



10/07/2015

RECU LL DE PREMSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso

INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

32



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
10/07/15	ALI LMRABET: «SOY UN 'SIN PAPELES' EN MI PROPIO PAÍS» / El Mundo	6	1
10/07/15	UN PERIODISTA EN HUELGA DE HAMBRE PARA ABRIR UN DIARIO / El País	7	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
10/07/15	FOTOGRAFIA SENSE LÍMITS. Europa crearà una llei d'autor que s'adapti a la nova era digital / Segre	9	1
10/07/15	¿LOS FAMOSOS PUEDEN SALIR DE GOOGLE? / El Economista -Iuris & Lex	10	1
10/07/15	ELS NOUS CONTES DE LA CERVESA / La Vanguardia.cat	11	2
10/07/15	LAS ELECCIONES 'RESINTONIZAN' LA RADIOTELEVISIÓN AUTONÓMICA / El Mundo (Ed. Catalunya)	13	2
10/07/15	Guatque! per Gerard Martínez Minguell / Se7accents	15	1
10/07/15	JOSÉ ANTICH BUSCA FINANÇAMENT PER A UN NOU DIGITAL CATALANISTA / Ara	16	1
10/07/15	NETFLIX PREPARA SU DESEMBARCO COMO GRAN ALTERNATIVA DE PAGO / Abc	17	1
10/07/15	TV-3 Y SU COFRADÍA, POR ALBERT CHILLÓN / El País (Catalunya)	18	1
10/07/15	«LA INFORMACIÓN ESTÁ EN LA CALLE» / El Mundo	19	1
10/07/15	LAS PÁGINAS WEB MULTIMEDIA NO SON SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL / El Economista -Iuris & Lex	20	1
10/07/15	QUINA TELE DIEU QUE US REPRESENTA?, PER MÒNICA PLANAS / Ara	21	1
10/07/15	MENOSPRECIO / Diari de Terrassa	22	1
10/07/15	Comença l'operació Cobra contra Pablo Iglesias / Ara	23	1
10/07/15	CARRO GANA PESO EN LA ESTRUCTURA MUNDIAL DE BERTELSMANN / Cinco días	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
10/07/15	BERTELSMANN INCORPORA A CARRO A SU COMITÉ MUNDIAL / El Mundo (Ed. Catalunya)	25	1
10/07/15	C'S PIDE QUE LAS ACADEMIAS DE TV ELIJAN EL CONSEJO DE TELEMADRID / El Economista	26	1
10/07/15	ELS REIS, NOVES ESTRELLES DE LA CONSTEL·LACIÓ DE TELECINCO / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	27	2
10/07/15	RTVE PREVEU UN INCREMENT DE 50 MILIONS D'EUROS EN LES APORTACIONS DE L'ESTAT / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	29	1
10/07/15	VODAFONE PREMIA A EXPANSIÓN / Expansión	30	1
10/07/15	TV DE PAGAMENT TELEFÓNICA UNIFCA CANAL+ I MOVISTAR TV / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	31	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





ALI
LMRABET

PERIODISTA MARROQUÍ Y PREMIO
COLUMNISTAS DEL MUNDO

«Soy un 'sin papeles' en mi propio país»

FÁTIMA RUIZ MADRID

El 24 de junio caducaba su pasaporte. Ese día Ali Lmrabet (Tetuán, 1959) plantó su tienda bajo los árboles frente a la sede de la ONU en Ginebra y se puso en huelga de hambre. El periodista, una de las voces más críticas con el régimen de Mohamed VI, reclama así que Marruecos le devuelva su identidad. Y con ella su profesión: pasaporte y DNI son los *salvoconductos* para volver a ejercer en su país, ahora que ha caducado la inhabilitación por 10 años que el Gobierno le impuso en 2005. No renovarlos, denuncia, es amordazarle. «Me he convertido en un paria, una *sin papeles* en mi propio país», advierte Lmrabet, premio *Columnistas del Mundo* 2003, año en que fue condenado a prisión por ultrajar al rey y exiliado en Europa hasta 2011.

