



21/05/2015

RECULL DE PREMSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

27



PRENSA



**Col·legi
de Periodistes
de Catalunya**

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/05/15	EL DARRER DEBAT ELECTORAL A MANRESA EVIDENCIA QUE SI CALEN PACTES PER GOVERNAR NO SERAN FÀCILS / REGIO 7	6	1
21/05/15	MOLTES PROPOSTES I POC DEBAT A TORTOSA / DIARI DE TARRAGONA	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/05/15	JOVEN MAESTRA DE PERIODISTAS. Cristina Sánchez recibe el Premio Lolo de Periodismo 2015 / ABC (ALFA Y OMEGA)	9	1
21/05/15	LOS MOLINOS DE VIENTO DEL PP. "TELE-COSPE" / EL MUNDO (EDICION NACIONAL)	10	2
21/05/15	Carmela Ríos: «UN TUIT PUEDE SER UN CONTENIDO PERIODÍSTICO» / EL MUNDO (ED. CATALUNYA)	12	1
21/05/15	UN NUEVO ASALTO CONTRA LA PIRATERÍA / EL PAIS (SELECCION THE NEW YORK TIMES)	13	1
21/05/15	FACEBOOK SE ALÍA CON LOS MEDIOS / LA RAZON	14	1
21/05/15	MEDIASET GANA BRILLO TRAS RETOMAR LOS PAGOS AL ACCIONISTA / EXPANSION	15	1
21/05/15	NETFLIX ALCANZARÁ LOS 10.000 MILLONES DE VENTAS EN 2017 / EL ECONOMISTA	16	1
21/05/15	ANTAI IMPULSA UN FONDO DE 'MEDIA FOR EQUITY' PARA INVERTIR EN 'START UP' / EXPANSION (CATALUÑA)	17	2
21/05/15	GRUP GODÓ I MEDIASET ESTABLEIXEN UNA ALIANÇA PER IMPULSAR 8TV / LA VANGUARDIA (ED.CAT) VIURE A BARCELONA	19	1
21/05/15	SPOTIFY DECIDE EMITIR VÍDEOS PARA COMPETIR CON YOUTUBE / EL PAIS (ED. NACIONAL)	20	1
21/05/15	LA CNMC EXPEDIENTA A ATRESMEDIA Y MEDIASET / EL ECONOMISTA	21	1
21/05/15	LES BORGES GUANYA EL SEGELL DE TRANSPARÈNCIA MUNICIPAL / SEGRE	22	1
21/05/15	EMPRESSES EL CAC VALIDA L'ENTRADA DE MEDIASET AL CANAL 8TV / EL PERIODICO CAT(ED. CAT)	23	1
21/05/15	LAS 'TELECOM' APORTARON 185,2 MILLONES A RTVE DURANTE 2014 / EL ECONOMISTA	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/05/15	EXPEDIENTE A ANTENA 3, CUATRO Y T-5 POR EXCESO DE PUBLICIDAD / ABC (EDICION NACIONAL)	25	1
21/05/15	FOTOGRAFIA EXPOSICIÓ I CONFERÈNCIA DEL FOTÒGRAF PERE CATALÀ I PIC AL MUSEU DE VALLS / DIARI DE TARRAGONA	26	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





Aspecte de la platea del teatre Conservatori, que va aplegar més d'un centenar de persones al debat



Junyent observant Culell mentre parla. Ahir se les van tenir

El darrer debat electoral a Manresa evidencia que si calen pactes per governar no seran fàcils

► L'acte, que va aplegar un centenar de persones al Conservatori, es va fer sense PxC perquè el PSC ho va exigir

GEMMA CAMPS | MANRESA

Debat amb males vibracions el que hi va haver, ahir a la nit, al teatre Conservatori de Manresa. Era el darrer amb els candidats a Manresa. Si va servir per a alguna cosa va ser per demostrar la poca sintonia que hi ha entre les candidatures que es presenten, especialment entre Valentí Junyent (CiU) i Pere Culell (ERC), que van protagonitzar un cos verbal molt agre; entre Dídac Escolà (Democràcia Municipal-Podem) i Lluís Cano (ICV), i entre Ciutadans i tots els altres. Un cop s'hagin celebrat les eleccions diumenge, si calen pactes per governar no seran gens fàcils de cuinar.

A l'escenari no hi va seure l'alcalde de PxC, Sebastià Llorc. El del PSC, Felip González, va exposar només arribar que, si Llorc es quedava, ell marxaria. La resta de candidats presents aleshores ho van acceptar, llevat d'Antonio Espinosa, candidat de Ciutadans, que va arribar més tard i que va expressar que a ell ja li estava bé que el candidat del partit xenòfob par-

ticipés en l'acte, que va aplegar més d'un centenar de persones, i que van conduir Gonçal Mazcuñán, president de la demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes; i Marc Marcé, director de Regió7, que l'organitzaven.

Junyent ataca Culell

Va ser en el tram final de la vetllada, en el qual es va oferir als polítics que fessin dues preguntes al candidat que volguessin, quan l'ambient es va escalfar més. Junyent va retreure a Culell que li havia mancat «sentit de ciutat» per tirar endavant els pressupostos malgrat estar a l'oposició i que, en canvi, havia optat per l'abstenció. Va afegir que, «si no sap liderar el seu partit, no sé com podrà liderar la ciutat» i, també, que el republicà ha trencat pactes vint-i-quatre hores després d'arribar-hi. Culell va admetre, amb les consegüents rialles de la concurrència, que entre ell i Junyent, efectivament, no hi ha gens de química.

Un altre enfrontament dur va ser el que van protagonitzar Cano i Es-

L'alcalde del PSC, Felip González, va exposar només arribar que si Llorc (PxC) es quedava, ell marxaria

Un altre enfrontament dur va ser el que van protagonitzar Lluís Cano (ICV) i Dídac Escolà (Democràcia Municipal-Podem)

colà a instàncies del segon, en una clara provocació per demostrar qui és el més progressista dels dos. Jordi Masdeu (CUP) també va tenir el seu xoc particular amb Cano quan es va posar damunt la taula la qüestió de la feina feta per l'empresa municipal de rehabilitació Fòrum. Masdeu va afirmar que havia estat del tot insuficient i que un bon exemple és la deplorable situació en què està el Barri Antic, on se suposa que Fòrum havia d'esmerçar tots els seus esforços. Tant Cano com González la van defensar. El darrer va protagonitzar un breu i poc intens debat amb Junyent sobre el tema

del dèficit al qual va haver de fer front el tripartit i que va deixar-los l'alcalde convergent Juli Sanclimens, i el que ha recollit CiU en el mandat que s'acaba deixat pel tripartit, que González va voler atribuir a la crisi. En el que van estar d'acord tots dos va ser en defensar la netedat i transparència de l'ajuntament a l'hora de fer les adjudicacions i concessions. Culell es va afegir a aquesta defensa i va posar en dubte que, segons va apuntar Espinosa, fer una auditoria de tots aquests contractes permetria estalviar fins a 3 milions d'euros.

El del català a les escoles, tot i no ser un tema local, també va provocar espurnes i va protagonitzar una part del debat. Espinosa, després d'admetre que parlar amb fluïdesa català és un avantatge, no va voler acceptar que la immersió lingüística no aconsegueix donar competència plena en català a tots els alumnes castellanoparlants i que, per tant, si es passa de la immersió a la meitat de classes en castellà encara seran menys els que tindran capacitat de parlar

amb comoditat aquesta llengua i gaudir dels avantatges. Per altra banda, Ester Sevilla, segona del PP a Manresa, que va substituir Domingo Beltrán, alcalde del PP, que no hi va poder ser, va defensar les aportacions de l'Estat a Catalunya a través de la Diputació, que «gestiona» el govern central.

L'acte va començar amb dues preguntes a cada candidat per part dels periodistes conductors, que seien a banda i banda de les dues taules on estaven repartits. No tots els alcaldables les van respondre directament. Alguns van aprofitar l'oportunitat per introduir falques de la seva campanya. Al mig de l'escenari, un cronòmetre informava visual i sonorament quan s'havia exhaurit el temps d'un i de dos minuts per a cadascun. Els temps es van respectar i a les 9, una hora després de començar, ja s'havia superat aquesta part. Va ser en la segona, en la de les preguntes directes d'uns a altres quan les veus van començar a alçar el to i les mirades es van tornar més incisives.



Espinosa, Cano, Sevilla, González, Junyent, Culell, Masdeu, Hernández, Escolà i un dels moderadors



Felip González i al seu costat Sebastià Llorc, abans de marxar de l'acte



ELECCIONS MUNICIPALS 2015



LA CRÒNICA | ANDREU CARALT

Només l'alcalde socialista Enric Roig acceptà el cos a cos amb Ferran Bel, mentre que la resta de forces van optar per presentar propostes programàtiques i rebatre poques vegades el màxim favorit

Moltes propostes i poc debat a Tortosa

Comencem pel final. L'última pregunta de l'únic debat electoral, celebrat ahir al vespre, entre els principals candidats a l'alcaldia de Tortosa fou la que suscità més expectació. Els pactes. El possible pacte de CiU per mantenir el govern local si perd la majoria absoluta, hipòtesi plausible però no segura. I el possible pacte del conjunt de les esquerres per fer fora Bel del govern després de vuit anys de mandat.

El candidat de Movem Tortosa, Jordi Jordan, fou el més clar i optà per un acord amb les esquerres «en primer lloc ERC i en segon el PSC», ordre que va sorprendre el socialista Roig, situat al seu costat. No esmentà les dues llistes restants d'esquerres, la CUP o Som Tortosa (Podem). De CiU, no en va voler saber res al govern «perquè ens presentem per construir un govern alternatiu».

El PSC també està obert a pactes, «sempre sobre programes, i on la creació d'ocupació sigui una prioritat». Les forces d'esquerres són prioritàries però no tancaran cap porta, «a excepció de l'extrema dreta».

El republicà Josep Monclús fou més enigmàtic. Llegiran els resultats i en funció del que interpetin que ha decidit la ciutadania decidiran. «I serà una decisió no imposada per la direcció del partit», etzibà, unes paraules que, de ben segur, no van desagradar del tot a l'alcalde Bel.

El candidat de PxC va descartar pactes amb els partits «de la casta». En canvi, i després de fer un al·legat contra un hipotètic pacte d'esquerres, el popular Xavier Dalmau es va oferir a signar acords «sempre i quan sortim» amb aquelles forces «ideològicament més properes a nosaltres». Un altre motiu de satisfacció per a l'alcalde.



El Col·legi de Periodistes va organitzar ahir el debat electoral a l'Auditori Felip Pedrell de Tortosa. FOTO: JOAN REVILLAS

LES FRASES

'Volem seguir treballant en positiu, dins de la centralitat i amb l'ajut de tots'

Ferran Bel
CiU

'Ens han deixat una ciutat fosca bruta i deixada. Quatre anys d'oportunitats perdudes'

Enric Roig
PSC

'Veurem els resultats i, lliurement, interpretarem allò que ha dit la ciutadania'

Josep Monclús
ERC

'Pactariem amb les forces progressistes. Mai amb CiU, perquè som l'alternativa'

Jordi Jordan
Movem Tortosa

'No voteu l'esquerra; si manen serà ingovernable. Voteu la dreta, que vol la unió'

Xavier Dalmau
PP

'Tancarem la mesquita il·legal, l'expropiarem i serà un local d'oci nocturn'

Jordi Casanova
PxC

Bel, còmode, va recollir els missatges i afirmà que no exclou a ningú dels pactes mentre alertava, una vegada més, d'un possible pacte de «perdedors» en al·lusió als partits d'esquerres.

En un debat a sis, les forces actualment representades al consistori, hi va haver poc debat i confrontació i molt discurs programàtic. El socialista Enric Roig fou l'únic que no va defugir en cap moment el cos a cos amb Bel, que ja l'estava esperant tot evitant la crispació. Roig va treure

gràfiques denunciant el deute, li recordà el fracàs de les piscines i assegurà que la ciutat està «bruta, fosca i deixada».

Bel replicà amb la gestió econòmica dels antics governs socialistes «amb 3 milions d'euros de factures per pagar i un deute de 39 milions d'euros el 2007».

