODIFICARÁ EL DECRETO DE DERECHOS DE TELEVISIÓN / EXPANSION | 24 | 1 |
| 14/05/15 | «THE NEW YORK TIMES», «THE GUARDIAN» Y LA BBC PUBLICAN EN FACEBOOK / LA RAZON | 25 | 1 |
| 14/05/15 | SANCIONES A MEDIOS DE VENEZUELA POR REPRODUCIR NOTICIAS DE ABC / ABC (EDICION NACIONAL) | 26 | 1 |
| 14/05/15 | LA CADENA SER RENUEVA SU APLICACIÓN MÓVIL PARA LOS SISTEMAS IOS Y ANDROID / CINCO DIAS | 27 | 1 |

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





National Geographic es uno de los medios que firman el acuerdo. / FACEBOOK

Nueve cabeceras internacionales deciden publicar parte de su contenido únicamente en Facebook

Los medios se acomodan a las redes sociales

R. JIMÉNEZ CANO, San Francisco El nuevo mundo y el viejo exploran juntos el futuro de la difusión de las noticias. En marzo se desvelaron los planes de Facebook de alojar noticias de los medios directamente en su web y ayer la red social anunció el proyecto Instant Articles, que incorpora al diario *The New York Times*, la web de contenido social Buzzfeed, la cadena de televisión y radio NBC News, el diario británico *The Guardian*, la cadena de radiotelevisión pública de Reino Unido BBC, el diario *Bild* y el semanario *Spiegel Online*, ambos alemanes, y las revistas estadounidenses *National Geographic* y *The Atlantic*.

No se publicarán todos los contenidos abiertos de estos medios, sino una selección que, consensuada entre ambas partes, aparecerá integrada como contenido de la red social, de la misma manera a un *post* de un amigo y sin necesidad de incluir un enlace a la fuente original de la noticia. Se desconoce por el momento la cantidad de artículos por día que se mostrarán.

La cabecera neoyorquina ha publicado que el acuerdo se ha alcanzado "a pesar de la preocupación por que su participación pueda al final perjudicar su propio negocio". En este sentido, Facebook ofrece a los medios la posibilidad de incluir publicidad en las piezas publicadas y de explotar otros contenidos como reportajes patrocinados en la red

social. Los medios podrán rentabilizar la publicación también en tráfico: la plataforma especializada ComScore ofrecerá como propio del medio el que se genere por las noticias publicadas.

El diario *The Wall Street Journal*, que no forma parte del proyecto, precisa que las grandes cabeceras obtienen de media un 60% de su tráfico de Facebook. El 48% de los encuestados por el Pew Research Center en 2014, añade el diario estadounidense, había leído las noticias de política a través de esta red social en la semana anterior a la consulta.

El interés de Facebook en esta iniciativa es doble, afirma el mismo diario: obtener un 30% de los beneficios publicitarios —suponiendo que se aplique el porcentaje habitual— y mantener a los usuarios más tiempo en su página, al reducir drásticamente el tiempo de carga de las informaciones. Precisamente, Facebook ha publicado en su blog que justifica el nuevo formato por la velocidad de carga de estas noticias, "hasta diez veces" más rápida que los artículos consultados en la web de manera tradicional.

Según la red social, las noticias incorporan nuevas funciones para mejorar la experiencia del usuario. Se podrán agrandar las fotografías en alta resolución inclinando el teléfono, ver automáticamente videos al desplazar hacia arriba las páginas, inte-

Los grandes diarios obtienen un 60% de su tráfico a través de Facebook

La web quiere que los usuarios pasen más tiempo en la página

Los editores podrán controlar las fotografías y los videos

ractuar con mapas, escuchar capturas de audio y comentar y pulsar "me gusta" no solo sobre el conjunto de la noticia, sino sobre sus diferentes apartados.

El proyecto sigue la línea de iniciativas anteriores, como la integración de videos: en lugar de hospedarlos en YouTube, comenzaron a atraer a los usuarios para que los subieran directamente en su muro. El ahorro de tiempo para consumir el contenido aumenta la cantidad de visionados de cada pieza de video. Esta es la lógica que subyace sobre esta nueva modalidad de publicación: conseguir que el usuario vea los contenidos sin tener que realizar ninguna acción adicional, ni siquiera un clic añadido.

Recode, medio especializado en tecnología, ha adelantado algunos términos del acuerdo y su funcionamiento. Los editores contarán con herramientas para dar el formato deseado a textos, videos y fotos para componer las historias con una estética más cuidada que los textos subidos por los usuarios.

Facebook ha dedicado más de 18 meses a experimentar con diversos formatos de publicación de noticias. Es el motivo de que la compañía muestre tanto interés en conocer cómo es el flujo de consumo de la audiencia y la difusión entre sus contactos. Por su parte, los medios asociados en esta primera oleada pretenden rejuvenecer la audiencia, buscar fórmulas de suscripción y reforzar sus marcas.

La red social cuenta con más de 1.440 millones de usuarios activos. Su auge la ha convertido en una fuente de tráfico cada vez más relevante para los medios. En el caso de *The New York Times*, alcanza el 15% de su audiencia digital. Por parte de Facebook, su máximo responsable de producto, Chris Cox, ha sido el encargado de liderar el proyecto. Cox cree que el servicio debe servir para compartir información entre amigos y familia; si los medios querían seguir siendo un tema de conversación, necesariamente debían entrar en su plataforma.

El pasado octubre, David Carr, analista de comunicación recientemente fallecido, expuso la sensación que le produce Facebook: "Para los medios [la red social] es como ese perro que viene corriendo hacia ti en el parque. A menudo, no sabes si lo que quiere es comerte o jugar contigo".

Un enorme mercado de usuarios en red

La red social contabilizó 1.440 usuarios únicos el pasado mes de marzo. Facebook no desvela datos desagregados por países, pero un 82% de las visitas a la web procede de fuera de Canadá y Estados Unidos.

Los medios adscritos al acuerdo Instant Article ("artículo instantáneo"), según datos de la compañía de análisis de audiencias en Internet ComScore, sumaron 232 millones de usuarios únicos que accedieron a través de ordenadores en marzo. Las mayores oportunidades del proyecto, sin embargo, se encuentran en los dispositivos móviles.

Por cabeceras, estos son los datos de audiencias expresados en millones de usuarios: 44,4 buzzfeed.com, 44,3 The New York Times, 43,4 The Guardian, 43,1 BBC News, 13,1 Bild.de, 13,01 nbcnews.com, 12,47 nationalgeographic.com, 10,09 spiegel.de y 7,32 theatlantic.com.



Sobirania: plena capacitat d'actuar

Estem immersos en la campanya de les eleccions municipals. Una campanya que té un interès polític excepcional per ella mateixa i que, alhora, s'inscriu en una altra campanya de cicle més llarg que culminarà al setembre amb unes eleccions al Parlament de Catalunya. Aquestes eleccions tindran, a més, caràcter plebiscitari. Des d'una perspectiva catalana, tot el que vingui després, incloses les eleccions espanyoles i la manera d'abordar-les des del catalanisme, estarà absolutament condicionat pels canvis que s'hagin derivat del tram electoral anterior. Perquè, encara que en l'àmbit espanyol s'hi decideix el control de l'actual estat i la gestió de les seves competències i recursos, en l'àmbit català s'hi dirimeix la qüestió del poder social iquina és la correlació de forces entre les seves expressions polítiques.

La campanya ha tingut una arrencada intensa, inevitablement massa teatral, perquè ja vivim permanentment en campanya, i perquè s'ha de lluitar contra el descrèdit general de la política, aclaparada pels episodis coneguts de males pràctiques i de corrupció. L'escepticisme general ha crescut, alimentat per l'experiència de la desconexió percebuda entre els discursos propagandístics i les corresponents actuacions posteriors. I també per l'evidència que alguns rellevants mitjans de comunicació operen directament com a lobis i com a part activa –actors polítics– al servei o en contra de determinades opcions. Avui mateix en tindrem una

prova amb la presentació per part del grup Media.cat del recull dels silencis mediàtics més flagrants d'aquesta temporada: temes importants que la majoria de mitjans han evitat tractar i incloure en l'agenda, per ignorància, per deixadesa, o per haver cedit a pressions de parts involucrades. Una altra prova l'hem tingut en l'ús inicial selectiu, esbiaixat –delimitant escenaris i canalitzant expectatives–, dels sondejos d'opinió d'instituts públics i privats. N'hem tastat les cuines d'origen, i els reescalfaments amanits i administrats per qui els havia encarregat i altres beneficiaris. Amb el suport d'assessors de comunicació de les candidatures patrocinades per l'establishment. El cas de Barcelona, particularment, podrà ser l'argament estudiat, amb profit garantit, a les facultats de polítiques i de comunicació.