Pregunta.— ¿Hasta dónde está llevando su huelga de hambre?

Respuesta.— Desde hace 15 días sólo tomo agua con azúcar y un poco de té. Y de vez en cuando algo de bicarbonato y sal.

P.— Usted dice que el Gobierno se niega a renovar los documentos de identidad. ¿Por qué?

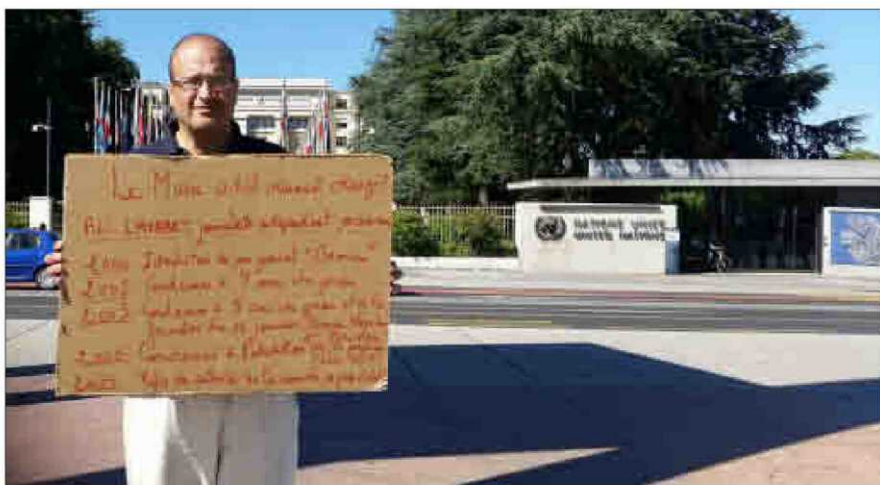
R.— El pasado 11 de abril terminó mi condena a 10 años de inhabilitación. Ese día, durante un acto de homenaje, anuncié que iba a volver al periodismo y a reabrir las revistas satíricas que el Gobierno me cerró [*Demain Magazine* y *Duman*]. A partir de ahí todo han sido trabas. Ahora me niegan el certificado de residencia en mi ciudad, Tetuán.

P.— ¿Qué argumentos le han dado para denegarles ese papel?

R.— Que no vivo en la dirección que figura. Pero tengo 21 pruebas que lo acreditan. De hecho me llegaron a dar el certificado en la comisaría de mi barrio, pero al día siguiente el comisario volvió a llamarme para que lo devolviera. Entonces fui con mi abogado y un perito judicial para que levantara acta de la devolución. El propio comisario me dijo que había recibido presiones desde arriba para que me retirara el documento.

P.— ¿Por qué fue inhabilitado?

R.— En 2005 me condenaron por declarar en una entrevista al diario *Al Mustaqbil* que los saharauis de Tinduf eran refugiados y no *secuestrados* por el Frente Polisario como sostiene Marruecos. Yo no me inventé



EL MUNDO

esa calificación, procede de la propia ONU. Son refugiados. Entonces el Ministerio de Interior creó una asociación para que interpusiera una denuncia contra mí.

P.— Volvió a su país en 2011 tras un exilio de siete años en Barcelona. ¿Cree que la censura ha aumentado?

R.— Por supuesto, ahora hay incluso más censura que antes en Marruecos. Mi caricaturista, Khalid Gueddar, acaba de ser condenado a tres meses de cárcel por una denuncia que se archivó en 2012 y ahora se ha reabierto porque él iba a ser mi sustituto al frente de mis revistas.

P.— ¿Quién está detrás de la persecución que denuncia?

R.— No puedo acusar al rey de estar directamente detrás de ella, pero

lo cierto es que el Ministerio de Interior y los servicios secretos funcionan con su conocimiento. El resultado es que fui el primer periodista de la historia de mi país inhabilitado 10 años y ahora soy el primero indocumentado en mi propio país.

P.— Mohamed VI lanzó una reforma constitucional en 2011 que apagó un amago de Primavera Árabe al estilo de otras que barrieron varios gobiernos en la región...