Jordan no va jugar al mateix joc que Roig; prioritzà l'explicació del seu programa, tot i que va rebatre algun cop Bel.

L'alcalde de CiU ha estat hàbil en arribar al debat havent des-

activat dues de les principals polèmiques a la ciutat, el projecte fracassat del nou complex de piscines i el futur del monument franquista de la batalla de l'Ebre.

Sobre el primer, CiU i altres partits han presentat nous projectes de piscines, redimensionats i amb finançament públic. Així el debat sobre l'assumpte va girar sobre aspectes tècnics i de calendari d'un equipament que és reclamat de manera unànime.

El «debat estèril» del monument, en paraules de Bel, també

el desactivà quan va proposar una consulta, defensada ahir per la majoria de forces, a excepció de PxC. Aquesta força i el PP opten per la restauració i il·luminació del monument inaugurat per Franco el 1966 al bell mig del riu.

Entre les desenes de propostes esmentades al debat, algunes es van repetir un cop i un altre, com la creació de plans d'ocupació i bonificacions per fomentar el treball, el pla estratègic de Tortosa o renegociar l'adquisició dels terrenys de Renfe a la ciutat.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ



Cristina Sánchez recibe el Premio *Lolo* de Periodismo 2015

Joven maestra de periodistas

«El compromiso con el trabajo bien hecho» y «la excepcional sensibilidad social y solidaria que Cristina Sánchez ha demostrado en el ejercicio de su profesión» son las cualidades destacadas por la Unión Católica de Informadores y Periodistas de España al entregar a esta periodista de Alfa y Omega su Premio Lolo de Periodismo Joven 2015



Monseñor García Beltrán entrega el Premio *Lolo* a Cristina Sánchez. A la izquierda, Rafael Ortega, Presidente de la UCIP-E

Cristina Sánchez Aguilar, «una gran periodista joven que, desde las páginas de *Alfa y Omega*, nos enseña a todos y muy bien, incluidos a los veteranos, cómo debe ejercerse el periodismo, con rigor y gran profesionalidad». Así definía el lunes el Presidente de la Unión Católica de Informadores y Periodistas de España (UCIP-E), Rafael Ortega, a la galardonada con el Premio *Lolo* 2015.

Presidió el acto el obispo de Guadix y Presidente de la Comisión episcopal de Medios de Comunicación, monseñor Ginés García Beltrán, quien agradeció el «servicio a la Iglesia» de Cristina Sánchez desde *Alfa y Omega* y desde sus colaboraciones en *COPE* y en otros medios. El fallo del jurado, leído por Álvaro de la Torre, Secretario General de la UCIP-E, afirma que Cristina Sánchez, de 32 años, se ha hecho merecedora de este galardón tanto por «el compromiso con el trabajo bien hecho, que siempre ha demostrado», como por «la excepcional sensibilidad social y solidaria que ha demostrado en el ejercicio de su profesión, dando voz a los pobres y excluidos». La premiada –destaca el fallo– colabora en diversos proyectos solidarios con el Tercer Mundo.

Elsa González, Presidenta de la Federación Española de Asociacio-

nes de Prensa, anfitriona de la entrega del Premio, coincidió en resaltar tanto la sensibilidad humana como la profesionalidad de la galardonada, y aludió en particular al vínculo de Sánchez Aguilar con Manos Unidas, organización que, en 2011, le concedió su Premio de periodismo.

Tiempos inciertos

Monseñor García Beltrán aludió a las dificultades que atraviesa la profesión periodística, azotada por la precariedad laboral y por las inciertas

consecuencias de los cambios tecnológicos. En este difícil contexto, el reto para el periodista católico es mantener la *centralidad del ser humano y el amor a la verdad*. «Los cristianos hemos de dar noticias que siempre tengan rostro humano». Esto, señaló, es lo que distingue a Cristina Sánchez.

Entre las personalidades que asistieron a la entrega, estuvieron José Gabriel Vera, director del Secretariado de Medios de Comunicación Social y de la Oficina de Información de la Conferencia Episcopal Española; el Presidente de la Fundación *Crónica*

Blanca, Manuel Bru; los directores del semanario *Vida Nueva* (José Beltrán) y de la revista *Mundo Cristiano* (Darío Chimento), el responsable de información religiosa del diario *La Razón*, Fran Otero, y varios comunicadores de *COPE* y de otros medios de información religiosa. También acudió el hasta hace un año director de *Alfa y Omega*, Miguel Ángel Velasco, a quien Rafael Ortega dedicó unas palabras de reconocimiento.

Tampoco se quiso perder la entrega del Premio el sacerdote Rafael Higuera, Postulador de la Causa de canonización de Manuel Lozano Garrido, *Lolo*. Higuera regaló a Cristina Sánchez una selección de libros del Beato.

«Recibir un premio es un acicate», pero más aún cuando lleva el nombre de *Lolo*, dijo la premiada, quien recordó que, a su llegada a *Alfa y Omega*, uno de sus primeros trabajos fue la cobertura de la beatificación de *Lolo* en Linares, una figura hasta entonces desconocida para ella. «Fue mi bautizo en el periodismo religioso». Cinco años después, «veo que el Beato *Lolo* me ha cuidado y me cuida desde el cielo. Lo tengo cristalino».

Sánchez destacó la importancia de poner a «la persona en el centro» de la profesión periodística. El periodista sólo es «el instrumento, el boli, el puente» que une a los protagonistas de las historias «con las personas que las leen, y necesitan saber que hay gente en el mundo cuyas historias merecen ser contadas y que nos cambian la vida a todos». Esto es lo que hace «tan maravillosa esta profesión».

Acompañaron a Sánchez varios de sus alumnos del Máster en Periodismo Social de la Universidad CEU San Pablo y la Fundación *Crónica Blanca*. «No hay nada más bonito que enseñar a otros que vienen detrás que hay una forma de hacer periodismo unida a doctrina social de la Iglesia, a la dignidad del ser humano, al amor de Dios y a la fe que tenemos», dijo.

Ricardo Benjumea

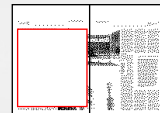
«Tenemos que comunicar la belleza de la familia»

«**N**o pensemos en un problema cuando hablemos de familia. Hablamos de ternura, de amor, de gratitud... Esto es lo que el mundo necesita, y esto es lo que tenemos que comunicar». Siguiendo el Mensaje del Papa para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2015, celebrada el pasado domingo, «a esto os invito a los profesionales de los medios: a comunicar la familia».

Son palabras de la homilía de monseñor Ginés García Beltrán en la Misa celebrada con periodistas, el domingo, en el monasterio de la Visitación de Madrid, y retransmitida por *La 2 de TVE*. Entrevistado por el director del programa *El Día del Señor*, Juan Carlos Ramos, el obispo de Guadix destacó la necesidad de los medios para «seguir

anunciando hoy el Evangelio», y reconoció que, al contemplar el panorama mediático español, «se nota poco» que en España hay 11 Facultades de Comunicación de la Iglesia. Fortalecer su «identidad cristiana» es una línea de trabajo de la CEE junto a las universidades católicas.

También en el contexto de la Jornada Mundial de Comunicaciones Sociales, el sacerdote y periodista José María Gil Tamayo, Secretario General de la CEE, inauguró, la pasada semana, el XII Ciclo de conferencias *Iglesia-sociedad* en León, e insistió en la necesidad de que «la Iglesia no pierda el tren de la comunicación». No basta con hacer. Una «Iglesia de puertas abiertas» debe «tener en cuenta que cualquier decisión tiene que ser explicada».



- Cospedal se juega su futuro tras una legislatura convulsa y marcada por el saneamiento financiero y los fuertes recortes
- Las críticas a la política sanitaria y el escándalo de la televisión pública lastran la buena gestión económica

Los molinos de viento del PP



JORGE BUSTOS

Según reciente confesión, María Do-
lores de Cospedal está leyendo *La
templanza*, de María Dueñas. Es de
suponer que la novela metafórica de
algún modo esta virtud cardinal, tan
importante en campaña para un po-
lítico expuesto al vaivén de la demos-
copia, razón para elogiar la pertinencia
con que la presidenta de Castilla-
La Mancha –y secretaria general del
Partido Popular– escoge sus lecturas.

Las encuestas sientan al PP man-
chego en un balancín que oscila en-
tre el cielo de la mayoría absoluta –fi-
jada en 17 escaños por la nueva Ley
Electoral– y el infierno del pacto ne-
cesario si saca 16 o menos. En este
segundo supuesto, Ciudadanos
emerge como árbitro merced a una
horquilla de entre tres y cuatro dipu-
tados; en una correlación de fuerzas
tan apretada, y dado el emblemático
perfil de Cospedal, no es descabellado
calcular que aquí los de Rivera
acaben cerrando el paso al PP. Los
dos o tres que los sondeos otorgan al
otro partido nuevo, Podemos, volve-
rían insuficiente un presumible frente
de izquierdas con el PSOE de
Emiliano García-Page, que bascula
entre los 10 y los 11 asientos. Así que
sobre el tablero manchego el biparti-
dismo puede pese a todo aguantar
bastante bien el tipo.

Cospedal se juega el 24 de mayo
su carrera política: su sillón en el Pa-
lacio de Fuensalida y puede que su
despacho en la planta noble de Gé-
nova. Si internamente ya ha sido
muy cuestionada la compatibilidad
de ambos cargos, e incluso se ha
atribuido a este pluriempleo la falta
de una estrategia política clara a lo
largo de la legislatura –por no hablar
de la relación Soraya-Cospedal, ma-
nifestamente mejorable–, mantener
a una perdedora al frente del partido
podría resultar difícil de justificar
hasta para Rajoy. Así que en los co-
micios manchegos se dirime una cla-
ve nacional, en tanto que juicio al PP
en la efígie de su *número dos*. No de-
ja de ser la persona que se enfrentó
en solitario a Bárcenas, y también la
que avaló su finiquito «en diferido».

Consciente de lo que se juega, la
presidenta reformó la Ley Electoral
al poco de llegar al poder, y volvió a
reformularla el verano pasado. La opo-
sición no duda en tildar la medida de
cacicada, aunque el Tribunal Consti-
tucional ha salvado su legalidad. El
hecho es que también José María
Barreda había reformado la Ley
Electoral: se conoce que aquí es tra-
dición cambiar las reglas del juego si
uno cree que le perjudicarán en las
próximas elecciones. «La diferencia
es que nosotros lo llevábamos en el
programa, mientras que Cospedal
primero aumentó de 49 a 53 los di-
putados un Miércoles Santo de 2012,
y cinco meses después anunciaba un
nuevo recorte que equiparaba nues-
tro nivel de representación al de La
Rioja. Todo con tal de facilitarse la
reválida. Pero le ha salido el tiro por
la culata: no contaba con la irrupción
de C's y Podemos, y la nueva ley po-
ne tan caro el escaño que en cuanto
entra una tercera fuerza se vuelve
imposible la mayoría absoluta», ex-
plican fuentes del entorno de García-
Page. Desde el PP justifican la medi-
da por el deseo de adelgazamiento

mera medida. El desempleo, pese a
la última mejora, se dispara hasta el
28,7%. Cospedal llegó a replantear el
método de registro de paro para afinar
su tipología, según el PP; para
maquillar el dato, según la oposición.

LA PODA SANITARIA

«Nosotros heredamos de los socialis-
tas un cajón con 600.000 facturas sin
pagar y 4.000 millones de deuda sa-
nitaria. Toda nuestra gestión ha esta-
do lastrada por esa herencia, inclu-
yendo ese mastodóntico Nuevo Hos-
pital de Toledo que es ya un icono
del despilfarro. Hemos pasado de
una Sanidad elefantiásica del ladrillo,
que perseguía el puro electoralismo
y que no se podía pagar, a un modelo
de atención sanitaria directa, que sí
estamos pagando. Hemos saneado el
agujero de 400 millones del sector
farmacéutico, por ejemplo. El con-
venio con la Sanidad madrileña
permitirá derivar antes a pacien-
tes de Guadalajara, Seseña o Aran-
juez que necesitan un especialista. Y
hemos abierto 13 nuevos centros de
salud y 13 nuevos quirófanos», afir-
man desde la Consejería de Sanidad,
que ocupa José Ignacio Echániz.