JOAN M. TRESSERRAS

COMUNICÒLEG, UAB

CONSULTEU
MÉS ARTICLES A
www.ara.cat

Per completar el quadre de les vergonyes de la campanya cal indicar, encara, la insistència en la imposició dels blocs electorals. Una altra vergada! Una mesura aberrant, que constitueix una ingerència directa de la política en l'espai propi del periodisme, fixant-li l'ordre i el temps d'atenció a cada opció homologada, com si els/les professionals dels mitjans públics no poguessin resoldre pel seu compte, millor, i més responsablement, l'equació diària que vincula l'interès informatiu amb el respecte al pluralisme. Finalment, enmig de tot plegat, el PP ens ha regalat indicis de la seva autèntica devoció política en municipis diversos atiant la discriminació i la xenofòbia. ¿Els de casa primer? ¿Que no ho som tots, de casa, a Rubí? ¿Quan s'ha d'haver arribat per ser “de casa”, per ser “dels nostres”? ¿Quin any, quin dia, a qui-

na hora? Netejar Badalona? De què o de qui? Com? Quin barri? Badalona, Rubí i tantes ciutats del país han multiplicat per deu els seus habitants en seixanta anys. En conseqüència, tots hi som, a casa, des del primer moment que hi hem arribat. ¿O és que no serà fins després de la independència que podrem ser tots de casa, sense distincions, nets i homologats, iguals en drets i deures? Davant les exhibicions d'intencions dels xenòfobs, la independència política de demà és l'esperança dels que avui són discriminats i menystinguts.

Les eleccions municipals han situat en el primer pla el debat social. Però algunes formacions que enarboren la bandera de la radicalitat en el terreny social, en el terreny nacional es limiten a proclamar el dret a decidir. De fet, en ser interpel·lats sobre la independència, tot evitant de pronunciar-s'hi, construeixen un argumentari impecable que reclama decidir –cadascú segons li sembli– sobre el model sanitari, les condicions laborals o els serveis i equipaments de cada barri. Dret a decidir sobre qualsevol qüestió. Democràcia directa. D'acord. Per servir l'interès general, però, no n'hi ha prou decidint democràticament sobre cada tema, sinó que es tracta de poder fer efectives les decisions. La sobirania comença, ben cert, amb la possibilitat de decidir; però només és operativa quan es compta amb la capacitat d'actuar i executar les decisions. Per això la radicalitat social a Catalunya, avui, només és creïble si incorpora la radicalitat nacional: l'exigència de tots els instruments i recursos per actuar.

En la campanya, alguns rellevants mitjans de comunicació operen com a lobis al servei de determinades opcions



SUSANA SUBIRANA

¿Que no ho som tots de casa, a Rubí? ¿Quan s'ha d'haver arribat per ser “de casa”, per ser “dels nostres”?



MEDIOS DE COMUNICACION

“La tecnología es un ‘tsunami’ y más vale que vayamos con ella”

FORO El presidente de Unidad Editorial habla sobre el futuro de la información.

Marcos Español. Zaragoza

“La revolución tecnológica será mucho más importante que la industrial”. Así respondía ayer Antonio Fernández Galiano, presidente de Unidad Editorial, a una de las preguntas formuladas en su intervención en el Ayanet Business Forum de Zaragoza. Su ponencia *Revolución en el Mundo de la Información* reveló el posicionamiento del grupo editorial en un panorama dominado por las nuevas tecnologías, en el que los periodistas deberán renovar sus perfiles profesionales y los medios para avanzar hacia un mercado en el que la competencia estará en llamar la atención de los lectores.

La presentación centralizó el acto organizado por la TIC aragonesa Ayanet, que celebra su 30 aniversario, y en la que también participaron el consejero de Economía del Gobierno de Aragón, Francisco Bono, y el de Industria e Innovación, Arturo Aliaga. Fernández-Galiano destacó que Unidad Editorial, en las ediciones digitales de sus distintas cabeceras, cuenta con un tráfico de 20 millones de personas, mayor que el de Facebook, que se sitúa en 15,8 millones. “Ahí hay una tremenda oportunidad que no podemos dejar pasar”, señaló.

A pesar del auge de la prensa digital, “el papel no va a desaparecer, pero la crisis ha determinado que la gente piense que comprar el periódico todos los días igual no era necesario”, explicó, añadiendo que “el papel necesitará una reformulación, centrándose más en el análisis, con más opinión y con más profundidad”.



Antonio Fernández-Galiano, presidente de Unidad Editorial, ayer en el Ayanet Business Forum de Zaragoza.

Fernández-Galiano comparó cómo han evolucionado los hábitos de lectura en los últimos años, desembocando en un escenario en el que “hay más superficie y más noticias, donde el lector jamás ha estado tan actualizado”. Sin embargo, “al estudiar la web de *El Mundo*, descubrimos que sólo el 5% clicaba más de 20 noticias al mes, es decir, la mayoría se quedaban en la portada”.

Esta situación obliga, en su opinión, a adaptar la información a cada dispositivo, con lectores cada vez más transversales. “Esto también está ocurriendo en la política; no es casual que pasemos de dos partidos a cuatro o cinco”.

Otro de los efectos de esta nueva era es la posibilidad de contar con información valiosa de los lectores. “Puedes acceder directamente a tus clientes a través de Internet; la

“Los periodistas van a tener que ser tecnólogos, lo que no significa que dejen de ser periodistas”

capacidad de almacenamiento de la información de nuestros usuarios tiene un valor incalculable”, indicó. Para Galiano, el negocio de la comunicación será de abonados, con un sistema de publicidad en el que el anunciante podrá elegir el público al que quiere ir.

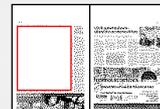
“Tenemos que informar, entretener y sorprender”, resumió el presidente del grupo editorial de EXPANSIÓN, *El Mundo* o *Marca*. Respecto a los profesionales, señaló que “los periodistas van a tener que ser tecnólogos, lo que no significa que dejen de ser periodistas”, adquiriendo conocimientos en competencias

como “la edición de vídeo o las aplicaciones para smartphones”. Resumió este nuevo escenario apostillando que “la tecnología es un tsunami y más vale que vayamos con ella, porque si no, nos aplastará”.

Papel versus Internet

En el turno de preguntas, Fernández-Galiano aclaró que “el papel no puede competir con Internet, porque tiene unos requerimientos logísticos hasta llegar al kiosco”. Pero “se mantendrá como producto”.

Los asistentes también se interesaron por el futuro digital en las cabeceras de Unidad Editorial, a lo que el directivo respondió con detalles como que *Marca* ya factura más publicidad digital que en papel. Explicó que en el grupo, el periódico impreso representa el 70% del negocio, pero la que crece es el área digital.



La huelga del fútbol, en 10 claves

EN VILO/ La Audiencia Nacional hará hoy público su fallo sobre la petición de la Liga de que suspenda el paro desde el 16 de mayo que ha convocado la Federación y a la que se han sumado los futbolistas.

Héctor Barbero. Madrid

La Liga de Fútbol (LFP) y la Asociación de Futbolistas (AFE) no han llegado a un acuerdo. La Audiencia Nacional debe decidir hoy sobre la convocatoria de huelga en el fútbol español prevista para este fin de semana. Éstas son las principales cuestiones:

1. ¿Qué dice el Decreto que ha acelerado el conflicto?

Cambia el actual sistema de venta de derechos televisivos individual por un paquete centralizado y establece las medidas de comercialización de los mismos derechos y los criterios para la distribución de los ingresos. Los clubes profesionales se repartirán el 92% de los ingresos procedentes de los derechos de televisión, un 3,5% irá a un fondo para los clubes que desciendan, un 2% a la Federación Española de Fútbol (RFEF), un 1% para la Liga y un 1,5% para los deportistas de alto nivel y el fútbol no profesional. Dentro de los clubes profesionales, el 90% será para los de primera división y el 10% para los de segunda. El nuevo modelo establece también porcentajes que los clubes deben ceder para objetivos sociales, promoción del fútbol aficionado y el femenino y la inserción laboral de los deportistas.

2. ¿Por qué ha llamado a la huelga la RFEF?

La Federación y la Asociación de Futbolistas se consideran ninguneadas en la redacción del Real Decreto. El comunicado en el que la RFEF anunció la huelga contenía algunos puntos con los que se siente disconforme más allá de la nueva normativa de derechos audiovisuales, como la decisión de retirar el reparto del 4,55% procedente de las Quinielas. La RFEF se opone también a la Ley de Emprendedores, que obliga a regularizar la situación laboral de los colaboradores de los clubes. En su



CARA A CARA EN LA AUDIENCIA, QUE DECIDE HOY Imagen de la vista celebrada ayer en la Audiencia Nacional. Intervinieron el presidente de la Liga, Javier Tebas (primero por la izda.), y el de la Asociación de Futbolistas, Luis Rubiales (segundo por la decha.).

opinión, los gastos derivados llevarían a la asfixia de entidades menores del fútbol. Por último, denuncia las inspecciones de Hacienda a los clubes y las "injerencias del Consejo Superior de Deportes (CSD)".