R.— La nueva Constitución no ha cambiado nada. En el país existe la misma represión y se sigue torturando, como prueba un informe de Amnistía Internacional que documenta 173 casos de tortura.

P.— Pero lo cierto es que las reformas atajaron las protestas...

R.— La Primavera fracasó en Marruecos porque Francia la abortó. Ahora Marruecos intenta proyectar una imagen de cambio. El país tiene una fachada limpia, pero al entrar en el interior el edificio sigue igual.

P.— La única de las Primaveras Árabes que trajo la democracia, Túnez, está contra las cuerdas por el terror islamista. ¿También corre el riesgo de fracasar este experimento?

R.— Claro que no. Túnez ha protagonizado una revolución, que no puede normalizarse en un año. El Estado es débil ahora y los grupos salafistas aprovechan esa debilidad. En casos como Libia, el resultado hubiera sido distinto si a Gadafi lo hubiera derrocado el pueblo y no una coalición internacional.



CONVERSACIÓN GLOBAL Francisco Peregil | Rabat

Un periodista en huelga de hambre para abrir un diario

Alí Lmrabet exige al Gobierno marroquí un certificado necesario para crear un medio

El periodista marroquí Alí Lmrabet, de 55 años, se encuentra en huelga de hambre desde el 24 de junio frente a la sede del Consejo de Derechos Humanos de la ONU, en Ginebra. Tras cumplir una condena que le impedía ejercer su profesión durante 10 años en Marruecos, Lmrabet pretende publicar en

su país un semanario satírico en árabe. Pero antes de fundarlo necesita renovar su pasaporte y tarjeta de residencia, cosa que desde el 20 de abril ha intentado sin éxito ante las autoridades de Tetuán, la ciudad donde nació.

Lmrabet posa estos días ante la prensa internacional en

Ginebra con un cartón donde ha escrito a mano: “¿Marruecos ha cambiado realmente? Alí Lmrabet, periodista independiente marroquí: 2000: prohibición de su diario *Demain* / 2001: condena a cuatro meses de prisión / 2003: condena a cuatro años de prisión y al cierre de sus diarios *Demain Magazine* y *Douman* / 2005: condenado a no ejercer su profesión (2005-2015) / 2015: rechazo de las autoridades de otorgarle sus documentos de identidad”.

La prohibición de ejercer el periodismo durante 10 años le fue impuesta tras declarar que los saharauis de Tinduf “son refugiados y no secuestrados, como dice el Gobierno marroquí”. Lmrabet se considera ahora un “sin papeles” dentro de su país y ha elegido

para su protesta la sede de la ONU en Ginebra porque considera que esa es “la última muralla que le queda al ciudadano para defenderse contra las derivas arbitrarias de sus Gobiernos”. Por su parte, el embajador de Marruecos en Ginebra, Mohamed Auyar, indicó el lunes 6 de julio a la agencia oficial MAP que no hay ninguna decisión judicial ni administrativa que prive a Lmrabet de sus documentos de identidad. El ministro calificó la situación de Lmrabet como un mero “litigio administrativo” sobre su certificado de residencia. Mientras tanto, más de 250 personas han firmado un manifiesto para exigir que “se ponga fin al acoso político continuo al que se ve sometido por parte de las autoridades marroquíes”.

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ



**Col·legi
de Periodistes
de Catalunya**



PATRIMONI LEGISLACIÓ

Fotografia sense límits

El Parlament Europeu tomba una esmena que pretenia fer pagar per difondre imatges de monuments || Intens debat a les xarxes sobre si cal harmonitzar els drets d'autor

S.D./J.L./AGÈNCIES

ESTRASBURG | El ple del Parlament Europeu va votar ahir en contra d'una esmena que pretenia limitar el que es coneix com a llibertat de panorama, és a dir, el dret a fotografiar monuments o obres d'art en espais públics i difondre-les lliurement. Una vistosa campanya a internet i a les xarxes socials, amb paisatges urbans i edificis emblemàtics eliminats virtualment, alertava aquesta setmana que l'esmena, impulsada per l'eurodiputat francès Jean-Marie Cavada, posava en perill la llibertat de panorama a favor dels drets d'autor.