La oposición, que ha hecho de la
Sanidad pública su principal caballo
de batalla en Castilla-La Mancha,
aporta el contrapunto de sombra que
dejan los recortes. Denuncian que
Cospedal ha inaugurado depreisa y
corriendo esa docena de ambulatorios
en la recta final de su mandato
con intenciones electoralistas pero
sin preocuparse de dejarlos operati-
vos. Acusan a Echániz de despedir al
10% (unos 2.900 trabajadores) de la
plantilla del Servicio de Salud de
Castilla-La Mancha (Sescam) a base
de no renovar los contratos tempora-
les, a 700 de los cuales los ha tenido
que readmitir por sentencia judicial.
Y se quejan de que se haya acabado
con lo que desde el PP llaman la *no-
minilla*: una paga de 300 euros para
familias con algún dependiente a su
cargo, cuyos criterios eran bastante
laxos. El Gobierno regional alega
que así ahorran en picaresca sin de-
jar de atender a los dependientes.

Echániz presume de haber reduci-
do las listas de espera en 30.000 per-
sonas mediante una gestión más efí-
ciente de los recursos, pero Helena
Galán, portavoz de la Asamblea por
la Sanidad Pública de Toledo –y *nú-
mero cuatro* en las listas de Gane-

**Cospedal cambió la
ley electoral para su
beneficio, como antes
había hecho Barreda**

**La televisión pública
llegó a trucar con
aplausos los pitos a
Cospedal en los toros**

de la Administración manifestado en
las encuestas por los ciudadanos.

Y es verdad que si una palabra ha
guiado la primera ejecutoria del PP
en Castilla-La Mancha, esa ha sido
austeridad. A Cospedal no le ha tem-
blado la mano que empuña la tijera
–el PSOE cifra el tajo en 26.000 em-
pleados públicos–, pero esgrime ra-
zones tan poco originales como im-
periosas para hacerlo: una herencia
ruinosa, que les habría obligado a
gestionar la miseria y a embridar un
déficit galopante (7,8%: la autonomía
más deficitaria de España) como pri-





mos Toledo, marca local de Podemos—dibuja un panorama más bien tenebroso. Galán es una convencida de lo público: se desempeña como maestra al tiempo que ejerce como auxiliar de enfermería en el Hospital Geriátrico Virgen del Valle. Atestigua techos caídos, incendios, aglomeración de pacientes, cinco muertes de ancianos en los pasillos por falta de camas y hasta una plaga de arañas rojas. Asegura que si aquí no se han producido las mismas mareas blancas que en Madrid es a causa de una disposición de la Consejería que prohíbe manifestarse en bata, por ser material del Sescam, bajo multa. Exige que se termine al menos una parte del Nuevo Hospital pero sin que se externalicen algunas especialidades y servicios, como ha hecho Cospedal, y cree en la promesa de García-Page de blindar la Sanidad pública, lo que abonaría el camino para un pacto PSOE-Podemos.

'TELE-COSPE'

Junto con los recortes, lastra el balance popular el uso descaradamente partidista de la televisión autonómica. Si en 2011 Cospedal prometía la privatización de Castilla-La Mancha Televisión (CMT), al final por

Arriba, la mole abandonada del Nuevo Hospital de Toledo. Abajo, la sede de Castilla-La Mancha TV, a la que se acusa de favorecer a Cospedal.

OLMO CALVO

falta de comprador lo fue dejando, lo fue dejando, y le ha acabado cogiendo gusto al juguete. Y qué juguete: emplea a 400 trabajadores y a un número indeterminado de nuevas incorporaciones que, según la presidenta del comité de empresa, Cristina Corcuera, conforman la redacción paralela o ideológica: la que no se niega a perpetrar según qué informaciones. Más cornadas da el hambre que la deontología, claro, y no está la profesión para exigir heroicidades (o sí); pero los niveles de manipulación de la televisión controlada por Nacho Villa desde que Cospedal accedió al poder arrojan un rico anecdotario con aroma a Berlanga.

¿Que Toledo vota socialista? Pues se manda allí una cámara a filmar cacas de perro, orugas en los árboles o una supuesta invasión de cactus y se titula la pieza *Las 10 plagas de Prige*. ¿Que un regidor del PP acude a una procesión de Semana Santa? Pues se le entrevista en mitad del recorrido para que los espectadores calibren la devoción del mandatario y su honda identificación con los ritos del pueblo. ¡Pero oiga, que también procesionan concejales socialistas...! Nada, nada: esos no salen; haber ganado las elecciones. ¿Que abuchean a la presidenta en los toros durante la Cumbre de la Tauromaquia de Albacete? Se silencian los pitos y se dan sólo los aplausos... que en el público suscitaba la faena del matador y no la ejecutoria de un político. ¿Que detienen a Rato? Se obvia el desagradable asunto en el informativo, que ya lo comentarán los tertulianos, traídos desde Madrid.

Claro que ninguna televisión autonómica en el país de los caciques catódicos está libre de pecado como para dar muchas lecciones. Y al menos CTM sólo les cuesta 40 millones anuales a los contribuyentes; nada que ver con los océanos de gasto que sangra una TV3.

Lo contraproducente del caso es que la audiencia no traga con tanta facilidad, así que ha dejado de ver CTM. Cuando la pilotaba Jordi García Candau, el canal promediaba un share del 17%; hoy se debate en el entorno del 4%. Bien es cierto que ahora la competencia televisiva es mucho mayor. Se supone que ese 4% ya aglutina al partidario más numantino del PP, pero hay que seguir alimentando la propaganda para que no flojee ni la fe de los adictos. «Claro que se manipulaba con Bono y con Barreda, y se enchufaba a los amiguetes; las noticias se daban con un sesgo, pero se daban. Ahora ni se

en semejantes circunstancias, se vuelve por momentos cainita, y el servilismo y la delación florecen al compás del despotismo de la dirección. Talento que adorna especialmente a Victoria Vigón, mano derecha de Villa y responsable de informativos, cuyas broncas han causado ya más de una baja.

Un paro laboral de dos días, denuncias de la Fape (Federación de Asociaciones de Periodistas de España) y una treintena de peticiones de rectificación por parte de ayuntamientos socialistas son parte de la cosecha de Villa en estos años, a quien también se le reconoce la innovación de formatos y programas. Tampoco parece creíble que el próximo en llegar experimente una epifanía de pluralismo y rigor e instaurare una BBC a la manchega. Vista así, la decisión de Alberto Fabra de cerrar Canal Nou—prescindiendo de un poderoso órgano de propaga-

LAS LUCES DE UN MANDATO DIFÍCIL

Agricultura, eficiencia, turismo y El Greco. Si Cospedal mantiene intactas sus opciones de revalidar la mayoría—y sólo Juan Vicente Herrera en Castilla y León puede decir lo mismo en el PP—es porque los manchegos valoran la difícil papeleta que le tocó, así como sus logros más incontestables. Entre éstos se cuentan el fomento de la agricultura local, el aumento del turismo y la acertada gestión del patrimonio cultural, con el Año Greco como modelo de promoción artística: casi medio millón de visitantes y un superávit inédito en este tipo de inversiones, a lo que hay que sumar los imponderables (pero reales) beneficios de la imagen de marca regional. «Los agricultores están encantados con ella: ha apostado fuerte por la industria del vino y todo el sector primario se ha beneficiado de su buena relación con el ministro Cañete», explica un periodista que conoce bien la realidad manchega. «Esta es una tierra que requiere del que aspire a gobernarla un cierto grado de populismo, de kilómetros recorridos y tradiciones asumidas. Bono lo entendió muy bien, se mimetizó con el manchego medio. Cospedal venía de Madrid, pero lo ha aprendido a marchas forzadas». También aprueban su gestión quienes demandaban de los políticos que empezaran por apretarse sus propios cinturones: en aras de la eficiencia, Cospedal ha disminuido el número de altos cargos, ha eliminado fundaciones públicas y duplicidades y ha suprimido instituciones como el Síndico de Cuentas o el Defensor del Pueblo. Ha logrado pagar cientos de miles de facturas, aunque la oposición critica que se haya empleado la deuda autonómica para ello, en vez de priorizar necesidades asistenciales.

dan cuando perjudican al Gobierno autonómico. Ni huelgas, ni protestas, ni sindicalistas, ni mareas, ni ERE aparecen en la pantalla», afirma Corcuera, que ha pasado de cubrir la política local a «grabar aperitivos y buscar emprendedores». El comité ha impulsado una iniciativa llamada *Viernes a negro*, consistente en que la plantilla crítica con los abusos de la línea editorial acude a trabajar los viernes con ropa negra a modo de simbólica protesta, y se niegan a según qué encargos. Encargos que otros—vestidos de rica policromía—se apresuran a cumplir, pues para eso fueron fichados. Como presidenta del comité, desde 2012 hasta hoy, Corcuera ha firmado 1267 contratos!, de los cuales 105 son redactores audiovisuales. El ambiente de trabajo,

no carece de arrojo, más allá del arrojo urgente. «El propio modelo es perverso y facilita el uso de las teles públicas como arma arrojadiza», lamenta Corcuera, que está en CTM desde sus inicios en 2001 y ha visto de todo. Aún así, no pierde la esperanza de poder desempeñar un día su trabajo con libertad y respeto al contribuyente. No le importa confesar que espera un cambio en la noche electoral; aunque si se produce, a ver quién lo cuenta.

Con este bagaje y una campaña maratoniada, María Dolores de Cospedal espera decantar de su lado la bolsa de indecisos, más gorda que nunca. Y las mayorías aquí siempre han dependido de un escaño o dos. Normal que busque aplacar los nervios en un libro sobre la templanza.



LIBRO 'CÓMO EL #15M CAMBIÓ LA INFORMACIÓN'

«UN TUIT PUEDE SER UN CONTENIDO PERIODÍSTICO»

Carmela Ríos recopila su trabajo en el relato del 15-M y aporta claves sobre las nuevas narrativas

DAVID SANZ EZQUERRO MADRID Recuerdos de un acontecimiento pasado que marcó el presente y reflexiones sobre el futuro de la profesión periodística que se vislumbra desde la actualidad. Estos son los elementos que configuran *Cómo el #15M cambió la información* (Libros.com), un libro escrito por Carmela Ríos, responsable de Nuevas Narrativas Periodísticas en Unidad Editorial, y que esta tarde se presenta en Madrid.

El libro recopila la cobertura que Carmela Ríos realizó a través de Twitter hace cuatro años, con un relato minuto a minuto, del nacimiento y evolución del movimiento ciudadano del 15-M, un trabajo por el que fue galardonada con un Premio Ortega y Gasset. Pero, además, partiendo de aquella experiencia que cambió la vida profesional de la autora, la obra incluye una guía de periodismo móvil, en la que se analizan todas las claves para desenvolverse en las redes sociales con criterios periodísticos.

«Es un relato histórico, es un trabajo periodístico y es la narración gráfica de un momento intenso de la vida española», explica Ríos en una entrevista con EL MUNDO, en la que recuerda las emociones que vivió, percibió y narró en aquel ma-

yo de 2011: «Fue un momento especial y el paso del tiempo no logra diluir la intensidad que destilan los tuits de aquellos días».

Junto con el movimiento indignado, el 15-M nació además otra forma de hacer periodismo. Aquel acontecimiento no fue el primero que se retransmitió por las redes sociales, pero sí el que encumbró ese formato en España como medio de comunicación de pleno derecho. «Un tuit puede ser tan contenido periodístico como un artículo de cinco páginas, como un directo en

«EN LAS REDES SOCIALES HAY QUE APLICAR LAS REGLAS DEL OFICIO CON EL MISMO NIVEL DE RIGOR Y EXIGENCIA»

televisión o como una crónica de radio», reivindica Ríos. En su opinión, la clave no está en el soporte, sino en el contenido –«do importante es que la información sea buena, relevante e interesante»– y en la forma de abordarlo –«en las redes sociales es necesario aplicar las reglas del oficio con el mismo nivel



Carmela Ríos, responsable de Nuevas Narrativas de Unidad Editorial. CARLOS GARCÍA POZO

de rigor y exigencia que se haría en cualquier otro producto».