3. ¿Hay cuestiones personales en el conflicto?

El origen de todo el conflicto, incluida la huelga, es en parte personal. Javier Tebas, antes de presidir la Liga, ejerció la acusación particular contra Ángel Villar, por presuntos casos de corrupción que no prosperaron judicialmente. En paralelo, Miguel Cardenal, presidente del CSD, acordó con Tebas las normas de control económico del fútbol para saldar la deuda con la administración, acto que Villar entendió como una traición. Más tarde, la RFEF se negó a ser auditada por el CSD, como ocurrió con otras federaciones deportivas, lo que generó una espiral de acusaciones.

4. ¿Por qué apoya la huelga la Asociación de Futbolistas?

No sólo la apoya sino que es el propio sindicato de jugadores

el que también llama a la huelga. La AFE considera desproporcionada la diferencia de dinero entre Primera y Segunda División en el reparto de derechos y critica que deja indefensos a la Segunda B. Según el sindicato, el Decreto lleva aparejada la desaparición de las garantías salariales para los futbolistas. Una de las principales reivindicaciones de los jugadores es que se destine una cantidad para ellos, tal como ocurre en otras ligas europeas, donde entre un 1% y un 1,5% va a planes de pensiones de los jugadores modestos.

Junto a esta petición, convive otra que resulta importante para los futbolistas mejor pagados: su fiscalidad. Los deportistas profesionales tributan el 85% de los ingresos que perciben de sus equipos por la escala del IRPF (hasta 49%) y el 15% por el Impuesto sobre Sociedades (28%), al entender que se produce una explotación de imagen. Esta última parte la perciben a través de sociedades, cuya actividad es la que ahora Hacienda pone

en entredicho, al aplicar la Ley de Operaciones Vinculadas para reclamar a los jugadores la diferencia de los tramos en los últimos cuatro años.

5. ¿Cuándo se sabrá si hay huelga?

El CSD tendría que decidir antes del viernes que el parón definitivo de las competiciones decretado por la Federación es nulo. Otra fórmula es que la Audiencia Nacional conceda hoy las medidas cautelares solicitadas por la Liga. La LFP ha expuesto en su escrito que el paro sindical es "político e ilegal", al entender que va en contra de un Decreto y no contra cuestiones laborales.

6. ¿Qué conllevaría que se haga efectiva la huelga?

El derecho laboral español establece que las jornadas de huelga no se pueden recuperar. Si finalmente se lleva a cabo, cada jornada que no se dispute no se podrá jugar más adelante. Si no se soluciona el conflicto antes del 24 de mayo, no habría más fútbol en Primera esta temporada. Sería diferente si la RFEF hubiera pa-

ralizado la Liga de manera unilateral o si la RFEF y la LFP hubieran llegado a un acuerdo para aplazar una jornada.

7. ¿Cuánto costaría la huelga?

Según el presidente de la LFP, Javier Tebas, supondrían pérdidas cercanas a los 50 millones de euros entre los ingresos de las Quinielas, las retransmisiones o los patrocinadores, por lo que la huelga según está prevista haría dejar de ingresar aproximadamente 100 millones de euros sólo en Primera División. Habría que sumarle el daño hecho en Segunda y las pérdidas de no celebrarse la final de Copa.

8. ¿Puede intervenir algún organismo supranacional?

Joseph Blatter, presidente de la FIFA, ya advirtió que el Gobierno español estaba ejerciendo una presión intervencionista sobre la Federación. Ni FIFA ni UEFA pueden imponer nada pero llegado el caso, la FIFA podría amenazar con excluir a clubes o selección de competiciones internacionales.

9. ¿Están a favor de la huelga todos los futbolistas?

Todos los clubes que se han pronunciado apoyan la postura de Tebas. En cuanto a las plantillas, la mayoría están a favor de la huelga aunque hay alguna, como la del Numancia, que han hecho pública su oposición al parón tachándolo de un gran daño para el fútbol en un momento en el que se trata de darle valor.

10. ¿Qué piensan otros deportistas del Real Decreto?

La Asociación de Deportistas aprueba formalmente a la AFE, aunque el nuevo Decreto está teniendo una gran acogida entre muchos deportistas, que ven cómo con esta norma el 1% del dinero recaudado será destinado a pagar la Seguridad Social cuando acaben sus carreras.



Telefónica reorganiza su negocio de televisión

TRAS LA COMPRA DE CANAL+ / Crea un equipo para integrar las dos organizaciones, dirigido por Luis Blasco, actual responsable del área audiovisual de la operadora.

I.C. Madrid

Telefónica planea una reordenación organizativa de su negocio de televisión como consecuencia de la reciente adquisición de Canal +, el negocio de televisión de pago del grupo Prisa.

Tras el cierre de la operación, que se produjo el pasado 30 de abril, tras la luz verde de la CNMC y con el pago inicial de 565,45 millones de euros –correspondiente al 80% de la cifra total finalmente pactada de 706,8 millones– Telefónica tomó posesión del otro 56% de Canal+ y pasó a controlar el 100% del capital.

A partir de ese momento, se ha creado un equipo de trabajo conjunto con integrantes de Canal+ y del área del negocio audiovisual de Telefónica con el objetivo de definir las estrategias de integración de Canal + en la órbita de la ope-

La operadora tendrá el 85% del mercado

Telefónica tendrá un dominio abrumador del mercado de la televisión de pago en España, tras la suma de los 1,6 millones de clientes que aporta Canal+ a los más de dos millones que ya acumula la operadora española. Eso supone que, según los datos de la CNMC, dispondrá del 70% de los clientes totales del mercado mientras que acumulará el 85% de los ingresos del mercado total, que en 2014 se elevaron a unos 1.670 millones de euros.

radora, así como la oferta futura que integrará los contenidos de que disponen actualmente las dos empresas.

Este equipo de trabajo, que celebró el pasado martes su primera reunión, se ha dado un plazo de alrededor de 100 días para definir las líneas maestras del proyecto de integración.

Desde el punto de vista organizativo, una de las tareas es definir el organigrama, aunque lo que se da por seguro es que al frente de la nueva organización se situará Luis Blasco, ejecutivo de plena confianza de César Alierta, que ya presidía la filial Telefónica Contenidos.

Los puestos situados por debajo de Blasco en el organigrama actual de ambas firmas están ocupados por tres directivos: Michael Duncan y Luis Velo, en el caso de Tele-

fónica y Pedro García Guillén, el actual consejero delegado de Prisa TV.

La operadora española de telecomunicaciones seguirá estando regulada en el mercado de acceso y originación de llamadas ya que la CNMC, el regulador del sector, considera que Telefónica aún mantiene un peso significativo. La CNMC ha iniciado una consulta pública sobre la regulación en este segmento y dará 30 días para que los interesados realicen sus comentarios a su propuesta. Este segmento del mercado fue en el que se inició la competencia en la telefonía fija en 1998, pero ya es relativamente minoritario, puesto que permite a los competidores realizar llamadas de voz con un servicio indirecto, pero cada vez está más arrinconado por los servicios integrados en los que los rivales de Telefónica alquilan la línea y ofrecen, a la vez, la banda ancha y las llamadas.

Actualmente, casi 900.000 líneas de telefonía fija hacen uso de los servicios mayoristas de este sector, lo que supone un 4,7% de los 19 millones de líneas fijas totales que existen en España.

Prisa cancela deuda

Por otra parte, Prisa ha procedido a cancelar un tramo de deuda de más de 385 millones de euros obtenido de una serie de inversores institucionales en diciembre de 2013 y que



César Alierta, presidente ejecutivo de Telefónica.



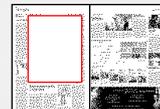
Luis Blasco, responsable del negocio audiovisual de Telefónica.

El grupo se ha dado 100 días para diseñar el proceso de integración de la nueva compañía

era el de mayor coste de la deuda total de la compañía. Según el grupo de medios de comunicación, desde la firma del Plan de Refinanciación con sus entidades acreedoras, en diciembre de 2013, Prisa ha amortizado 1.284 millones de euros y llegará a los 1.500 millones de euros en diciem-

bre de 2015. Eso significa que habrá amortizado más de 3.000 millones de deuda desde su pico máximo, situado en de 5.100 millones de euros, que se alcanzó en 2008.

El grupo de medios sostiene que, de este modo, cumple anticipadamente el segundo de los hitos acordados con sus entidades acreedoras en el plan de refinanciación, que inicialmente estaba previsto para diciembre de 2016, lo que significa que hasta diciembre de 2018 no tendrá su siguiente compromiso financiero.



ANÁLISIS



Los cocineros Martín Berasategui (delante) y David de Jorge, en un programa de Robin Food.