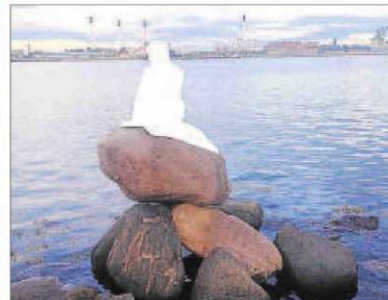
Així, l'esmena pretenia que s'hagués de pagar per fer un "ús comercial" d'aquestes imatges o demanar una autorització expressa a l'autor de la propietat intel·lectual. En aquest sentit, significava que l'enciclopèdia lliure Viquipèdia havia d'eliminar milers de fotografies, a tall d'exemple.

El que no aclaria el terme "ús comercial" era què passava amb les imatges que milers d'usuaris pengen cada dia a les xarxes socials com Facebook o Twitter.

"Seria un despropòsit, una cosa totalment fora de lloc, cobrar per difondre aquestes fotografies, ja que la llei de propietat intel·lectual no protegeix les obres arquitectòniques a l'espai públic", va afirmar ahir l'advocat lleidatà especialista en internet Ramon Arnó.

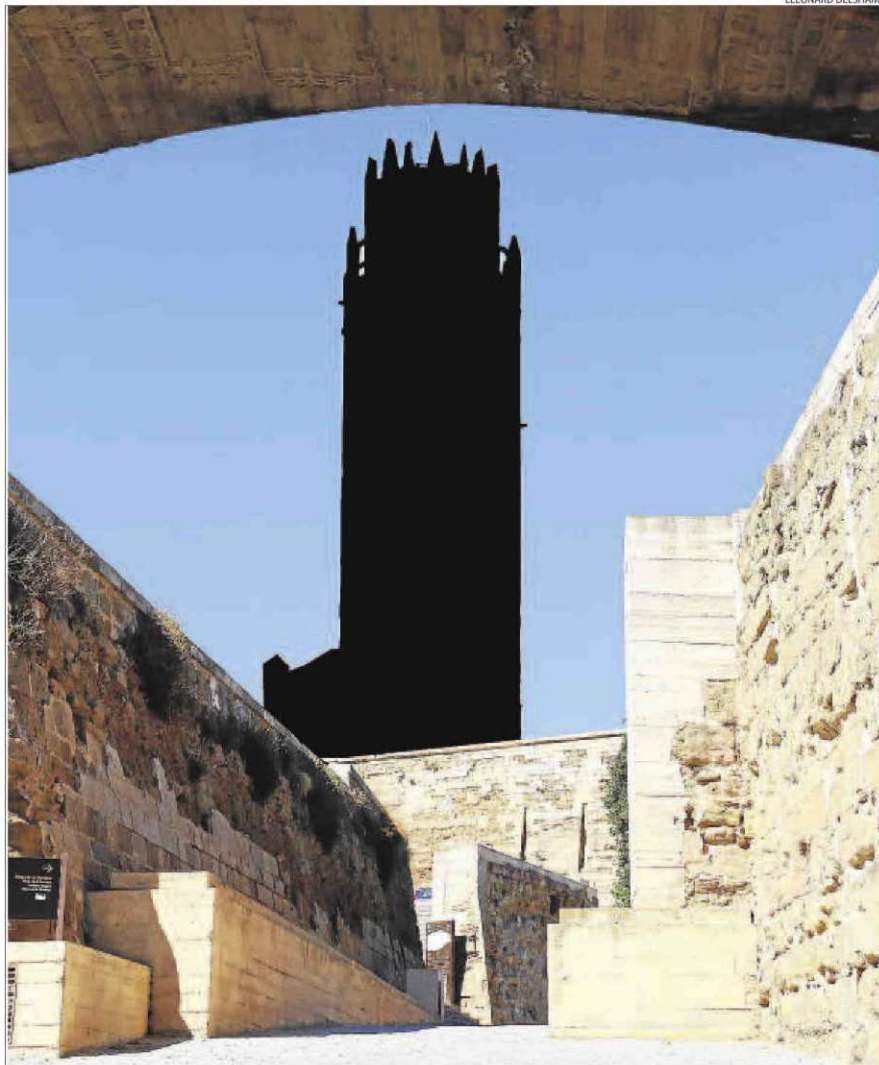
La reacció a la xarxa no es va fer esperar, amb una campanya que va inundar de correus electrònics els eurodiputats i també a través de la plataforma Change.org, que va recollir 536.000 firmes de ciutadans europeus. Els usuaris demanaven que es respectés la llibertat de fer fotografies en espais públics i que s'eliminés la prohibició que ja apliquen països com França, Bèlgica, Luxemburg o Grècia. Així, hi ha certes restriccions per fotografiar de nit la Torre Eiffel, quan està il·luminada, o l'Atomium de Brussel·les.