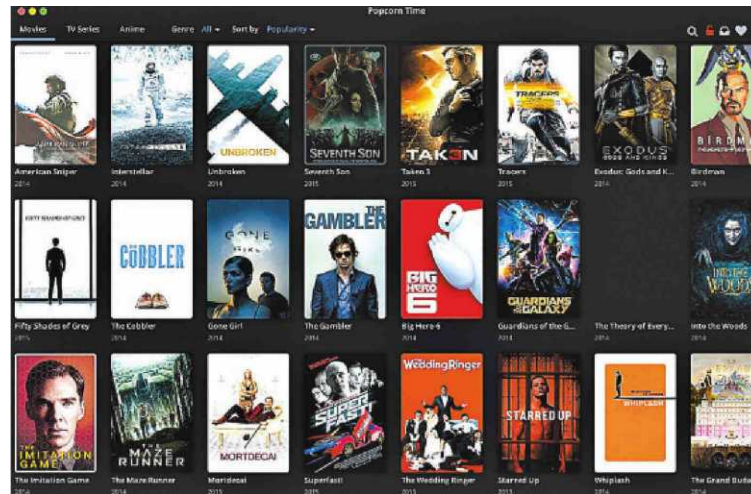
Una realidad clara a la que, sin embargo, aún hoy cierran los ojos muchos profesionales de la información, para los que, como señala Ríos en su libro, «las redes sociales son una herramienta desconocida y despreciada». Algo que ella trata de

refutar con consejos aprendidos de la experiencia propia. «Comprendo todas las reservas, pero renunciar a conocer las redes sociales equivaldría hace años a haber renunciado a publicar en papel», afirma. «Sería simplemente renunciar a hacer periodismo sobre un formato diferente al conocido», añade.

Carmela Ríos insiste en la importancia para los periodistas de atender a las redes sociales, incluso en aquellos casos en los que no encuentran interés en ellas como medio de exposición de sus mensajes. «Dar la espalda a las redes sociales penaliza tu carrera; si uno no quiere no tiene que estar, pero sí debe conocerlas», explica. «Hablar en Twitter es una opción, pero mirar Twitter es imprescindible para los periodistas», resume. «Renunciar a ellas es no comprender la forma en la que están consumiendo información millones de personas en todo el mundo y cada vez más», remarca.

«Las redes sociales no solamente son una plataforma en la que puedes contar algo, también vas a tener la posibilidad de interactuar con los receptores de tu trabajo, de obtener información nueva o de dialogar con fuentes potenciales», apunta esta periodista, quien antes de volcarse en las nuevas narrativas desarrolló una dilatada trayectoria profesional en medios tradicionales como CNN+ o Antena 3, cadena para la que trabajó como corresponsal en París.

De hecho, Carmela Ríos descubrió el potencial de las redes sociales como herramienta periodística cuando ella trabajaba para CNN+ y el cierre de la cadena le pilló en mitad de su trabajo. En ese momento, cogió su móvil, abrió su cuenta de Twitter y comenzó a informar de esa noticia que le afectaba en primera persona. Después de aquel bautismo vino su premiada cobertura del 15-M y de ahí ya no ha abandonado un campo que, según subraya en su libro, permite «una apasionante e incierta aventura de aprendizaje».



Las aplicaciones de 'streaming' en directo son un nuevo quebradero de cabeza para las televisiones.

Un nuevo asalto contra la piratería

Por NICK WINGFIELD
y EMILY STEEL

La forma en que miles de personas consiguieron ver el combate de boxeo entre Floyd Mayweather y Manny Pacquiao sin pagar puede ser considerada novedosa, pero para los ejecutivos de los medios de comunicación que llevan años librando una batalla contra la piratería tras otra, fue más de lo mismo. La tecnología y sus acólitos siempre encuentran algún modo de hacer que el contenido sea gratuito.

En esta última ocasión, las herramientas utilizadas para ver la pelea incluyeron aplicaciones para teléfonos inteligentes como Merkaat o Periscope (propiedad de Twitter) que permitieron a la gente compartir en directo las imágenes del combate reproduciendo las pantallas de sus televisiones a través de las cámaras de sus smartphones.

Otros usaron Popcorn Time, una app con una ingeniosa interfaz de usuario que facilita el uso de BitTorrent, una tecnología descentralizada para compartir archivos que lleva años desbaratando todos los intentos de la industria y las autoridades por eliminarla.

“El problema es que la tecnología evoluciona mucho más rápido que las normas y la legislación sobre el uso de los medios de comunicación”, sostiene Rich Greenfield, analista de la consultora BTIG Research. “Los contratos nunca previeron la aparición de algo como Periscope”.

El propio Greenfield decidió ver el combate a través de esta aplicación y en un momento dado colgó en Twitter una captura de la pantalla de su teléfono en la que se veía que había casi 10.000 personas conectadas a una sola retransmisión de la pelea.

Los directivos de medios de comunicación ven la piratería como un interminable juego del gato y el ratón. En cuanto los estudios y las cadenas de televisión encuentran la forma de acabar con un problema, aparece otro nuevo. La Asociación Cinematográfica de Estados Unidos (MPAA, por sus siglas en inglés), ha librado batallas legales contra distintas tecnologías y plataformas para compartir archivos desde principios de la década de 2000.

Una de las más duras ha sido la ofensiva contra BitTorrent, ya que no depende de ningún sitio

Con la colaboración
de Vindu Goel.



Miles de personas vieron en directo el combate entre Pacquiao y Mayweather a través de la aplicación Periscope, de Twitter.

web ni programa informático para permitir la descarga de películas y series pirateadas. Irde, una empresa que trabaja con firmas del sector para rastrear la piratería en Internet, señala que las descargas de la serie de HBO *Juego de Tronos* (la más pirateada del mundo) en BitTorrent aumentaron un 45% en las semanas anteriores al estreno de la quinta temporada de la serie el pasado abril en comparación con el mismo periodo de 2014.

La MPAA convenció hace poco a un tribunal superior británico para que emitiera una orden requiriendo a cinco de los proveedores de Internet más importantes que impidiesen el acceso a cuatro sitios web que permitían descargarse la aplicación Pop-

Las televisiones se enfrentan a nuevos retos tecnológicos.

Corn Time. “Popcorn Time no tiene un propósito legal y solo sirve para vulnerar los derechos de autor”, señaló en un comunicado Stan McCoy, un ejecutivo de la Asociación Cinematográfica, la rama internacional de la MPAA.

A finales de abril, un juez de Los Ángeles admitió proteger a los canales de televisión e impedir que dos sitios web —bo-xinghd.net y sportship.org— pudieran retransmitir el combate Mayweather-Pacquiao. Ambos portales habían anunciado con antelación que emitirían la pelea.

Las cadenas contactaron con Periscope y Merkaat para tratar el tema de la piratería, según dos

ejecutivos de las televisiones. Algunos dicen que los desarrolladores de estas apps no fueron tan receptivos como YouTube.

Periscope ya estaba siendo vigilado por el canal HBO, que le envió varios avisos el mes pasado tras constatar que la gente utilizaba la aplicación para ver episodios de *Juego de Tronos*. A diferencia de plataformas como YouTube o Ustream, Periscope exige que los titulares de derechos de autor soliciten por correo electrónico la retirada de contenidos y analicen cada caso. Una portavoz de Twitter asegura que se han retirado 30 de las 66 emisiones denunciadas y que el resto habían dejado de emitir ya. La portavoz, Rachel Millner, afirma que la empresa respeta la propiedad intelectual e insiste en que trabajan para conseguir “herramientas potentes que permitan reaccionar de inmediato”.

Durante el combate, el cofundador y consejero delegado de Periscope, Kayvon Beykpour, contestó personalmente a muchas de las peticiones de eliminación. Al día siguiente tuiteó: “No nos entusiasma la piratería. Créanme, respetamos los derechos de propiedad intelectual y mucha gente (yo incluido) trabajó duro anoche para ser capaces de reaccionar”.

Desde Netflix creen que el auge de Popcorn Time “da que pensar”. La firma de streaming legal de vídeos y películas se refiere a la tendencia en las búsquedas de Google, donde las búsquedas de la plataforma de piratería han crecido significativamente. Popcorn Time se busca tantas veces como Netflix y bastantes más que HBO. Para la empresa de entretenimiento, la piratería representa una “considerable amenaza a largo plazo”.

FACEBOOK SE ALIA CON LOS MEDIOS

Ángel VALLE



Para AEDE la red social es la compañía de «media» con más crecimiento según un estudio de Zenith Optimedia

Cuando se habla de redes sociales todos pensamos, fundamentalmente, en Twitter. Términos como «trending topic», «hashtag» y retuitear se han convertido ya en habituales en nuestro vocabulario cotidiano. De hecho, se ha convertido en una herramienta clave para los periodistas y, como ya hemos abordado en este mismo espacio, nos sirve incluso para retransmitir eventos en directo, subir fotos al instante o contar qué ocurre en el rincón más remoto del mundo con tan sólo un smartphone.

Tanto es así, que la otra gran red social, Facebook, ha quedado para muchos en poco más que un lugar para subir fotos familiares o de vacaciones, felicitar cumpleaños y compartir vídeos graciosos. Sin embargo, si bien es verdad que no es una herramienta tan útil para los periodistas como lo puede ser Twitter, no lo es menos que para los medios digitales se ha convertido en un canalizador de tráfico determinante, es decir, es uno de los principales proveedores de visitantes a las ediciones online, infinitamente por encima de la red del pajarito. Por ejemplo, en nuestro país, algún medio digital recibe hasta un tercio de su tráfico a través de Facebook.

De hecho, según recoge la Asociación de Editores de Dia-

rios Españoles (AEDE), Facebook sería la compañía de «media» con mayor crecimiento, según un estudio de Zenith Optimedia, que se sitúa en el 64% respecto al pasado año.

«Esto se une a la alta participación de sus usuarios, que debaten y generan estados de opinión, y a la nueva iniciativa de la compañía norteamericana Instant Articles, que facilitará a grandes grupos editoriales un canal de distribución masivo que permitirá a los medios alcanzar nuevas audiencias. Esta iniciativa supone también un acuerdo con el medidor de audiencias comScore que auditará el impacto de las noticias que aloje Facebook como si se tratara de un medio de comunicación», recoge AEDE en una nota informativa. Con esta nueva iniciativa, Instant Articles, Facebook permite, de momento a siete medios internacionales –The New York Times, National Geographic, BuzzFeed, NBC y The Atlantic; y pronto de The Guardian, BBC News, Der Spiegel y Bild– subir sus noticias directamente a esta red social, de modo que llegan potencialmente a todos los usuarios que utilicen la aplicación.

Términos como «Trending Topic», «hashtag» y retuitear son habituales en nuestro vocabulario

¿Qué recibe la empresa de Mark Zuckerberg a cambio? Pues Facebook se queda con su 30% habitual de comisión sobre la publicidad que incorpore los contenidos que se inserten, pero, como informa Enrique Dans en su web, «lo harán únicamente si la publicación tiene inventario sin vender. Si no es así, y la publicación inserta su propia publicidad, Facebook permite a los creadores de contenidos que moneticen sus artículos como buenamente quieran hacerlo reteniendo el 100% de lo que facturen».

A priori, parece una oferta irrechazable, pues Facebook abre un escaparate a los alrededor de 1.400 millones de usuarios que tiene. Habrá que seguir la evolución de esta iniciativa, si se abre a otros medios, si sólo se va a permitir el acceso a las grandes compañías o será accesible en un futuro a medios locales, qué noticias de qué medios se muestran a quién...

En cualquier caso, Facebook se reivindica como el aliado natural de los medios de comunicación, mientras que Twitter, que rara vez aporta más de un 3% de tráfico a las publicaciones digitales, se convierte en muchos casos en un enemigo a batir, pues la tendencia es que los usuarios se limiten a leer los titulares de los tuits, sin entrar en las webs que aportan el contenido.



EXPANSIÓN DEL INVERSOR

Mediaset gana brillo tras retomar los pagos al accionista

INICIA PROGRAMA DE RECOMPRA DE ACCIONES/ El grupo, que volvió al dividendo en mayo, está adquiriendo títulos propios como otra vía para retribuir a sus inversores.

D.Esperanza. Madrid

Mediaset se mueve como pez en el agua en zona de máximos. El grupo de comunicación cotiza cerca de su nivel más alto desde 2007, después de acumular un alza del 18% desde el inicio del ejercicio.