Malos tiempos para la cocina en televisión

MIKEL LÓPEZ ITURRIAGA

Más negro que un chipirón en su tinta: con este símil gastronómico se podría describir el viernes pasado para la cocina en televisión. Telecinco comunicó la defunción de su espacio culinario estrella, *Robin Food*, que concluirá a finales de mes. Alberto Chicote, el chef televisivo más popular de España, fue objeto de escarnio público a cuenta de su falso viaje a Tailandia en el programa *El precio de los alimentos*. Por si fueran pocas desgracias, días antes habíamos sabido que algo llamado *Chef busca esposa* puede asomarse pronto a nuestras pantallas, mientras en cada nueva entrega de *MasterChef* confirmamos su deriva hacia el *reality* efectista.

La caída de *Robin Food* es la noticia más triste: que un programa de cocina en sentido estricto hubiera aguantado sin quemarse en una parrilla como la de Telecinco habría significado que incluso los seguidores de *Mujeres y hombres y viceversa* se podían interesar por lo

que pasa en una cazuela. Sin embargo, el *share* no subió hasta donde la cadena pretendía, ni siquiera colando en la cocina a famosos del endogámico circo de Mediaset.

El conductor de *Robin Food*, David de Jorge, afirma que no sabe por qué no se han alcanzado los resultados de audiencia esperados. "Quizá habría que preguntárselo a la cadena; nosotros hemos echado el resto. Hemos puesto una pica en Flandes, cocinando y haciendo recomendaciones literarias en Telecinco, algo que podré contar a mis nietos. Tengo la sensación de que hemos calado entre tanto *reality* con un programa feliz". Sin perder su sentido del humor, el cocinero vasco pulió sus maneras para hacerse accesible a todos los públicos, pero algo del desparpajo y la cercanía de su anterior programa en Euskal Telebista se quedó por el camino. "En la primera época de ETB éramos como jabalíes recién bajados del monte, y quien nos haya conocido entonces puede pensar que hemos hecho una

historia más pasteurizada", reconoce. "Pero he ganado en muchas otras cosas: recetas más comprensibles, mejor realización y mejor vocalización para que me entiendan en Antequera, en Finisterre y en Badalona".

El drama de Chicote no ha venido de los audímetros, sino de un programa especial en dos entregas que emitió La Sexta en el que el cocinero viajaba supuestamente a Tailandia para explicar el porqué del precio del arroz. El periodista Luis Garrido-Julve destapó el viernes en su blog Bangkok Bizarro que Chicote jamás había ido al país asiático, y que las imágenes las había tomado él. Enésima prueba de la peculiar visión del rigor que parecen tener algunos responsables televisivos, el engaño corrió como la pólvora por medios y redes sociales.

La mentira como "recurso narrativo"

Chicote, que no ha respondido a los mensajes de este periódico para explicar lo ocurrido, sufrió en silencio su particular calvario hasta el lunes, cuando en un comunicado de tres frases aseguró que tomaba "nota de las críticas". La cadena, por su parte, pasó a la historia de los eufemismos más desvergonzados al explicar que la mentira era un "recurso narrativo".

Tercer frente: Mediaset estudia poner en marcha *Chef busca esposa*, versión patria de *The Single Chef*, según ha revelado la web Vertele. En este *frankenstein* que une el concurso de cocina, el *reality* y los rituales de apareamiento, tres cocineros y un montón de chicas lucharán por darse amor entre pruebas de habilidad con los cuchillos. Posible presentadora: Edurne. Personas que si querían taza, recibirán taza y media: los que criticaban a *MasterChef* por no ser suficientemente culinario.

Este último espacio también presenta alarmantes síntomas de degradación en su tercera temporada. A la actitud cada vez más cuartertera del jurado, se le suma un mayor énfasis en los roces entre los concursantes, el sentimentalismo y las lágrimas. Todo aliñado con un constante bombardeo de publicidad encubierta y llamamientos a comprar libros, cursos *online*, campamentos de verano para niños o botellas de aceite, en un tenderete comercial en el que sólo faltan el muñeco hinchable con la cara de Jordi Cruz o el Omeprazol especial Pepe Rodríguez.

Está por ver si todos estos acontecimientos marcan el inicio del declive de los contenidos relacionados con la comida en la televisión. Por ahora, lo que dejan claro son los peligros de tan pantanoso medio. Cómo el salto a una cadena grande puede acabar en traspies. Cómo la aceptación sumisa de prácticas muy televisivas, pero nada ejemplares, te deja a la altura del betún. Cómo la búsqueda de la fama llevará a algunos profesionales a vender su intimidad. Y cómo un programa digno se puede deslizar fácilmente hacia la patochada.



EL FUTUR TECNOLÒGIC DE CATALUNYA ► El patronat d'Eurecat va aprovar ahir la incorporació d'empreses en aquest òrgan de govern del centre. Entre aquestes empreses hi ha Iberpotash. Aquest és el pas definitiu del procés de creació d'Eurecat, en el qual el CTM de Manresa s'integrarà «funcionalment» abans de l'estiu.

Eurecat es constitueix definitivament com el centre d'innovació de referència

► L'organisme aplega els cinc centres tecnològics avançats, entre els quals el CTM de Manresa

ACN/REDACCIÓ | MANRESA

■ Eurecat, organisme resultant de la integració de cinc centres tecnològics avançats de Catalunya, entre els quals, el CTM, disposa des d'ahir de 13 empreses al seu patronat amb l'objectiu d'acostar-se a les necessitats de les pimes del país. Una de les empreses és Iberpotash. Així, Eurecat, que es va constituir a principi de mes, fa un pas més per ser el centre d'innovació industrial de referència a Catalunya i convertir-se en una «estructura de país», en paraules del conseller d'Empresa i Ocupació, Felip Puig.

Els centres tecnològics avançats van signar l'octubre passat l'acord marc que regulava el procés d'integració. ASCAMM, Barcelona Digital, Barcelona Media i CETEMMSA van formalitzar legalment la seva fusió el mes de març, i abans de l'estiu el CTM s'haurà integrat funcionalment, ja que, per una qüestió estatutària, el CTM mantindrà de moment la seva identitat jurídica. I és que els estatuts actuals del CTM van haver de modificar-se per accedir als fons Feder, que van permetre el trasllat del centre. Per accedir a aquests fons era un requisit que la majoria del òrgans del centre fossin de procedència pública. Segons els estatuts vigents, fins al 2019 el centre no pot fusionar-se amb cap entitat privada. Per això, la direcció del CTM està estudiant el pro-



Els membres del patronat d'Eurecat, ahir, després de la reunió

cess legal per incloure's de manera integral a Eurecat. Així, el CTM mantindrà de moment el seu nom, mentre que el dels altres quatre centres tecnològics anirà desapareixent progressivament en favor d'Eurecat, centre que ja dona actualment serveis a més d'un miler d'empreses.

Quant a Leitat, les seves grans dimensions fan que el procés no sigui fàcil i s'hagi endarrerit, segons han explicat fonts d'Eurecat. L'organisme confia que en un termini de dos mesos el centre egarenc s'incorpori dins de la nova iniciativa. Els sis centres sumen 700 treballadors, però la fusió no implicarà eliminar llocs de treball, ja que es mantindrà l'activitat de les instal·lacions repartides pel territori. Després de la integració d'aquests centres, el patronat valorarà si hi ha

altres centres tecnològics que puguin formar part d'Eurecat.

La fusió dels sis grans centres tecnològics de Catalunya permetrà duplicar-ne la facturació, que el 2014 va ser de 50 milions d'euros en conjunt. Segons Felip Puig, això serà possible gràcies al compliment del que és el «gran objectiu» de la iniciativa: «Duplicar, triplicar i quadruplicar» la penetració de la innovació tecnològica a les indústries i les pimes. Entre el 2014 i el 2016, el Govern haurà dotat aquest procés d'integració amb 45 milions d'euros, dels quals 10 van ser per a l'any passat; 15, per a enguany; i 20, per a l'any vinent.

Ahir, el patronat d'Eurecat es va reunir a la seu d'ACCIO per aprovar la incorporació de 13 empreses en aquest òrgan de govern del centre. Les companyies són re-

presentatives dels set àmbits de l'Estratègia d'Especialització Intel·ligent de Catalunya (RIS3CAT) impulsada per la Generalitat, a la implementació de la qual donarà suport el centre: indústries alimentàries (en aquest cas, l'empresa inclosa al patronat és Carinsa); indústries de la química, l'energia i els recursos (amb la representació de Circuit i ICL Iberia, Iberpotash); sistemes industrials (HP i Comexi); indústries del disseny (Simon i Condor); indústries de la mobilitat sostenible (Sener i Relats); indústries de la salut i ciències de la vida (Hipra i Reig Jofré); i indústries culturals i basades en l'experiència (Digital Legends i Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals).