El pròxim hivern, el Parlament europeu debatrà la normativa per harmonitzar els drets d'autor a tota la Comunitat Europea. Serà llavors quan es reobrirà el debat. En joc hi ha el treball de fotoperiodistes, editorials i tot el que tingui a veure amb la difusió del coneixement a través de la xarxa.



La protesta a la xarxa. La ciutat de les Arts de València, el London Eye de Londres i la sireneta de Copenhaguen, 'eliminats' virtualment.

LEONARD DELSHAMS



El cas de la Seu Vella ■ La icona per excel·lència de Lleida està lliure de restriccions a l'hora de fotografiar els exteriors, ja que el monument no té una marca registrada. Tanmateix, sí que es cobra una taxa per fotografiar espais interiors sempre que sigui amb finalitats lucratives. Per exemple, si un professional fotografia una parella de nuvis a l'interior del temple, haurà d'abonar una taxa pel temps que ocupa l'espai.

Europa crearà una llei d'autor que s'adapti a la nova era digital

■ Encara que ahir el Parlament Europeu va votar en contra de la llibertat de panorama, sí que es va anunciar que la Comissió Europea farà, a finals d'any, una proposta per modernitzar les lleis europees sobre drets d'autor, conegudes com a lleis de *copyright*, i adaptar-les a la nova era digital. La legislació espanyola actual no contempla específicament cap normativa per a les xarxes socials, amb la qual cosa les fotos que s'hi pengen estan subjectes a la llei de Propietat Intel·lectual convencional. Tanmateix, sí que existeixen dos categories diferents de fotografies: les obres fotogràfiques i les *meres* fotografies. Les primeres estan subjectes a drets d'autor, drets que tenen una durada de tota la vida de l'autor més 70 anys. Les *meres* fotografies en canvi només estan protegides durant 25 anys des que van ser preses. La diferència entre les dos és que en les obres fotogràfiques intervé la capacitat intel·lectual de l'autor, mentre que les segones són imatges que qualsevol podria prendre, amb la qual cosa inclouria les fotografies de monuments. Aquesta distinció, segons alguns juristes, no té cabuda en la nova era digital, en la qual és molt difícil diferenciar l'art del que no ho és.



¿Los famosos pueden salir de Google?

POR LUIS GERVÁS DE LA PISA Abogado de 'www.salirdeinternet.com', Coordinador del 'Código de Derecho al Olvido' del BOE

No toda información referida a una persona pública puede ser objeto de divulgación o tratamiento incorrecto

La Audiencia Provincial de Madrid reconoce el 'derecho al olvido': "Todos pueden prohibir la injerencia en su intimidad"

Puede que la Sentencia más conocida sobre 'derecho al olvido' sea la del 'caso Costeja'. En este artículo se comentará ese asunto desde una perspectiva que, a mi juicio, se está ignorando: el 'caso Costeja' confirma que la relevancia pública del afectado no ha sido impedimento para retirar sus datos de internet. Conviene recordar brevemente en qué ha consistido el llamado 'caso Costeja': un perito calígrafo se enfrentó a Google en el año 2010 por haber difundido sus datos, publicados, previamente, en un medio de comunicación en 1998. En diciembre de 2014, la Audiencia Nacional dio la razón al interesado en un pleito en el que se requirió el parecer del TJUE.