Las buenas perspectivas económicas en España y el repunte de la facturación publicitaria del grupo –que creció un 8,4% en el primer trimestre– han dado alas a un valor que ahora cuenta con otras bazas para apuntalar zonas récord, según los expertos. La compañía inició a mediados de mayo el programa de recompra de acciones de hasta 14 millones de títulos, representativos del 3,9% del capital social. Del 13 al 15 de mayo, Mediaset adquirió 179.000 acciones propias por valor de 2,1 millones de euros y seguirá realizando compras hasta finales de junio, lo que apoyará la cotización, según Renta 4.

Ventajas

“Esta práctica es una fórmula alternativa de retribución no muy extendida en España pero sí en países como EEUU (ver texto adjunto), que tiene varias ventajas para los accionistas”, dice Nicolás López, de M&G Valores.

El objetivo de Mediaset con

EN ZONAS RÉCORD

Cotización de Mediaset, en euros.



> Consejo de inversión

Del consenso de los analistas consultados por Bloomberg, en %.



Fuente: Bloomberg

Expansión

EN EEUU

La recompra de acciones es una práctica habitual en **Wall Street**, donde las empresas invirtieron más de 530.000 millones de dólares en 2014 en adquirir sus títulos. En España, **Dia** y **Amadeus** lo utilizan como complemento al pago de dividendos.

el programa de recompra de títulos es devolver a los accionistas parte del importe obtenido al vender a Telefónica el 22% de Digital+ (335 millones de euros). Adquirirá acciones propias y amortizará capital, con lo que reducirá el número de títulos en circulación al tiempo que mantendrá el valor de la compañía. Con ello, el beneficio por acción de la empresa se incrementará, a favor de los accionistas.

Esta fórmula de retribución indirecta cuenta con otra ventaja: no conlleva en sí mis-

ma ninguna carga fiscal, como sí la tienen los dividendos, según López. A partir de este año, los inversores tienen que tributar por el 100% de las cantidades percibidas en concepto de dividendos.

Y la recompra de títulos a menudo actúa de red para la empresa en Bolsa. “Esta práctica demuestra la confianza que tiene la compañía en sus acciones y aumenta la demanda de títulos, lo que minimiza la presión bajista del valor”, dice Eduard García, de Caja de Ingenieros.

Vuelta al dividendo

Los accionistas de Mediaset han celebrado este año otra noticia que ha sentado bien a su cotización: la empresa ha retomado el pago de dividendos, tras dos años sin hacerlo. El 4 de mayo abonó 0,13 euros en efectivo, con lo que su rentabilidad por dividendo asciende hasta el 1,05%. “Mediaset ha sabido reforzar la compensación al inversor lo que se ha premiado en el parqué. Esto, y la mejora de su negocio apuntalará sus avances”, apunta Victoria Torre, de Self Bank. Un 67% de los expertos aconseja comprar o mantener las acciones de Mediaset en cartera. BBVA les da un potencial superior al 6%.



SUBE UN 83% EN 2015

Netflix alcanzará los 10.000 millones de ventas en 2017

La compañía estadounidense apenas logra convertir en beneficio 2 dólares por cada 100 que factura en la actualidad

Ignacio Alarcón MADRID.

Netflix es una de las compañías de moda en los últimos años, y lo va a ser más con el plan de expansión con el que prevé estar presente en unos 200 países antes del 31 de diciembre de 2016. La empresa, fundada en California por Reed Hastings en 1997, se dedica a la televisión *online* y cada día cuenta con unas 100 millones de horas reproducidas de películas y *shows* televisivos. La compañía sube en el parqué casi un 82 por ciento en lo que llevamos de 2015, hasta el nivel de los 621,1 dólares por acción. En 2007 la empresa consiguió por primera una cifra de negocio de 1.000 millones de dólares y, solo diez años después, alcanzará los 10.000 millones de dólares.

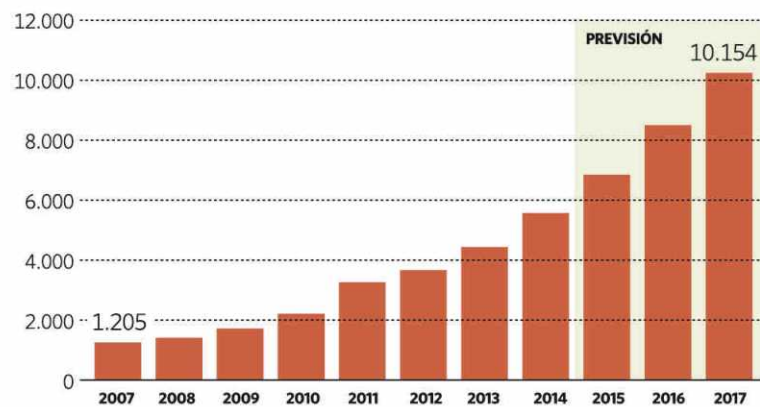
La compañía ha cerrado un buen primer trimestre gracias, principalmente, al aumento en el número de suscriptores. Hasta abril la empresa californiana había sumado 2,6 millones de nuevos suscriptores, con unos datos especialmente positivos en Estados Unidos, donde parecía que se acababa su combustible. También aprovechó para revisar su estimación de beneficios al alza, concretamente un 2,4 por ciento.

El futuro de la empresa pasa por la necesidad de aumentar el número de suscriptores porque las ganancias de la compañía dependen del volumen de negocio que se alcance. Netflix tiene muchas dificultades para convertir en beneficios parte de sus ventas.

Este 2015, un año especialmente atípico por la caída de beneficios (el consenso de mercado recogido por FactSet estima un recorte del 67 por ciento), la empresa apenas

Multiplicará casi por 10 su facturación en 10 años

Evolución de las ventas en millones de dólares



Fuente: FactSet

eEconomista

convertirá en ganancias 2 de cada 100 euros que facturará. El año que viene aumentará su margen hasta el 2,6 y en 2017, cuando se espera que supere por primera vez los 10.000 millones de dólares de facturación por ventas, convertirá en beneficios 5,6 euros de cada 100 que facture. Para ese ejercicio se espera que la compañía alcance los 575 millones de dólares de ganancias, más del doble de lo que logró en 2014 -267 millones de dólares-.

'Objetivo China'

La casa de análisis Neeham considera que el lado más negativo de invertir en Netflix se encuentra en la extrema volatilidad del negocio de la compañía estadounidense. Por este motivo, la empresa tiene claro que tiene que tomar el camino de la expansión, y de hecho es ese el sendero que persigue hoy por hoy Netflix, lo que lastrará sus ganancias durante los próximos dos años. El último empujón que ha beneficiado a la empresa americana en bolsa ha sido gracias al anuncio de

su futura entrada en el mayor mercado del mundo, China. Para ello la compañía ya tiene la agenda marcada: primero, conseguir un socio con el que desembarcar en el gigante asiático, y segundo (y más duro para Netflix) conseguir salvar la traba de la censura desde Pekín.

La compañía se encuentra sobrevalorada en casi un 8 por ciento, ya que el consenso de mercado fija su precio objetivo en los 572,11 dólares. Mientras que JP Morgan lo marca en los 625 dólares, lo que indica que el grupo aún tiene un tímido potencial del 0,6 por ciento.

Tanto Neeham como JP Morgan destacan en sus informes que lo mejor de Netflix son sus buenos datos de suscriptores en la primera parte de 2015.

JP Morgan considera que, vista la evolución de beneficios y suscriptores, los datos de suscriptores igualarán o mejorarán los de 2014. La empresa estadounidense, con cerca de 62 millones de suscriptores llegará el próximo otoño a España dentro de su plan de expansión.



Antai crea un vehículo inversor de medios de comunicación

Un grupo de hasta ocho compañías de medios de comunicación se unirá en Media Digital Ventures Spain, el primer fondo de 'media for equity' de España para invertir en 'start up' tecnológicas.

Entre cuatro y ocho grupos de medios de comunicación de España se unirán en un mismo fondo para invertir conjuntamente en *start up* tecnológicas. La iniciativa, impulsada por Antai Venture Builder, se llama Media Digital Ventures Spain y es un fondo de *media for equity*, que combina el canje de acciones de empresas por pu-

blicidad en distintas plataformas de comunicación, como televisión, radio, prensa, revistas, dispositivos móviles o Internet. El fondo tendrá un tamaño de entre 20 millones y 30 millones de euros en activos publicitarios para invertir durante tres o cinco años. Miguel Vicente y Gerard Olivé, fundadores de Antai Venture Builder, lide-

ran desde Barcelona este nuevo proyecto inversor que todavía no está cerrado, a falta de los últimos detalles. Media Digital Ventures Spain tiene ya alguna operación inversora en marcha y está en conversaciones con fondos nacionales e internacionales de capital riesgo para coinvertir juntos en empresas del sector digital. P3

■ **El fondo tendrá un tamaño de hasta 30 millones para invertir durante un periodo de entre tres años y cinco años**

■ **Con sede en Barcelona, Media Digital Ventures Spain está en conversaciones para coinvertir con otros fondos de capital riesgo**



Antai impulsa un fondo de 'media for equity' para invertir en 'start up'

FINANCIACIÓN/ Media Digital Ventures Spain tendrá un tamaño máximo de 30 millones de euros en activos publicitarios, que aportarán un grupo de hasta ocho compañías españolas de medios de comunicación.

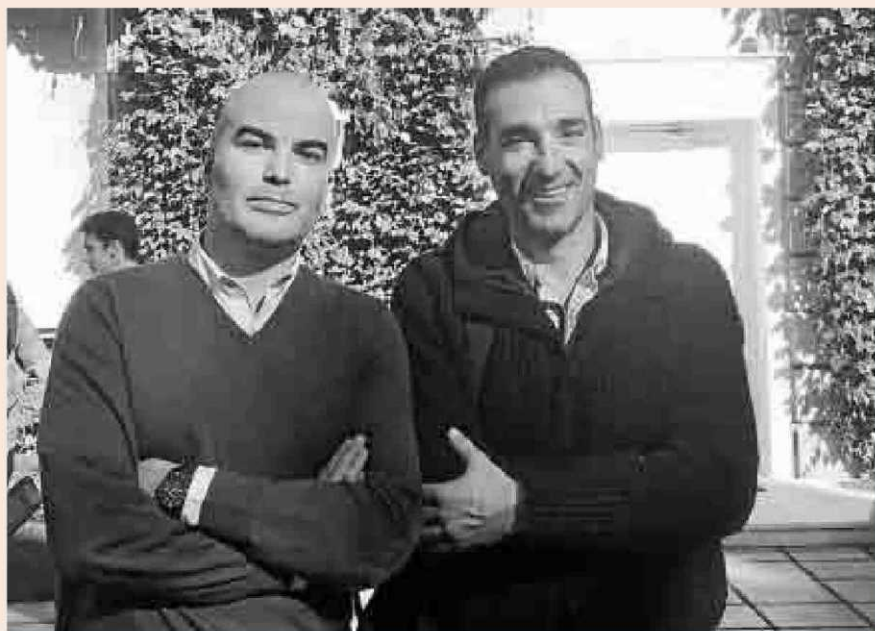
Tina Díaz. Barcelona

El auge de la inversión de grupos de medios de comunicación en *start up* a través del *media for equity* -canje de acciones por publicidad- ha dado pie a unir a varias compañías de medios en un mismo fondo. Con esta premisa se ha constituido Media Digital Ventures Spain, sociedad impulsado por Antai Venture Builder en Barcelona.

"El fondo tendrá un tamaño de entre 20 millones de euros y 30 millones de euros en activos publicitarios", dice Miguel Vicente, impulsor de Antai Venture Builder junto a Gerard Olivé. El vehículo inversor está en fase de creación y a la espera del cierre definitivo del fondo.

Está previsto que se incorporen a Media Digital Ventures Spain entre cuatro y ocho de los principales grupos españoles de medios de comunicación. Estas compañías tomarán un porcentaje de las *start up* a cambio de acciones publicitarias multicanal en televisión, radio, prensa, revistas, Internet, dispositivos móviles y publicidad *billboard*.