L'objectiu d'Eurecat és proveir les empreses de tecnologia diferencial i coneixement avançat per solucionar les seves necessitats d'innovació i impulsar-ne la competitivitat. Per a les petites i mitjanes empreses, implementar determinades millores tecnològiques i innovacions seria massa costós si haguessin de fer-ho elles soles. En canvi, externalitzar la innovació als centres tecnològics els suposa un estalvi molt important. Amb l'objectiu d'ajudar a la millora empresarial, el Govern va posar en marxa l'any passat els bons tecnològics, que permeten finançar fins al 50% de la factura dels serveis d'Eurecat.



SEYMOUR
HERSH

Periodista. El reportero de 78 años, premiado con el Pulitzer y el galardón 'Periodistas de EL MUNDO 2004', habla en este diario sobre su artículo en la 'London Review of Books' en el que desmontaba la historia oficial de la muerte de Bin Laden.

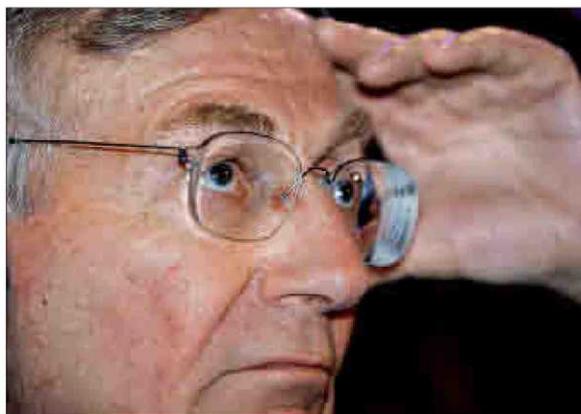
«Era más fácil la versión heroica»

VIENE DE PRIMERA PÁGINA

A los 78 años, tras cuatro décadas destapando los aspectos más siniestros de la política exterior y de defensa de Estados Unidos y con un Pulitzer en su curriculum –por desvelar la matanza de My Lai, en la que soldados estadounidenses asesinaron a 374 civiles en Vietnam–, Hersh regresó el domingo.

Lo hizo en un artículo de 10.011 palabras, publicado en la *London Review of Books*, sobre la muerte de Osama bin Laden. En él, Hersh afirma que todo el *raid* de Abbottabad fue un montaje, y que EEUU y Pakistán habían pactado que los soldados estadounidenses entraran en la casa del fundador de Al Qaeda y lo mataran a sangre fría.

Las críticas más feroces contra Hersh no han venido del Gobierno de Obama, sino de sus compañeros de profesión. «Uno sólo puede esperar que [la carrera de Hersh] no termine con una historia sobre el Gobierno de Obama y el *raid* de Bin Laden que parezca que el Frank Underwood de *House of Cards* haya forjado una alianza con la Carrie Mathison de *Homeland* para producir una versión paquistaní del Watergate», ha es-



REUTERS

crita en la web de CNN Peter Bergen, que conoció a Bin Laden en Afganistán en 1997.

«No me ha sorprendido esa reacción», explica Hersh desde su despacho del centro de Washington. «Desde los atentados del 11-S, la mayoría de mis colegas han estado mirando desde fuera contando lo que la Casa Blanca les decía. Así que es mucho mejor ajustarse a la versión maravillosa

y heroica de Osama con su Ak-47 [un rifle de asalto que, según la versión oficial, Bin Laden quería alcanzar cuando fue muerto] tratando de responder al fuego. Lo único que yo estoy diciendo es que se equivocaron, que contaron mal la historia». Peter Bergen declaró ayer a EL MUNDO que «no tengo nada que añadir al margen de lo que he escrito ya para *CNN.com*».

«Desde el primer momento, me llegó información de fuentes en EEUU y Pakistán de que había cosas que no eran ciertas», explica Hersh. Entre ellas, el que los radares paquistaníes, financiados con 900 millones de dólares (800 millones de euros) por EEUU, nunca hubieran detectado a los helicópteros. O una cuestión aún más básica: «¿Por qué Bin Laden elige esconderse en una ciudad, Abbottabad, que está a 65 kilómetros de la capital de Pakistán, a tres kilómetros de la Academia Militar de ese país –el West Point de Pakistán– y a otros tres de otra base en la que hay un regimiento de soldados?». Eso, sin entrar en los detalles del *raid*. Como explica el propio Bergen en su best-seller *Manhunt*, que es la versión oficiosa de la operación, «alguien» cortó la luz en Abbottabad antes de que llegaran los estadounidenses. Bergen no dice quién. Para Hersh, fueron las autoridades de Pakistán.

En 2011, el periodista propuso sin éxito a David Remnick, director del semanario *The New Yorker*, con el que lleva décadas colaborando, escribir un reportaje. Pero Remnick lo rechazó. Cuatro

años más tarde, lo ha publicado en la *London Review of Books* con tanto éxito que, el lunes, la web de esa publicación se cayó debido a la llegada masiva de visitantes.

Según Hersh, la decisión del equipo político de Barack Obama de inventar toda la historia del *raid* de Abbottabad creó tensiones entre el presidente y el entonces secretario de Defensa, Robert Gates. De hecho, para Hersh, la inesperada y brutal ruptura entre Gates y Obama tras 2012 se debe, «sin ninguna duda», a la irritación del primero por cómo fue manipulada la muerte de Bin Laden.

La versión de la *London Review of Books* deja también cosas en el aire. Y el propio Hersh admite que no tiene las respuestas a todo. Por ejemplo, ¿por qué los paquistaníes y los saudíes seguían dejando que Bin Laden enviara ocasionalmente mensajes de audio y vídeo al mundo exterior?

«No tengo la respuesta a eso», admite, «porque ninguno de los que le custodiaban –que eran paquistaníes, dado que los saudíes no estaban directamente involucrados en Abbottabad– ha hablado directamente conmigo. Pero el sentido común me dice que por qué no iba a permitir que el mundo supiera que estaba vivo. Bin Laden también escribía cartas, que el IS [los servicios secretos paquistaníes, que eran quienes le controlaban en Abbottabad] confiscaba o, al menos, censuraba, antes de que se enviaran al correo. Aunque tampoco sé con certeza si esas cartas se ponían en el correo».



PERIODISMO PONENCIA

FERNÁNDEZ-GALIANO
APUESTA POR NUEVOS
MODELOS DE NEGOCIO

«La revolución tecnológica será mucho más importante que la industrial», cree el presidente de Unidad Editorial, grupo de EL MUNDO

MARCOS ESPAÑOL ZARAGOZA
ESPECIAL PARA EL MUNDO

El presidente de Unidad Editorial, Antonio Fernández-Galiano, defendió ayer durante su intervención en el Ayanet Business Forum, celebrado en Zaragoza, la necesidad de transformación de la prensa escrita y el desarrollo de nuevos modelos de negocio en el ámbito digital. «La revolución tecnológica será mucho más importante que la industrial», recalcó durante su ponencia, en la que reveló el posicionamiento del grupo editorial en un panorama dominado por las nuevas tecnologías, en el que los periodistas deberán renovar sus perfiles profesionales y los medios avanzar hacia un mercado en el que la competencia estará focalizada en atraer la atención de los lectores.

La presentación centró el acto organizado por la consultora aragonesa Ayanet, que celebraba su 30 aniversario, y en la que también participaron el consejero de Economía del Gobierno de Aragón,

Francisco Bono, y el de Industria e Innovación, Arturo Aliaga.

El presidente de Unidad Editorial destacó que las ediciones digitales de sus distintas cabeceras cuentan con un tráfico conjunto de 20 millones de personas, mayor que el de Facebook, que se sitúa en 15,8 millones, lo que supone «una tremenda oportunidad que no podemos dejar pasar», señaló.

«El papel no va a desaparecer», aseguró Fernández-Galiano, «pero la crisis ha determinado que la edición impresa necesitará una reformulación, centrándose más en el análisis, con más opinión y, en definitiva, con más profundidad». En este sentido, comparó la evolución de los hábitos de lectura en los últimos años, cuyo desarrollo ha desembocado en un escenario en el que «hay más superficie y más noticias, donde el lector jamás ha estado tan actualizado».

Sin embargo, según apuntó, «al estudiar la web de EL MUNDO, se descubrió que sólo el 5% de los in-



Antonio Fernández-Galiano, durante su intervención en el Ayanet Business Forum. AYANET

ternautas pinchaba en más de 20 noticias al mes, es decir, la mayoría se queda en la portada». Esta situación obliga, en su opinión, a adaptar la información a cada dispositivo, con lectores cada vez más transversales. Para Fernández-Galiano, «esto también está ocurriendo en la política: no es casual que pasemos de dos partidos a cuatro o cinco».

Otro de los efectos de esta nueva era es la posibilidad de contar con información valiosa de los lectores. «Puedes acceder directamente a tus

clientes a través de internet; la capacidad de almacenamiento de la información de nuestros usuarios tiene un valor incalculable», indicó. Para el presidente de Unidad Editorial, el negocio de la comunicación será de abonados, con un sistema de publicidad en el que el anunciante podrá elegir de forma precisa el público al que quiere ir.