Puede que la sentencia más conocida sobre *derecho al olvido* sea la del caso Costeja. En este artículo se comentará ese asunto desde una perspectiva que, a mi juicio, se está ignorando: el caso Costeja confirma que la relevancia pública del afectado no ha sido impedimento para retirar sus datos de internet. Conviene recordar brevemente en qué ha consistido el llamado caso Costeja: un perito calígrafo se enfrentó a Google en el año 2010 por haber difundido sus datos, publicados, previamente, en un medio de comunicación en 1998.

En diciembre de 2014, la Audiencia Nacional dio la razón al interesado en un pleito en el que se requirió el parecer del Tribunal de Justicia de la Unión Europea. La identidad del litigante apareció en multitud de medios -antes y después de la sentencia-. El llamado caso Costeja tiene una importancia fundamental, no ya para las personas anónimas -a las que se concede con gran facilidad el *derecho al olvido*-, sino para las personas de cierta relevancia pública.

Veamos. Cualquiera que busque en Google los términos Mario Costeja encontrará 42.400 resultados. Gran parte de ellos son informaciones periodísticas que han presentado su caso como lo que era su lucha: una batalla de David contra Goliat. Sin embargo, otras apariciones -anteriores a la sentencia de la Audiencia Nacional que le dio la razón-, son entrevistas del propio afectado, hablando de los datos que él mismo exigía que Google eliminase.

La Audiencia Nacional ha dado la razón a Mario Costeja, sin que se hayan cuestionado los actos propios del interesado, la posibilidad de que existiese un abuso de derecho o el carácter público actual del reclamante.

Desde *Salirdeinternet.com* mantenemos que no toda información referida a una persona pública puede ser objeto de divulgación o tratamiento incorrecto, como se desprende de algunas Resoluciones de la Agencia de Protección de Datos, confirmadas por la Audiencia Nacional. Al margen de las mismas, citamos los siguientes casos:

La Sentencia de la Audiencia Nacional, de 1 de octubre de 2008 -referida a una famosa internacional cuya imagen se distorsionó en una revista-, mostró el criterio favorable de la Audiencia a aplicar la normativa de protección de datos a un personaje público, por tratarse estos datos de forma incorrecta.

La Sentencia de la Audiencia Nacional, de 18 de marzo de 2009, afirmó, respecto a la divulgación de los datos fiscales de un político español, que "supone una infracción de la ley de protección de datos". Se dice en la sentencia: "La parte recurrente se limita a insistir en que la publicación de la documentación a que se refiere su denuncia supone una infracción de la ley de protección de datos, pero olvida que la razón por la que se archivó su denuncia no es por que tal cosa no



GETTY

fuera cierta -que sí lo es- sino en base, exclusivamente, a que no ha sido posible identificar al autor de dicha infracción de la LOPD".

La Sentencia de la Audiencia Nacional, de 10 de febrero de 2010, no eximió de responsabilidad a una administración por la divulgación de datos personales en un Boletín Oficial, a pesar de que estos habían sido publicados previamente por los medios de comunicación. Afirmó la Audiencia que el hecho de que los medios de comunicación se hicieran eco de los hechos por los que fue condenado penalmente el reclamante, "no priva a los datos en cuestión de su condición de datos de carácter personal".

La Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid 1242/2015, reconoce el *derecho al olvido* de una persona -vía derecho a la intimidad e imagen- sobre un reportaje publicado en el año 2012. La revista se defendió alegando que la demandante era un personaje público, que había cobrado por una entrevista del año 2004 la cantidad de 70.000 euros, y que en el año 2010 había vuelto a ser noticia por unas denuncias cruzadas. Afirmó la sentencia: "Todos tienen derecho a prohibir la injerencia en su intimidad y todos pueden

prohibir en cualquier momento; de otra manera no cabría pensar en la rehabilitación de presos, drogadictos, y prostitutas, porque una vez incurrieron en esas conductas".