No han trascendido las empresas de medios que entrarán en el fondo, pero Atresmedia (*Antena3, La Sexta, Onda Cero* y *Europa FM*), Mediaset (*Telecinco, Cuatro, Divinity* y *FDF*), Grupo Zeta (*El Periódico, Sport* y *Cuore*),



Gerard Olivé (izquierda) junto a Miguel Vicente, impulsores de Antai.

Grupo Prisa (*El País* y *40 Principales*), Grupo Godó (*Raí, 8TV, La Vanguardia* y *Mundo Deportivo*) han sido activos en el sector a través de la fórmula del *media for equity*.

Del negocio al consumidor

El foco de inversión se centra en *start up* españolas e internacionales del mundo digital, que estén tanto en fase semilla como de crecimiento. El fondo entrará especialmente en empresas con un modelo B2C (*business to consumer*), es decir, que se dirigen direc-

EQUIPO

A falta de cerrar el fondo, el **consejo de administración** de Media Digital Ventures Spain estaría formado por Antai Venture Builder y un representante de cada grupo de medios de comunicación. Además tendrá un equipo de cuatro personas.

tamente al cliente final, como es el caso de La Nevera Roja, Byhours, Wallapop, PopPlaces, Groupalia, Offerum, ChicPlace, Ineumaticos o Iahorro, entre otras tecnológicas.

El vehículo, impulsado por Antai Venture Builder, tendrá una duración de entre tres y cinco años, pero no quiere invertir solo. "Estamos en conversaciones con fondos nacionales e internacionales de capital riesgo para coinvertir juntos", afirma Gerard Olivé. El vehículo ya

El vehículo está en conversaciones con fondos de capital riesgo para coinvertir en tecnológicas

El fondo, que durará entre tres años y cinco años, ya tiene alguna operación en marcha

tiene alguna operación en marcha.

Media Digital Ventures tomará la misma participación accionarial que un fondo de capital riesgo, que oscila entre el 5% y el 25% de la compañía.

Este es el único fondo de *media for equity* en España -hasta ahora- y de los primeros de Europa, ya que existe alguna iniciativa similar en Alemania y Francia.

La clave de la fórmula *media for equity* es que acaba proveyendo a la *start up* de publicidad y visibilidad, comenta Olivé. La campaña publicitaria podría durar entre seis semanas o cinco meses según las necesidades de la *start up* y la participación que tome el fondo. Algunas empresas, como Byhours, han experimentado un aumento de las ventas superior al 30% tras campañas derivadas de un *media for equity*.



Grup Godó i Mediaset estableixen una aliança per impulsar 8tv

BARCELONA Redacció

Grup Godó i Mediaset España van anunciar ahir que han tancat un acord en funció del qual Mediaset passa a tenir un 40% del capital de la societat Emissions Digitals de Catalunya S.A., empresa participada fins ara exclusivament pel Grup Godó. Aquest acord permetrà desenvolupar i potenciar la televisió privada a Catalunya. Emissions Digitals de Catalunya S.A. gestiona un múltiplex amb cobertura a tot el territori català, amb capacitat per emetre quatre canals de televisió, entre els quals destaca el canal generalista 8tv.

Aquesta operació ha estat aprovada aquest dimecres pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), i també va rebre l'autorització de la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (CNMC), que ha donat llum verda sense restriccions ni limitacions a l'operació.

L'entrada de Mediaset España al capital d'Emissions Digitals de Catalunya S.A. significarà un clar pas endavant per desenvolupar el canal de televisió 8tv, que ja ha mostrat un clar creixement en els darrers mesos, i que amb aquest acord es preveu que s'acceleri encara més.

En aquesta línia, la cadena va estrenar divendres passat un nou programa, *Déu n'hi dron*, amb gran èxit d'audiència –seguit per 217.000 catalans–, i avui estrena el concurs *Encantats*, que compta amb la col·laboració de Manu Guix, Roser i Rocco Steinhäuser. Aquests nous projectes a l'antena de 8tv, han estat produïts mitjan-

çant la subscripció d'acords amb diferents productores d'àmbit català, com són Brutal Media (productora de formats com *El foraster* de TV3, i *Somos.som*, dirigida per Júlia Otero).

8tv basa actualment els seus bons resultats d'audiència principalment en els programes de producció pròpia, amb dos pilars com són *Arucitys* i *8 al dia*, conduïts i dirigits per Alfons Arús i Josep Cuní respectivament, així com també a l'emissió de cinema i sèries.

A més dels programes d'èxit actuals, la cadena té la voluntat de conti-

L'acord constitueix un pas endavant per fer créixer el sector audiovisual a Catalunya

nuar desplegant la seva graella i ampliant així la seva oferta de continguts al públic català.

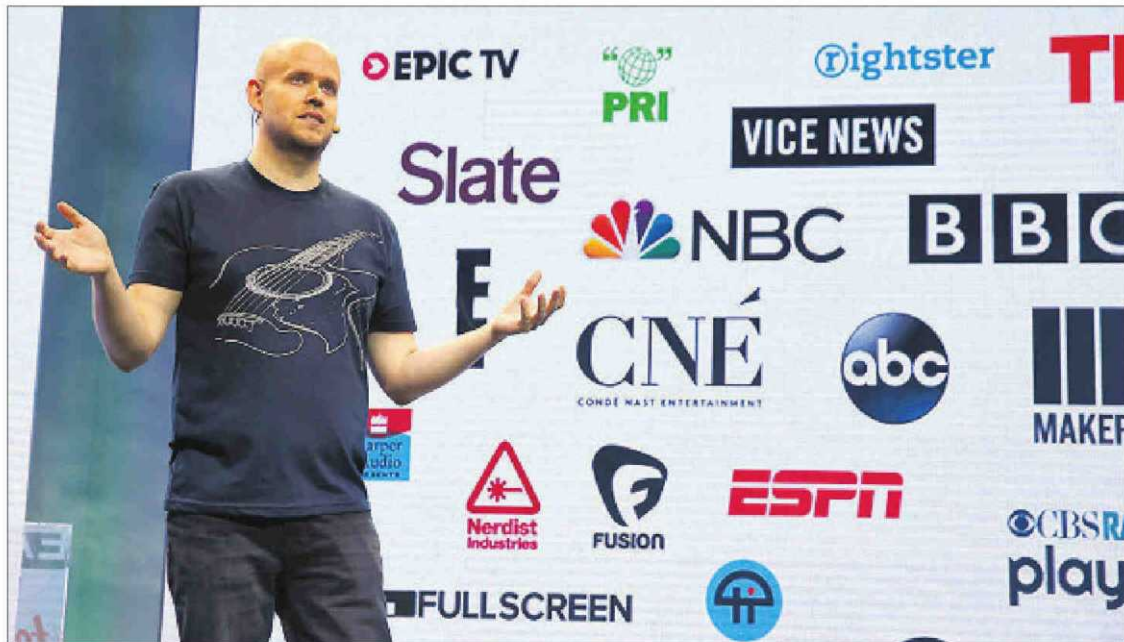
L'aliança, a més, suposa un acord perquè la comercialització dels espais publicitaris de 8tv estigui gestionada per Mediaset España, l'operador líder al país que actualment comercialitza una àmplia oferta de canals, tant de televisió en obert com de plataformes de pagament.

Mediaset España, per la seva banda, opera 6 canals de televisió en obert (Telecinco, Cuatro, Divinity, Energy, Boing i FDF), i produeix pel·lícules de cinema (com *Ocho apellidos vascos*, *Lo imposible*), així com altres activitats audiovisuals.●



Manu Guix, Roser i Rocco Steinhäuser, els presentadors del nou espai

8TV



El consejero delegado de Spotify, Daniel Ek, en la presentación de ayer en Nueva York. / S. STAPLETON (REUTERS)

Spotify decide emitir vídeos para competir con YouTube

S. P., Nueva York
Daniel Ek sabe que la única manera de sobrevivir en la era digital es innovando constantemente, para mejorar el servicio y la experiencia del usuario. Por eso decide ocho años después de crear Spotify ir más allá de la música y convertirla en una plataforma más multimedia con acceso a podcasts y vídeos, algunos origi-

nales. Así trata de evitar que sus usuarios se vayan a YouTube y de paso aprovecha para potenciar los ingresos por publicidad.

El nuevo Spotify fue presentado en Nueva York. Como recuerda Ek, la música siempre estuvo constreñida por el formato. En el vinilo, inicialmente, solo se podían grabar dos canciones. Con los casetes pasaron a seis y en

los discos compactos se elevó a la quincena. Internet rompió ese corsé físico y el streaming permitió unir el audio y el vídeo en el mismo soporte. El nuevo Spotify apuesta así por ser una compañía cada vez más enfocada al entretenimiento. El empresario sueco llevaba tiempo preparando el salto para distribuir contenido audiovisual. Pero antes quería tener claro cuál iba a ser el formato correcto. Hace año y medio ya comentaba en una entrevista con EL PAÍS que estaba buscando nuevas vías para llevar la música a los millones de usuarios Spotify y la manera para que los propios artistas pudiera subir más contenido a la plataforma.



La CNMC expedienta a Atresmedia y Mediaset

Por haber superado el tiempo máximo de emisión de publicidad

elEconomista MADRID.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) ha decidido incoar un expediente sancionador a Atresmedia y Mediaset al haber superado en sus cana-

les -Antena 3, Telecinco y Cuatro, respectivamente- los límites de tiempo de emisión dedicados a los mensajes publicitarios.

La Ley General de Comunicación Audiovisual establece el límite de tiempo de emisión de publicidad de mensajes publicitarios y de televenta en 12 minutos por hora natural, excluyéndose el patrocinio y el emplazamiento. En el caso de Atresmedia, las infracciones "de carácter leve" fueron detectadas en

Antena 3 entre noviembre y diciembre de 2014. En cuanto a Mediaset, las infracciones, también "de carácter leve", se produjeron entre los meses de octubre a diciembre de 2014.

En cualquier caso, la incoación de este expediente no prejuzga el resultado final de la investigación y se abre ahora un periodo máximo de seis meses para la instrucción del expediente y para su resolución por la CNMC. Atresmedia y Media-

set disponen de un plazo de quince días para presentar alegaciones. Por otro lado, Atresmedia, a través de su dirección de Diversificación, y Fever han llegado a un acuerdo por el que la aplicación móvil de planes de ocio se incorpora al *portfollio* de empresas participadas por Atresmedia bajo un modelo de *Media for Equity*. Fever ha logrado generar más de 150.000 reservas mensuales y presencia en las principales ciudades españolas.



INSTITUCIONS RECONeixEMENTS



L'ajuntament de les Borges Blanques, al centre urbà.

Les Borges guanya el segell de transparència municipal

| LES BORGES BLANQUES | L'ajuntament de les Borges ha aconseguit aquesta setmana el segell de transparència Infoparticip@ que concedeix el Laboratori de Periodisme i Comunicació per a la Ciutadania Plural de la Universitat Autònoma de Barcelona. D'aquesta forma, el consistori de les Borges s'ha convertit en el primer de la comar-

ca de les Garrigues i un dels primers de Lleida a aprovar aquest test que li permet aparèixer en verd en el mapa de les bones pràctiques de la comunitat pública local de Catalunya. Les Borges havia sol·licitat ser examinat per aquest organisme ja que, segons l'alcalde, Enric Mir, "creiem que la ciutadania necessita fonts transparents".



EMPRESAS

El CAC valida l'entrada de Mediaset al canal 8TV

EL PERIÓDICO
BARCELONA

Tot just un dia després que la Comissió Nacional dels Mercats i Competència (CNMC) aprovés l'entrada de Mediaset en l'accionariat de 8TV, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ha fet el mateix: l'òrgan regulador català ha donat aquest dimecres el vistiplau perquè el grup propietari de Tele 5 i Cuatro compri el 40% de les accions de la tele autonòmica privada del Grupo Godó (editora del rotatiu *La Vanguardia*).

L'acord per aprovar aquesta entrada de Mediaset en 8TV s'ha pres per unanimitat de tots els membres del CAC.

Amb la compra del 40% de 8TV, el Grupo Godó podria començar a veure la llum, després d'anys de pèrdues econòmiques en la gestió del seu canal, que té poca incidència: des de començaments de maig, acumula una audiència mitjana del 3,3%.