«Tenemos que informar, entretener y sorprender», resumió el presidente del grupo que edita EL MUNDO, *Marca* o *Expansión*, en-

tre otras cabeceras. Respecto al equipo humano, señaló que los profesionales de la información «van a tener que ser tecnólogos, lo que no significa que dejen de ser periodistas», adquiriendo conocimientos en competencias como «la edición de vídeo o las aplicaciones para smartphones». En su intervención, Fernández-Galiano resumió este nuevo escenario con una única frase: «La tecnología es un tsunami y más vale que vayamos con ella, porque si no, nos aplastará».



Facebook pacta amb grans mitjans

S'hi penjaran articles de 'The New York Times' i altres empreses periodístiques

ISMAEL NAFRÍA
Barcelona

Després de mesos de rumors i negociacions, nou mitjans internacionals de renom –cinc de nord-americans (*The New York Times*, NBC, *National Geographic*, BuzzFeed i *The Atlantic*), dos de britànics (*The Guardian* i BBC News) i dos d'alemanys (*Spiegel* i *Bild*)– han arribat a un acord per començar a publicar articles complets directament a Facebook, la principal xarxa social del planeta gràcies als més de 1.400 milions d'usuaris actius. Inicialment els articles apareixeran només en l'app de Facebook per a iPhone.

L'acord té una rellevància especial per al sector dels mitjans de comunicació perquè converteix Facebook en una nova plataforma directa de publicació i monetització dels seus continguts informatius. Fins ara, els mitjans simplement publicaven titulars i petits resums dels seus continguts, amb l'enllaç respectiu, per atreure trànsit des de Facebook i altres xarxes socials cap a les seves pròpies pàgines web.

De fet, Facebook s'ha convertit, juntament amb Google, en una de

cle publicat en un web mòbil estàndard, amb el consegüent benefici per a l'usuari. A més, s'hi poden incloure fotos en alta resolució, vídeos que arrenquen de manera automàtica quan apareixen en pantalla, mapes interactius, àudios i hi ha més opcions per comentar.

Però l'element de negoci més rellevant està relacionat amb la gestió de la publicitat. El negoci multimilionari de Facebook està basat, en bona mesura, en els creixents ingressos per publicitat mòbil, àmbit en què la xarxa social és especialment efectiva. Facebook ofereix als mitjans dues opcions: vendre la seva pròpia publicitat per incloure-la en els articles, en aquest cas es queden tots els ingressos, o deixar que sigui Facebook qui exploti comercialment aquests espais; en aquest cas, la xarxa social es quedaria amb un 30% dels ingressos (el 70% restant seria per a l'editor). Addicionalment, Facebook ofereix als mitjans la informació analítica de què disposa sobre el trànsit dels articles.

Amb aquest acord, Facebook considera que els seus usuaris gaudiran d'una experiència més bona a l'hora de consumir informació.



Visualització d'un article de *The New York Times* a Facebook

les principals fonts de trànsit per als mitjans. No tots tenen el mateix grau de dependència. En el cas del *Times*, Facebook genera actualment entre el 14% i el 16% del seu trànsit total, mentre que en altres mitjans, com ara BuzzFeed, la dependència és molt més gran i pot superar el 40%.

El format escollit per Facebook i els mitjans per iniciar aquest experiment ha estat batejat amb el nom d'Instant Articles. Segons ha explicat Facebook, es tracta d'un nou producte perquè els editors puguin crear de manera ràpida i interactiva articles complets dins de l'app mòbil de Facebook per a iPhone. Facebook assegura que aquests articles es carreguen deu vegades més de pressa que un arti-

cle publicat en un web estàndard, amb el consegüent benefici per a l'usuari. A més, s'hi poden incloure fotos en alta resolució, vídeos que arrenquen de manera automàtica quan apareixen en pantalla, mapes interactius, àudios i hi ha més opcions per comentar. Però l'element de negoci més rellevant està relacionat amb la gestió de la publicitat. El negoci multimilionari de Facebook està basat, en bona mesura, en els creixents ingressos per publicitat mòbil, àmbit en què la xarxa social és especialment efectiva. Facebook ofereix als mitjans dues opcions: vendre la seva pròpia publicitat per incloure-la en els articles, en aquest cas es queden tots els ingressos, o deixar que sigui Facebook qui exploti comercialment aquests espais; en aquest cas, la xarxa social es quedaria amb un 30% dels ingressos (el 70% restant seria per a l'editor). Addicionalment, Facebook ofereix als mitjans la informació analítica de què disposa sobre el trànsit dels articles. Amb aquest acord, Facebook considera que els seus usuaris gaudiran d'una experiència més bona a l'hora de consumir informació.



Venezuela redobla su cerco a la prensa independiente

ALFREDO MEZA, Caracas

Un tribunal venezolano ha prohibido salir del país a 22 directivos y representantes de los diarios *El Nacional* y *Tal Cual* y del agregador de noticias La Patilla. La medida responde a una demanda presentada el 23 de abril por el presidente de la Asamblea Nacional, Diosdado Cabello, por difamación agravada continuada al publicar una información que le acusaba de encabezar una organización de narcotráfico.

La noticia, publicada originalmente por *Abc*, recogía el testimonio de un exescolta del fallecido Hugo Chávez y que hasta finales del año pasado formó parte del equipo de seguridad del presidente del Parlamento, al que se acusa de liderar el cartel de los Soles.

Hasta el momento no ha habido confirmación oficial de la prohibición de viajar, ni los afectados han sido citados por el tribunal que les impondría la medida. De acuerdo con las leyes locales, este es uno de los requisitos para considerar válida cualquier resolución judicial. Pero Manuel Puyana, uno de los 22 acusados por el número dos del régimen venezolano, se enteró de casualidad. Durante sus visitas semanales al Palacio de Justicia por una anterior demanda de Cabello contra *Tal Cual*—que también incluye a Teodoro Petkoff, reciente gana-

dor del Premio Ortega y Gasset, que concede EL PAÍS, a la Trayectoria Profesional— el empresario conoció la admisión a trámite de la nueva acusación, cuyos efectos rigen desde el 5 de mayo.

El escrito argumenta que la prohibición de salida del país y la obligación de los 22 demandados de presentarse cada ocho días ante el tribunal obedece a “presunciones razonables” de peligro de fuga y de obstaculización de la justicia, según precisó ayer *El Nacional*.

Puyana aseguró a este diario que ya se ha personado en la causa y ha designado abogado. Es uno de los tres afectados que han reaccionado a la decisión desde la noche del martes, cuando saltó la noticia. Los otros dos son Miguel Henrique Otero, presidente-editor de *El Nacional*, y Alberto Federico Ravell, director de La Patilla.



Alberto Ravell.



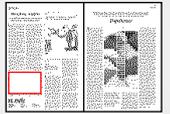
Miguel Henrique Otero.

Otero conoció la noticia en Miami. En declaraciones al canal internacional NTN24, el máximo accionista de *El Nacional* denunció que la justicia venezolana recibe órdenes del Ejecutivo y se utiliza para criminalizar a la disidencia. “Aún no se han emitido boletas de citación. Es un asunto completamente irregular”, agregó.

Viejos enemigos

Ravell, un viejo enemigo del chavismo, quien hasta 2010 fue director del canal Globovisión, hoy en manos de capitales vinculados al Gobierno de Venezuela, escribió en su cuenta de Twitter: “No he recibido citación alguna. La Patilla no cambiará su línea editorial”. El periodista viaja constantemente entre Caracas y Bogotá, donde dirige las operaciones de la estación Cablenoticias.

La Sociedad Interamericana de Prensa condenó la orden judicial y denunció el “acoso” a los medios privados. La larga inquina entre el régimen chavista y *Tal Cual*, el periódico que dirige Petkoff, ha incluido el pago de multas y decisiones de tribunales con competencia en asuntos de menores. Petkoff debe presentarse cada ocho días ante la justicia al estar encausado por un artículo del exministro de Ciencia y Tecnología Carlos Genatios que Cabello consideró difamatorio. Petkoff tiene otro proceso abierto en un tribunal de Caracas.



Ataque a la libertad de prensa

La prohibición de salir de Venezuela a 22 directivos de medios de comunicación, entre ellos los directores de *El Nacional*, *Tal Cual* y *La Patilla*, forma parte del rosario de agresiones contra la libertad de expresión y las intimidaciones contra los periodistas que el régimen de Nicolás Maduro ha adoptado como una de sus principales estrategias.

Las constantes amenazas del presidente y sus colaboradores contra periodistas y medios que se atreven a criticar la deriva de un régimen que está sumiendo a Venezuela en la miseria hacen poco creíble que la decisión adoptada por un juzgado de Caracas sea fruto de la reflexión independiente de un poder Ejecutivo que ha invadido todas las esferas de la vida pública venezo-

lana y que lo mismo decide el encarcelamiento injustificado e indefinido de opositores o el racionamiento de alimentos.