Cabe apuntar que en la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 13 de mayo de 2014, referente a la cuestión prejudicial planteada por la Audiencia Nacional -en el caso Costeja-, señaló la posibilidad de que no existiera el *derecho al olvido*, analizando "el papel desempeñado por el interesado en la vida pública". El TJUE afirmó que, en ese caso, "la injerencia en sus derechos fundamentales está justificada por el interés preponderante de dicho público en tener, a raíz de esta inclusión, acceso a la información de que se trate".

Señalado esto, entiendo que en el caso de reclamaciones de personajes públicos -hacia los buscadores como Google o a otras páginas web- se impone el análisis, caso por caso, de aspectos como su carácter cierto o no, lesivo, privado e incluso la antigüedad de las mismas.

Cabe apuntar que en la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea, de 13 de mayo de 2014, referente a la cuestión prejudicial planteada por la Audiencia Nacional, señaló la posibilidad de que no existiera el 'derecho al olvido', analizando "el papel desempeñado por el interesado en la vida pública". El TJUE afirmó que, en ese caso, "la injerencia en sus derechos fundamentales está justificada por el interés preponderante de dicho público en tener, a raíz de esta inclusión, acceso a la información de que se trate". Entiendo que en el caso de reclamaciones de personajes públicos se impone el análisis de aspectos como su carácter cierto o no, lesivo y privado.



La publicitat i el cinema, noves formulacions

Els nous contes de la cervesa

Les plataformes digitals reformulen l'espot tradicional a favor de la narrativa viral

PEDRO VALLÍN
Madrid

Fa dècades que la publicitat ocupa un lloc destacat en la creativitat de l'audiovisual i sonats són els noms rellevants que es van foguejar rodant spots abans de rodar pel·lícules. Ridley Scott, David Fincher o els antològats realitzadors d'anuncis i videoclips Spike Jonze, Chris Cunningham i Michel Gondry, per esmentar-ne alguns, no només van contribuir a renovar el llenguatge de l'audiovisual, sinó que per les seves formes narratives alguns van haver de suportar l'etiqueta de *publicistes* durant els inicis de les seves

el director nascut a Xile. Només al canal de la cervesera a YouTube, la ficció, protagonitzada per Quim Gutiérrez i Dakota Johnson, tenia ahir més de 4 milions de visionaments.

L'espot narratiu *El mayor premio es compartirlo*, de Loteries i Apostes de l'Estat, dirigit pel cineasta Santiago Zannou, era un anunci purament televisiu, però la xarxa el va fer viral fins a aconseguir més d'un milió de visites en un grapat de canals de YouTube en tot just uns dies. Rodrigo Cortés va dirigir, també per a la campanya d'aquest estiu, *Invasión*, un espot de Cruzcampo Radler inspirat en la icònica aparició de gegantins plats voladors vista a la sèrie *V*, i que *Independence Day* va convertir en motiu visual canònic per al gènere de ciència-ficció. I sense deixar les cerveses, a J.A. Bayona li va encarregar aquest any San Miguel explicar la història de la campanya en un minut per a un anunci de televisió. L'innovador, en el seu cas, va ser la profusió de *trailers*, *teasers* i *making of* de l'anunci amb els quals l'empresa va anar creant expectació davant el llançament de l'espot, titulat *Lo mejor está por llegar*.

Una cosa semblant al que fa Estrella amb *D'acord*, encara que no en un format de ficció, és la cam-

Bayona, Amenábar i Cortés firmen els anuncis de cervesa de l'estiu, amb vocació de video viral

carreres cinematogràfiques.