La raó d'aquestes bones perspectives estarien en les sinergies amb el primer grup audiovisual d'Espanya: en la gestió dels espots de 8TV per part de Mediaset (que capta més del 40% de la publicitat del sector) i accedir a la seva producció audiovisual. Els dos pilars donarien un baló d'oxigen a 8TV, i li permetria sortir dels actuals números vermells. ≡



Las 'telecos' aportaron 185,2 millones a RTVE durante 2014

Agencias MADRID.

RTVE ha recaudado un total de 185,2 millones de euros en el año 2014 por tasas cobradas a operadores, según una resolución de la CNMC, que establece que con esta cantidad no se excede el límite máximo a recibir por la Corporación. En el texto, al que ha tenido acceso *Ep*, se divide la recaudación en tres apartados: las empresas de telecomunicaciones, las televisiones en abierto y las televisiones de pago. Cada una de ellas tiene un límite máximo de aportación, en función de los ingresos de RTVE, que ascendían a 949,7 millones de euros en el pasado ejercicio.

En el caso de las *telecos*, su aportación no podrá superar el 25 por ciento del total de ingresos previstos para cada año de RTVE. En 2014, estas empresas han aportado 109,8 millones de euros a la Corporación, cifra alejada de los 237,4 millones de euros de límite máximo establecido por ley.



Expediente a Antena 3, Cuatro y T-5 por exceso de publicidad

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ha abierto sendos expedientes a Antena 3, Telecinco y Cuatro por exceder la duración límite de la publicidad, marcada por la Ley General de Comunicación Audiovisual. Las infracciones (leves) de los operadores, que excedieron presuntamente el límite de los 12 minutos por hora natural, tuvieron lugar entre noviembre y diciembre de 2014, en el caso de Antena 3, y entre octubre y diciembre de 2014 en el caso de Mediaset.



FOTOGRAFIA

Exposició i conferència del fotògraf Pere Català i Pic al Museu de Valls

■ Valls commemorarà el centenari de l'arribada de Pere Català i Pic a Valls i dels seus inicis com a fotògraf amb l'exposició 'El Valls de Pere Català i Pic'. Com a acte d'inauguració d'aquest homenatge, el 27 de maig a les 20 h al Museu de Valls, Pablo Giori, Jep Martí i Jordi París oferiran una conferència sobre la vida del fotògraf, tot parlant de la fotografia catalana a principis del segle XX, els inicis professionals de Pere Català i la seva relació amb la Mancomunitat. -M. P.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Col·legi de Periodistes de Catalunya

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/05/15	L'article 12 del Codi Deontològic oblidat en campanya / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	30	1
21/05/15	El darrer debat electoral a Manresa evidencia que si calen pactes per governar no seran fàcils / Regio7	31	1
21/05/15	CiU i ERC s'ensenyen les dents en l'últim debat de campanya / ManresaInfo.cat	32	3
21/05/15	Només C's dóna suport a PxC en una plantada de candidats / ManresaInfo.cat	35	1
21/05/15	La dinamització del nucli antic i l'ampliació de l'hipermercat Carrefour centren el debat dels candidats a Manresa / La Vanguardia	36	1

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
21/05/15	Mediaset entra en el accionariado de 8TV / Infoperiodistas.info	38	1
21/05/15	El CAC també autoritza l'entrada de Mediaset a 8tv / Comunicació 21	39	1
21/05/15	Els periodistes castellans, contra el tractament informatiu fet per Cuní / NacioDigital.cat	40	1

Col·legi de Periodistes de Catalunya



Larticle 12 del Codi Deontològic oblidat en campanya

Jueves, 21 de mayo de 2015

Larticle 12 del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya diu textualment que cal actuar amb especial responsabilitat i rigor en el cas d'informacions o opinions amb continguts que puguin suscitar discriminacions per raons de sexe, raça, creences, extracció social i cultural i malaltia. I per tal de recordar-ho en els temps sempre complicats de la campanya electoral, el mateix Col·legi professional i la plataforma Diverscat van promoure un manifest titulat **NO** amb els nostres mitjans! on es podia llegir que els i les professionals dels mitjans de comunicació catalans ens comprometem a no convertir-nos en transmissors/es ni altaveus de discursos de lodi. El manifest, juntament amb les recomanacions per tal de evitar que si un candidat o representant d'un partit que promogui idees xenòfobes, racistes i discriminatòries, ha de ser entrevistat per un mitjà o participa en un debat, no permetre que se serveixi dels mitjans, i encara menys si aquests són públics, per fer propaganda basada en principis discriminatoris, xenòfobs o racistes; com ara posar en evidència els posicionaments polítics, les declaracions públiques, les campanyes i els actes discriminatoris, xenòfobs o racistes. Però ja amb la campanya electoral a punt d'acabar-se pot ben dir-se que ben pocs mitjans han seguit aquestes recomanacions de forma sistemàtica. El cas més evident és probablement la cobertura que ha rebut l'alcalde de Badalona i candidat del PP, Xavier García Albiol, qui s'ha convertit en l'exemple més paradigmàtic per ser qui més rèdits electorals ha aconseguit del seu discurs xenòfob. Però tot i la polèmica que va generar el seu lema Netejant Badalona és fàcil trobar anàlisis en els quals s'oblida tota la faceta xenòfoba del candidat, o perfils en què se'n justifica tot l'argumentari sense cap versió de les veus crítiques. A més, l'estratègia badalonina ha estat replicada per no pocs candidats del PP a l'àrea metropolitana, inclosa Barcelona, però la cobertura de la campanya ha normalitzat aquest discurs sense entrar a qüestionar-ne les dades falses o les omissions que conté, tal com recomana el Codi Deontològic. Tot i que la cobertura sobre Plataforma x Catalunya ha millorat respecte a anteriors comicis i cada cop més mitjans investiguen i denuncien alguns dels seus muntatges i falsificacions per estendre el discurs de lodi. Tot i així, des d'Unitat Contra el Feixisme i el Racisme, es denuncien casos en què es normalitzen les seves candidatures, fins i tot des de mitjans públics, com per exemple a Olot Televisió. Alguns dels arguments que permetrien desmuntar el discurs xenòfob d'alguns partits o candidats es poden trobar als informes de campanya que publica SOS Racisme sota el nom de Mistos electorals, on també es recullen exemples de bon periodisme en aquest camp.

El darrer debat electoral a Manresa evidencia que si calen pactes per governar no seran fàcils

Jueves, 21 de mayo de 2015

| MANRESA Debat amb males vibracions el que hi va haver, ahir a la nit, al teatre Conservatori de Manresa. Era el darrer amb els candidats a Manresa. Si va servir per a alguna cosa va ser per demostrar la poca sintonia que hi ha entre les candidatures que es presenten, especialment entre Valentí Junyent (CiU) i Pere Culell (ERC), que van protagonitzar un cos a cos verbal molt agre; entre Dídac Escolà (Democràcia Municipal-Podem) i Lluís Cano (ICV), i entre Ciutadans i tots els altres. Un cop shagin celebrat les eleccions diumenge, si calen pactes per governar no seran gens fàcils de cuinar. A lescenari no hi va seure lalcaldable de PxC, Sebastià Llorc. El del PSC, Felip González, va exposar només arribar que, si Llorc es quedava, ell marxaria. La resta de candidats presents aleshores ho van acceptar, llevat dAntonio Espinosa, candidat de Ciutadans, que va arribar més tard i que va expressar que a ell ja li estava bé que el candidat del partit xenòfob participés en lacte, que va aplegar més dun centenar de persones, i que van conduir Gonçal Mazcuñán, president de la demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes; i Marc Marcè, director de Regió7, que lorganitzaven

CiU i ERC s'ensenyen les dents en l'últim debat de campanya

Jueves, 21 de mayo de 2015

La mesa amb els nou candidats i els dos moderadors. Foto: Pere Fontanals Feia massa temps que durava, i tot i que només s'havia vist en detalls. Entre Valentí Junyent (CiU) i Pere Culell (ERC) no hi ha "química", segons entén el republicà. "El problema és que vostès han demostrat no tenir sentit de ciutat", és la versió del nacionalista. "No com sí que han tingut en moments puntuals del mandat el PSC, PP o la CUP", ha sentenciat. L'últim debat de la campanya, que aquest dimecres organitzaven el Col·legi de Periodistes i Regió7, no s'ha animat fins a l'equador quan s'ha obert a les interpel·lacions entre candidats. Abans, les preguntes que s'han fet des de l'organització, o les respostes que han ofert els candidats, no han aportat pràcticament res que no s'hagi repetit en campanya. Capítol apart mereix la plantada que ha proposat Felip González (PSC) contra la presència de PxC en el debat, que ha tingut el recolzament de tothom, menys de Ciutadans. CiU i ERC i l'ironia de l'enfrontament A diferència d'altres debats anteriors en que es veia a l'alcalde amb cara d'enfadat, aquest dimecres el candidat convergent ha tirat d'ironia en l'enfrontament dur, malgrat els somriures que feien tots dos, que ha mantingut amb el republicà Culell. Junyent ha retret a Culell que durant tot el mandat "no han tingut esperit d'ajut al govern i només ho han fet veure quan savien que teníem el suport d'altres grups per no quedar-se apartats", fins i tot ha assegurat que en algunes coses "han dit una cosa i s'han desdit al cap de 48 hores". Un altre moment en que s'han ensenyat les dents ha estat quan Culell ha afirmat que "amb els 3 milions que la Generalitat deu a Forum es podria arreglar la seva situació", que Junyent ha replicat assegurant que "amb aquests 3 milions no es cobreixen els balanços" de l'empresa municipal. La darrera enganxada, a banda de petits dards en altres moments del debat, ha estat quan s'ha parlat del deute que tenia l'Ajuntament quan el va deixar Sancliments el 1994 i el que va deixar el tripartit el 2011. Sabedor que aquest punt sortiria en el debat, Junyent ha acusat Culell de "mentir" i ha ensenyat una xuleta que deia que el deute de 1994 era de 6 milions (74%), i a 211 era de 9 milions (118%). "I si algú té algun dubte pot pujar el senyor Sala a explicar-ho", ha amenaçat l'alcalde referint-se a l'actual regidor d'Hisenda. ICV i CUP, l'altra enganxada En els altres punts del debat també ha tingut la seva salsa l'enfrontament de Lluís Cano (ICV) contra Jordi Masdeu (CUP) respecte a la feina que ha fet Forum. Cano ha defensat la seva funció durant tots els anys abans de la crisi i Masdeu ha assegurat que la feina feta per Forum ha estat "dolenta", i que només cal passat pel "Barri Antic per corroborar-ho". En aquest punt l'ecosocialista l'ha titllat d'incoherent per voler municipalitzar empreses i "en canvi criticar Forum", al que l'independentista ha respost que Forum es va enfonsar durant la crisi perquè "va jugar a ser una immobiliària quan el que hauria d'haver fet és rehabilitar habitatges". Manresa 2022 Jordi Masdeu, creu que el projecte 2022 és una oportunitat "molt important" per a la ciutat però que "és un error plantejar-lo com una projecte de turisme religiós" ja que, segons ell, "limitaria molt la projecció de Manresa". El candidat de CiU i actual alcalde, Valentí Junyent, ha replicat a Masdeu dient