La decisión atenta contra los dictámenes de la Corte Interamericana de los Derechos Humanos, que establece que no comete delito quien reproduce información de terceros. Los medios acosados reprodujeron información del diario *Abc* que vinculaba a Diosdado Cabello, presidente de la Asamblea, con el tráfico de drogas. Por si fuera poco, los 22 acusados ni siquiera han sido citados ante el juez, prescindiendo de cualquier atisbo de derecho a la defensa.

Maduro sabe de sobra que matando al mensajero no se elimina al mensaje. Venezuela vive una situación desastrosa. Acosar a los periodistas no es la solución.



Maduro cerca a la prensa libre

Una juez impide salir del país a tres directores de medios y una veintena de directivos

DANIEL LOZANO CARACAS
ESPECIAL PARA EL MUNDO

Venezuela vive una nueva embestida contra la libertad de información, una estrategia habitual en la época de Hugo Chávez que el presidente Nicolás Maduro y Diosdado Cabello, líder del ala militar, han extremado desde hace dos años. La juez María Eugenia Núñez ha prohibido salir del país a los directores de los medios críticos *El Nacional*, *Tal Cual* y *La Patilla*, junto a una veintena de sus directivos.

La decisión judicial se produce al admitirse la demanda, por difamación agravada, realizada por Cabello, quien también preside la Asamblea Nacional y además es vicepresidente del Partido Socialista Unido de Venezuela (PSUV). Tanto el dia-

rio *El Nacional* como el semanario *Tal Cual* y la web *La Patilla* recogieron la información publicada por *Abc*, en la que un ex escolta de Chávez involucraba a Cabello en el tráfico internacional de drogas.

El capitán de corbeta Leamsy Salazar, quien durante una década dirigió el equipo de seguridad de Chávez y que pasó a la Historia al enarbolar una bandera venezolana tras el intento de golpe de estado contra el comandante supremo, huyó a EEUU. En sus primeras declaraciones, filtradas al diario madrileño, habría acusado a Cabello de dirigir el Cartel de los Soles, supuestamente conformado por militares chavistas. «Salazar fue capturado, comprado y sobornado por la CIA», acusó la semana pasada otro

de los edecanes del Palacio de Miraflores en una televisión local.

Para Teodoro Petkoff, director de *Tal Cual*, no es ninguna novedad: no pudo recoger en Madrid el Premio Ortega y Gasset por otro proceso judicial entablado por Cabello. Asfixiado publicitariamente, perseguido en los juzgados, amenazado políticamente y sin papel para su publicación por el maquiavelismo económico del Gobierno, Petkoff reconvirtió su diario en un semanario, que la semana pasada publicó una portada de las suyas (*Hola Diosdado*), recordando aquella histórica de *Hola Hugo* de hace más de una década.

«No es ninguna sorpresa, los tribunales siguen al pie de la letra las órdenes de los líderes del PSUV», criticó ayer Xabier Coscojuela, jefe

de redacción de *Tal Cual*. «La gran cárcel. La prohibición de salida del país y la presentación ante el tribunal son penas anticipadas», predijo Blanca Rosa Mármol, ex magistrada del Tribunal Supremo. «En el país no hay justicia, se trata de un

El chavismo «intenta imponer un régimen de censura», dice el sindicato de prensa

instrumento del Ejecutivo para criminalizar a la disidencia», añadió por su parte Miguel Enrique Otero, presidente editor de *El Nacional*.

Alberto Ravell, director de *La Patilla*, esperaba ayer la confirmación judicial, que al cierre de esta edición no se había producido. No obstante, también lo quiso dejar muy claro: «*La Patilla* no cambiará su línea editorial. El que no la debe, no la teme».

El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP), siempre activo en defensa de las libertades, insistió en un comunicado público que con «este nuevo golpe a la libertad de prensa», el chavismo «intenta imponer un régimen de censura y autocensura». Medios como *El Nacional*, *Tal Cual* y *La Patilla* son los únicos independientes frente al dominio del régimen del sector audiovisual.

La defensa esgrimida hasta el momento por los tres medios se basa en una sentencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, que en 2004 reivindicó la «doctrina del reporte fiel», según la cual no incurre en delito quien reproduce información de terceros.



Crece en publicidad

Vocento, a punto de entrar en beneficios tras mejorar sus cifras de negocio

ABC
MADRID

Vocento arranca el año confirmando la tendencia positiva iniciada en trimestres precedentes y cierra los tres primeros meses con una mejora en sus resultados operativos y una reducción de sus pérdidas. La compañía redujo sus pérdidas un 73,1% respecto al primer trimestre de 2014, pasando de un resultado neto negativo de 6,4 millones a uno de 1,7 millones, quedando así a las puertas de entrar en beneficios.

Los ingresos de explotación totales del grupo alcanzan los 114,9 millones, un 5,5% menores por el cambio de perímetro tras la venta del operador Sarennet, una política de promociones más selectiva y la caída de las ventas de ejemplares en prensa regional y ABC.

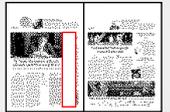
Es importante destacar el crecimiento del 7,5% en los ingresos por venta de publicidad frente al 7,4% del mercado, dato relevante dada la exposición de Vocento a la prensa. Esta mejora viene tanto por la inversión «offline», que aporta el 35% del total, como «online» (65%). En el perfil de ingresos sigue ganando peso la exposición digital, con un alza de 2,8 puntos, al 26,4%.

Resultado de explotación

El Ebitda comparable alcanza 8,6 millones, un 20,8% más, y el margen Ebitda mejora hasta el 7,5%, casi 2 puntos más. Ese crecimiento se debe a la mejora de los ingresos publicitarios y a una mayor actividad en audiovisual, tanto por la contribución positiva del área de contenidos como por el efecto comparable en televisión al no existir provisiones en 2015. También sobresale la división de periódicos, cuyos regionales mantienen intacta la rentabilidad en un margen del 13%, y donde ABC mejora el Ebitda en 0,2 millones.

El resultado de explotación (Ebit) es positivo y alcanza los 0,8 millones, frente a la pérdida de 3,9 millones del primer trimestre de 2014. Vocento no cerraba un primer trimestre con Ebit positivo desde 2011.

El diferencial financiero negativo baja de 2,7 a 0,7 millones gracias a la renegociación de las opciones de venta sobre Las Provincias, la reducción del coste financiero y la deuda bancaria y las menores comisiones al unificar el pasivo financiero. La posición financiera neta es de 1278 millones, que junto con la mejora del Ebitda reduce el ratio de apalancamiento a 2,8 veces desde las 2,9 del cierre de 2014. Vocento tiene un flujo de caja positivo procedente de la operativa ordinaria de 2,7 millones.



La victòria conservadora posa en perill el cànon de la BBC

À.G.
BARCELONA

La victòria dels *tories* al Regne Unit ha fet encendre alguns llums d'alarma a la BBC, que tem perdre el sistema de finançament amb què s'ha convertit en un referent mundial televisiu. El fet que David Cameron hagi nomenat secretari de Cultura John Whittingdale –un dels crítics més acèrrims de la corporació pública– ha fet que Ben Stephenson, responsable de sèries a la BBC, hagi augurat un descens en la producció i la pèrdua de llocs de treball. “El cert és que el mercat no suplirà el buit que deixem”, explicava a Radio Times.

Dimarts el *Daily Telegraph* titulava: “Els *tories* van a la guerra per la BBC” i consignava que Cameron estava “furiós” per la cobertura electoral de la cadena. Algunes de les declaracions del passat rescates dels diaris britànics, pronunciades per Whittingdale, inclouen la qualificació del cànon com a “insostenible” i “pitjor que la verola”. I la premsa afí als conservadors ha començat també el setge a la BBC.

De moment, i quan tot just fa una setmana de les eleccions, Cameron ja s'ha enfangat en aquest delicat afer i ha declarat que no pagar la llicència de la BBC deixarà de ser delictiu. Els usuaris que no pagaven el cànon de 145,50 lliures podien acabar amb antecedents criminals –o fins i tot anar a la presó– si no satisfien aquesta quantitat. El Parlament va aprovar retardar aquest debat –instituat pel govern– fins al 2017, però Cameron ha aprofitat la nova composició resultant de les eleccions per posar ja la mesura a la pista d'enlairament. ■



John Whittingdale, secretari de Cultura del Regne Unit. ARA



PRISA reducirá 1.500 millones de euros de deuda y cumple sus compromisos hasta fin de 2018

CINCO DIAS Madrid

PRISA, grupo editor de **CincoDías**, anunció ayer que ha procedido al pago de más de 385 millones de euros correspondientes al dinero obtenido de una serie de inversores institucionales en diciembre de 2013. Este tramo de deuda, que se correspondía con el de mayor coste del total de la deuda de PRISA, ha quedado amortizado íntegramente.