que "mai hem parlat de turisme religiós" i ha manifestat que el projecte té l'objectiu de "deixar la ciutat en millors condicions" explotant el seu potencial turístic sense que aquest sigui exclusivament religiós. Municipalitzar concessions El punt fort del programa electoral de la CUP, la municipalització de concessions, sembla que va prenent adeptes entre els altres candidats. El candidat Felip González proposa dues auditories per "agilitzar tràmits i veure quin tipus de concessions es poden municipalitzar", mentre que Pere Culell està d'acord en que "s'hauria de municipalitzar una sèrie de serveis" però que s'ha de veure si "és més econòmic". D'altra banda Jordi Masdéu "no entén els dubtes" quan es parla de municipalitzar altres serveis quan, segons ell, Aigües de Manresa "demostra que és factible". El candidat del PSC, Felip González, davant la concessió de la zona blava ha manifestat que "els parquímetres han de ser cars per aconseguir un mobilitat efectiva" i que "la única solució és la T10 per reduir els cotxes que actualment té la ciutat". L'1x1 del debat dels candidats, per Carles Claret Cano, Lluís (ICV). NOSTÀLGIC . En mirar pel retrovisor, va pensar en veu alta: "en quatre anys, el seu partit no ha estat capaç d'aglutinar cap més sigla". Va recordar amb enyorança el viver d'empreses de la carretera de Cardona i la bona obra de Forum al centre històric. Molts li van recordar que els temps han canviat i això el va fer despertar de cop del seu idíl·lic somni ecosocialista. Els primers badalls després de la becaina van tenir força mala llet: especialment contra Junyent i Masdeu. Culell, Pere (ERC). CRÍTIC . Va començar amb l'autoflagel·lació: els polítics no en sabeu prou i s'ha de fer participar la gent i el centre històric és la nostra identitat però aviat no hi viurà ningú. Acte seguit, va posar-se els guants de boxa i, robant estones de micròfon a uns i altres, va etzibar alguns castanyots a Junyent amb qui va acabar admetent que no hi ha química. Li va faltar temps per matisar-ho tot i fer-se a sobre el programa. Després d'un primer debat en què competia tocat físicament, com el Barça, acaba la campanya en plena forma. Escolà, Dídac (Democràcia Municipal). RADICAL . Amb un accent nord-occidental exòtic a les nostres contrades, va pitjar el botó vermell de l'emergència social a Manresa i va condemnar la caritat cristiana d'ajuda als pobres per imposar la solidaritat i la justícia social en els barris perifèrics. Se li va recriminar que el seu programa era massa generalista, poc centrat en Manresa i no se citava en cap moment el Barri Antic. Precís i contundent en les intervencions, va acusar la manca d'arrelament i el coneixement rigorós de bona part de la ciutat. Propostes coherents, però GPS mal calibrat. Espinosa, Antonio (C's). FATXENDA . En la primera intervenció, i sense que ningú li ho demanés, ja va dir que s'asseurien al Ple sense baixar de l'autocar. És ben probable per la conjuntura, però no cal treure tant pit. Especialment, perquè, en pràcticament dues hores de debat, no va posar sobre la taula ni una sola proposta de futur per a Manresa. Diu que fa un any que treballen idees per a la ciutat. Amb preguntes generals i d'àmbit extramanresà, els moderadors li van posar fàcil perquè no n'hagués de citar ni una. González, Felip (PSC). NOTARI . Moderador encobert (potser pel seu jo periodista) i posseïdor d'un sentit comú sempre necessari, es va dedicar, essencialment, a protegir l'obra del tripartit (per ell govern de progrés) encetada pel seu amic Jordi Valls i dilapidada per un tal Camprubí ("de cuyo nombre no querría acordarse"). Vol que al nucli històric s'hi vagi a passejar agradablement i, de passada, s'hi compri alguna cosa en comptes d'anar al Carrefour. Canvia la T-10 de transport públic per un centre col·lapsat de vehicles. De fet, l'home fa temps que no treu el seu del garatge. Hernández, Rosa Maria (Millor Manresa).

Audiencia: 161.219

Ranking: 6

VPE: 1.494

Página: 3

Tipología: online

PERDUDA . Fa patir. No porta bé això del cos a cos amb la resta de partits i, sobretot, les preguntes sobtades que requereixen un posicionament ràpid. Dos titulars no massa impactants: hi ha gent que regira els contenidors i la ciutat ha viscut d'esquena al riu i hi podríem fer un parc amb pícnic i tot. Duia preparada una pregunta sobre el pàrquing de la Via de Sant Ignasi que se sostenia sobre els criteris d'un l'excalde socialista però s'adreçava al candidat d'ERC. Potser per marcar distàncies amb la llista que encapçala Culell. Junyent, Valentí (CiU). ACOMPLEXAT . Sort que s'acaba la campanya i diumenge ja es vota. S'ha erigit (de vegades autoinduidament) en l'aneguet lleig del debat polític. Al Conservatori, va sofrir i es va sentir engabiat. Tant, que fins i tot va fer algun cop de bec per de

Només C's dóna suport a PxC en una plantada de candidats

Jueves, 21 de mayo de 2015

Felip González, de cara, i amb Llord a la seva esquerra, parla amb Espinosa, abans de començar l'últim debat. Foto: Pere Fontanals

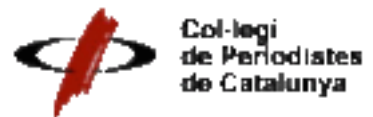
A última hora, ja gairebé en temps de començar l'últim debat de la campanya a Manresa, i amb el cap de llista de PxC, Sebastià Llord, present, Felip González ha fet saber als organitzadors i als altres candidats, que no participaria a l'acte amb la presència de Llord en el debat. Aquesta prèvia, s'ha viscut discretament, sense que ningú no aixequés la veu, però a dalt de l'escenari a vistes de la setantena de persones que hi havia entre el públic. La resta de caps de llista han recollit el guant socialista i s'hi han adherit, excepte el de Ciutadans, Antonio Espinosa, que amb el posat nerviós que va essent habitual en ell durant tota la campanya, no parava de gesticular i de negar amb el cap. Els organitzadors de l'últim debat de la campanya, el Col·legi de Periodistes i Regió7, només han indicat que ells acatarien el que decidís la majoria. Mentre parlaven en grup, Felip González exposava als altres partits que "porto tota la campanya compartint debats amb una persona que dóna lliçons sobre l'ordenança de civisme o la C-55, i paral·lelament contamina la ciutadania enviant propaganda que fomenta el racisme amb xifres falses i altres trampes". A l'inici del debat, el president de la Delegació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, Gonçal Mazcuñán, ha informat al públic de la decisió presa pels candidats i el motiu de perquè no hi havia el candidat de PxC, i després d'estar-se una bona estona aixecant i baixant el dit, el cap de llista de Ciutadans, Antonio Espinosa, ha pres la paraula per dir que ell no estava d'acord amb la plantada contra PxC "perquè és la ciutadania qui l'hauria d'apartar amb el seu vot, i no pas quatre candidats".

La dinamització del nucli antic i l'ampliació de l'hipermercat Carrefour centren el debat dels candidats a Manresa

Jueves, 21 de mayo de 2015

El PSC ha proposat excloure l'alcalde de PxC de l'acte i ha rebut el suport de tots els partits menys Ciutadans. El debat ha començat amb l'explicació del motiu de l'exclusió del candidat de PxC, segons els organitzadors s'ha apartat de la taula "pel seu discurs xenòfob". A partir d'aquest moment l'acte, que s'ha celebrat al Teatre Conservatori de Manresa sota l'organització del diari Regió7 i la Demarcació Catalunya Central del Col·legi de Periodistes, s'ha desenvolupat sense incidents. Un dels temes que s'ha compartit entre les nou candidatures presents, és la revitalització del nucli antic. El candidat del PSC, Felip González, creu que "tot i que la situació econòmica no acompanya per obrir noves botigues" s'ha de fer "més atractiu perquè el passeig sigui agradable i inciti a la compra". Pere Culell, candidat d'ERC, creu que el projecte Manresa 2022 "s'ha de saber aprofitar". Culell pensa que s'ha de fer un pla de rehabilitació amb una sèrie d'accions com "potenciar la rehabilitació integral amb convenis entre propietaris" o afavorir que persones joves s'instal·lin al barri amb un lloguer social per "afavorir l'activitat comercial". Al seu torn, Jordi Masdéu (CUP), ha manifestat que l'empresa municipal Fòrum "ha fet una mala gestió" al nucli antic i que "no ha rehabilitat el que caldria". D'altra banda, Lluís Cano (ICV) i Felip González (PSC) creuen que "ha fet bona feina" i que el barri antic sense Fòrum "estaria molt pitjor". Manresa 2022 Jordi Masdéu (CUP), creu que el projecte 2022 és una oportunitat "molt important" per a la ciutat però que "és un error plantejar-lo com un projecte de turisme religiós" ja que, segons ell, "limitaria molt la projecció de Manresa". El candidat de CiU i actual alcalde, Valentí Junyent, ha replicat a Masdéu dient que "mai hem parlat de turisme religiós" i ha manifestat que el projecte té l'objectiu de "deixar la ciutat en millors condicions" explotant el seu potencial turístic sense que aquest sigui exclusivament religiós. Municipalitzar concessions El candidat Felip González proposa dues auditories per "agilitzar tràmits i veure quin tipus de concessions es poden municipalitzar", mentre que Pere Culell (ERC) està d'acord en que "s'hauria de municipalitzar una sèrie de serveis" però que s'ha de veure si "és més econòmic". D'altra banda Jordi Masdéu (CUP) "no entén els dubtes" quan es parla de municipalitzar altres serveis quan, segons ell, Aigües de Manresa "demostra que és factible". El candidat del PSC, Felip González, davant la concessió de la zona blava ha manifestat que "els parquímetres han de ser cars per aconseguir un mobilitat efectiva" i que "la única solució és la T10 per reduir els cotxes que actualment té la ciutat".

Periodisme i Mitjans de comunicació



Audiencia: 2.095

Ranking: 4

VPE: 5

Página: 1

Tipología: online

Mediaset entra en el accionariado de 8TV

Jueves, 21 de mayo de 2015

José Cuní y Alfonso Arús Grupo Godó y Mediaset España han anunciado un acuerdo donde Mediaset pasa a tener un 40% del capital de la sociedad Emissions Digital de Catalunya SA que gestiona un multiplex con cobertura en todo el territorio catalán, con capacidad para emitir cuatro canales de televisión, entre los cuales destaca el canal generalista 8tv, según confirma el grupo Godó. La operación ha sido aprobada por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y también tiene el visto bueno del el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). 8tv emite una programación generalista y bilingüe, que se estructura en tres ejes básicos: la actualidad, la información y el entretenimiento. En producción propia, sus dos pilares son Arucitys y 8aldia, conducidos y dirigidos por Alfons Arús y Josep Cuní, respectivamente, a lo que se suma la ficción, con series y películas en la franja de prime time. La cadena también quiere ampliar su oferta de contenidos al público catalán. La publicidad de 8tv, hasta el momento gestionada por la exclusivista Publipress Media, también pasa a Mediaset. El grupo de comunicación opera en la actualidad con 6 canales en abierto (Telecinco, Cuatro, Divinity, Energy, Boing y FDF).

Audiencia: 4.400

Ranking: 4

VPE: 22

Página: 1

Tipología: online

El CAC també autoritza l'entrada de Mediaset a 8tv

Jueves, 21 de mayo de 2015

Redacció | Actualitzat el 21/05/2015 a les 8:26h El ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va autoritzar aquest dimecres per unanimitat que Mediaset adquireixi el 40% d'Emissions Digitals de Catalunya, editora de 8tv . La aprovació va arribar un parell de dies després del vistiplau de la Comissió Nacional dels Mercats i la competència . Així doncs, el grup propietari de Telecinco i Cuatro ja té via lliure per incorporar-se en l'accionariat d'EDC, on a banda del control comercial tindrà capacitat de gestió sobre 8tv. Amb l'operació, Godó busca incrementar els ingressos publicitaris de la seva divisió televisiva (que ha perdut 20 milions d'euros en cinc anys), però també la incorporació de nous continguts d'entreteniment per omplir els dèficits de la graella més enllà de 8 al dia i Arucity's , i millorar així les audiències. Per la seva part, Mediaset persegueix ampliar el camp d'acció i enfortir la seva posició en el mercat català, un territori on la seva presència no té tan de pes com a la resta de l'Estat. En canvi, per a TV3 l'aliança suposa un nou perill per a la seva estabilitat, ja que, en un moment de recuperació dels ingressos publicitaris, s'haurà de confrontar a una nova oferta comercial amb preus a la baixa i a uns continguts televisius més competitius. Les converses entre Mediaset i Godó es van iniciar després que l'editora de 8tv es quedés a les portes de gestionar els espais publicitaris de Televisió de Catalunya, arran de la marxa enrere de la cadena pública en el procés de dexternalització obert. [Escriure un comentari](#)

Els periodistes castellers, contra el tractament informatiu fet per Cuní

Jueves, 21 de mayo de 2015

El Secretariat Nacional l'escull a la reunió de Cardona per davant de Liz Castro, la més votada pels socis de l'Assemblea