Desde la firma del plan de refinanciación con sus entidades acreedoras, en diciembre de 2013, la compañía ha amortizado un total de 1.284 millones de euros a través de operaciones de recompra de deuda a descuento con los fondos procedentes de la venta de acciones de Mediaset, la ampliación de capital de Ocher y parte de la venta de Canal+. PRISA reducirá, por tanto, más de 1.500 millones de euros de deuda hasta di-



Última junta general de accionistas del Grupo PRISA. P. MONGE

ciembre de 2015, y habrá amortizado más de 3.000 millones de euros en total desde su nivel más elevado de 5.100 millones alcanzado en 2008.

Como consecuencia de todo ello, así como del resto de operaciones llevadas a cabo por PRISA en los últimos meses para reducir su apalancamiento y reforzar su balance, el grupo está en condiciones de reducir 1.500 millones euros del total de su deuda. De este modo cumple anticipadamente el segundo de los hitos acordados con sus entidades acreedoras en el plan de refinanciación, que inicialmente estaba previsto para diciembre de 2016, lo que significa que hasta diciembre de 2018 no tendrá su siguiente compromiso financiero.



L'APUNT

Folrar-se i abusar dels càrrecs

Tere Rodríguez

Sabiem que durant molts anys Radiotelevisió Valenciana (RTVV) va funcionar com una agència de col·locació del PP. I a més, que alguns dels seus directius es van aprofitar del seu càrrec per presumptament delinquir. És el cas de Vicente Sanz, exsecretari general de l'ens, a qui l'Audiència de València ha obert juí oral per haver comés suposadament tres delictes d'abús se-

xual i assetjament contra tres extreballadores. Ara la fiscalia ha fet públic que demana 20 anys per a Sanz, qui fou president del PP a València entre 1993 i 1994, càrrec que va deixar després de divulgar-se una gravació en la qual deia que estava en política per a "folrar-se", frase que s'atribueix erròniament a l'expresident Eduardo Zaplana.





Resposta a 'El blog del director'

■ Pel que fa al curiós incident en què ens va veure implicada la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB amb motiu de la participació de la candidata a l'alcaldia de Barcelona per Ciutadans, Carina Mejías, i que el director d'aquest diari va qualificar en el seu blog de «lliçó», voldria manifestar que, efectivament, tot plegat va ser una lliçó de periodisme, però d'un periodisme que no s'ha de fer.

La presència de la candidata a la Facultat no era cap acte electoral, sinó una sessió de classe sense més, on no sembla pertinent que hi hagi càmeres i periodistes asseguts entre els alumnes. Allò contrari hauria estat convertir la sessió docent en un acte electoral. El respecte que ens mereixen la institució i els alumnes ens im-

pedeix caure en aquest parany, precisament en una facultat de ciències de la comunicació i especialment en una assignatura de comunicació política.

Si els estudiants havien d'aprendre una lliçó, l'han rebuda de manera clara veient el que realment va passar i el que després s'ha publicat. Perquè tot això se'ls hi va explicar als periodistes, els quals van decidir obviar-ho, no fos cas que la realitat els espatllés una bona notícia. Cordialment,

Josep Maria Català

(Degà de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. UAB)



Revelan los reproches del príncipe Carlos a los ministros

CARLOS FRESNEDA LONDRES

CORRESPONSAL

El Príncipe Carlos dirigió cartas a los ministros de Tony Blair sobre asuntos tan dispares como el equipamiento de los soldados en la guerra de Irak, los edificios históricos de Irlanda del Norte, el sector lácteo, la comida en las escuelas o el agotamiento de las pesquerías. Un total de 27 cartas «secretas» del heredero –dirigidas a varios departamentos del Gobierno británico entre el 2004 y el 2005– fueron publicadas ayer tras una década de batalla legal para evitar su publicación y tras la decisión reciente del Supremo.

La difusión del contenido de las cartas reales –a petición del periodista de *The Guardian* Rob Evans, acogéndose a la Ley de Libertad de Información– provocó ayer un gran revuelo en el Reino Unido y reactivó la preocupación por el creciente intrusismo del Príncipe Carlos en cuestiones políticas (frente a la proverbial neutralidad mostrada en sus más de 60 años de reinado por Isabel II). La publicación de las «cartas de araña» (así conocidas por la peculiar y a veces ininteligible caligrafía del Príncipe Carlos) se interpreta también como una victoria de la libertad de prensa y de la transparencia en las cuestiones de Estado.

El Príncipe de Gales se dejó caer a la hora fatídica en que se publicaron las cartas por los grandes almacenes Marks and Spencer de Londres. Carlos fue interrogado sobre la marcha por un periodista del Canal 4: «¿Sigues escribiendo a los ministros?», a lo que Carlos respondió: «Es una pregunta previsible».



El Gobierno no modificará el Decreto de derechos de televisión

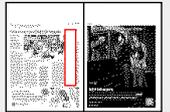
M. Serraller. Madrid

El Gobierno no modificará el Real Decreto sobre la comercialización de derechos audiovisuales que aprobó el Consejo de Ministros el 30 de abril a pesar de que los jugadores de fútbol han puesto este cambio como condición ineludible para suspender la huelga convocada a partir del próximo sábado. Así lo defendió ayer el ministro de Educación, Cultura y Deporte, José Ignacio Wert, en el debate parlamentario en el Congreso sobre el Decreto, en el que defendió que no se tramite como proyecto de ley, como le reclamaron los grupos de la oposición.

Wert, que aseguró haber mantenido contactos con la Real Federación Española de Fútbol (RFEF) y la Asociación de Futbolistas Españoles (AFE) para la elaboración del Decreto, subrayó su carácter urgente para no perjudicar los intereses de los equipos profesionales.

El ministro estimó que el nuevo contrato televisivo supondrá "entre 1.000 y 1.500 millones de euros" (400-500 millones procedentes del extranjero). Recordó la "unanimidad" con la que la Liga de Fútbol Profesional (LFP), RFEF y AFE solicitaron el Decreto y que las reivindicaciones que plantean la Federación y el sindicato de jugadores no pasan, a su juicio, por la tramitación como proyecto de ley sino por el convenio colectivo. "Estamos trabajando de día y de noche para alcanzar un consenso", apuntó.

Para el ministro, la convalidación del Decreto, que se votará el próximo jueves, acabará con un sistema anticuado y que dio lugar a las *guerras del fútbol*, al margen de acercar la legislación española a la de otros países de su entorno.



«The New York Times», «The Guardian» y la BBC publican en Facebook

L. R. T.

MADRID- Mark Zuckerberg vuelve a sorprender. Nueve medios de comunicación –entre ellos, «The New York Times», «The Guardian», «Bild» y la BBC– empezarán a publicar algunos de sus contenidos informativos directamente en la red social, por lo que no será necesario salir de Facebook para acceder a ellos. El proyecto se llama «Instant Articles» y no tendrá que abrir enlaces ya que alojarán las noticias directamente en Facebook.

«El objetivo es tener la herramienta construida para que cualquier medio pueda utilizarla y la estamos haciendo para que se incluya fácilmente en los sistemas de trabajo ya existentes», ha afirmado el vicepresidente de alianza con los medios, Justin Osofsky. Facebook ha trabajado, junto a los editores de información de las publicaciones que participan en la iniciativa, para diseñar la herramienta de publicación. Las informaciones se desplegarán tras pulsar sobre ellas y se podrán incluir vídeos, fotografías, audios...

«Instant Articles» es una función diseñada fundamentalmente para el móvil, aunque por el momento sólo se podrá utilizar en el iPhone. «The New York Times» afirma que el acuerdo se alcanzó «a pesar de la preocupación en el sector, porque su participación pueda perjudicar al final a su propio negocio».



CASO DIOSDADO CABELLO

Sanciones a medios de Venezuela por reproducir noticias de ABC

L. VINOGRADOFF CARACAS

El número dos del régimen chavista se salió con la suya, por ahora. El presidente de la Asamblea Nacional, Diosdado Cabello, demandó a los periódicos «El Nacional», «Tal Cual» y «La Patilla» por supuesta «difamación agravada continuada», y solicitó la prohibición de que puedan salir del país a 22 directivos de los tres medios venezolanos por publicar información de ABC.

Tal prohibición trascendió extraoficialmente, pues los afectados no han sido formalmente notificados. También extraoficialmente se supo que el presidente de la Asamblea Nacional ratificó su acusación el 28 de abril y que el tribunal la admitió el 5 de mayo.

La acción judicial se fundamenta en la reproducción en «El Nacional», «La Patilla» y «Tal Cual» de la información publicada por ABC sobre las acusaciones del ex jefe de seguridad de Cabello, Leamsy Salazar, contra el presidente de la Asamblea.



● **La Cadena SER renueva su aplicación móvil para los sistemas iOS y Android**

La Cadena SER ha lanzado su nueva aplicación móvil para iOS y Android. Además de tener un diseño renovado con una navegación más sencilla, las noticias están dotadas de contenido multimedia y los *podcasts* van ordenados de forma personalizada a través de *playlists*, entre otras novedades.