Avui vivim, tot i això, un fenomen invers, el de directores de cinema que migren eventualment a la publicitat. No és una realitat estrictament nova, els grans anunciants sempre han buscat el talent dels cineastes per a les seves campanyes. Però sí que conté característiques singulars relacionades amb la revolució tecnològica i comunicativa en què ens trobem immersos. Potser el cas més eloqüent de la nova formulació d'aquest fenomen deu ser la campanya d'estiu d'Estrella Damm –les empreses cerveseres estan sent molt actives en la seva competició pel talent per a la seva publicitat estacional–, un curtmetratge dirigit per Alejandro Amenábar, titulat *D'acord*, que està penjat a la xarxa (a YouTube i al web de la companyia) i els espots del qual per a televisió no són més que un *teaser*, un avançament de la comèdia romàntica de 12 minuts que firma



panya *Conversaciones*, del Banc de Sabadell, en la qual l'anunci televisiu era un brevíssim avanç d'una entrevista de fins a mitja hora disponible a la xarxa.

Una iniciativa molt peculiar en aquest sentit és *Cinergia*, de Gas Natural Fenosa, que l'any passat va produir i va estrenar quatre curtmetratges de terror dirigits

per Rodrigo Cortés (*1:58*), Jaume Balagueró (*Inquilinos*), Paco Plaza (*Ultravioleta*) i Juan Cruz (*Dominic*), la peculiaritat dels quals és la llibertat creativa que es va donar als directors i l'absència de missatges publicitaris a la pel·lícula: la companyia energètica només va demanar als cineastes que les seves pel·lícules incloguessin

missatges sobre l'eficiència energètica. "Hem aconseguit gairebé vuit milions de visualitzacions dels curts a internet i televisió" i arribat "a més de 36 milions d'espectadors", explica Jordi García Taberner, director general de comunicació i gabinet de presidència de l'empresa gasista, que va multiplicar per set els seus seguidors en xarxes socials gràcies a aquesta campanya. García Taberner subratlla els beneficis que per a la marca posseeix aquesta política ja que, sent "un projecte que neix amb la voluntat de conscienciar la gent, a través del cinema, sobre la importància de l'estalvi i l'eficiència energètica", ha acabat representant "un gran impuls en la reputació de la nostra companyia". El benefici comercial és indirecte, en l'estratègia de Gas Natural amb el cinema –plasmada en el seu suport als festivals de Màlaga, Sant Sebastià i Sitges, i iniciatives com el cinema itinerant de l'Acadèmia, els premis Feroz o el patrocini de sales de Cinesa–. "Hem volgut aprofitar els valors i reconeixement que el cinema proporciona entre el gran públic, creant un

De la cançó a la història curta

■ Les campanyes d'estiu de les principals cerveseres espanyoles han migrat aquesta temporada cap a la narrativa, deixant enrere uns quants anys en què havien embolicat els seus anuncis en el patrocini de vocacionals cançons de l'estiu. El 2013, San Miguel va utilitzar com a anunci estiuenc el llançament d'un videoclip del cantant Mika titulat *Live your life*. La cervesera tocava sobre una política musical que havia iniciat amb Delafé y las Flores Azules (Oscar

D'Aniello i Helena Miquel) i *Ciudadanos de un lugar llamado mundo*, el 2011, atenent l'èxit que estaven tenint les campanyes d'altres empreses del seu sector. Mentrestant Mika defensava el pavelló de la cervesa fundada a Manila, Estrella Damm havia triat aquell any el grup pop Love of Lesbian per a un espot de benvinguda a l'estiu en què sonava el tema de la banda *Fantastic Shine*. Estrella triomfava des del 2009 amb les seves cançons estivals. Aquell any, *Summercat*,

de Billie The Vision & The Dancers, es va convertir en veritable hit de la temporada, semblant al que passaria un any després amb *Applejack*, de The Triangles. Tots els susdits comercials comparteixen la vocació que la campanya transcendeixi la seva condició publicitària i es converteixi en tema de conversa –millor, si és digital– i debat. Les ficcions vistes aquest any, contagi de la publicitat nadalenca, han fet un pas més en aquesta hibridació tan fecunda.



ESTRELLA DAMM



Drames i comèdies.

A l'esquerra, Dakota Johnson en una seqüència de la comèdia romàntica *D'acord*, un curtmetratge dirigit per Alejandro Amenábar per a Estrella Damm, distribuït a través de la xarxa. Sobre aquestes línies, a dalt, una captura d'*Invasión*, l'espot

dirigit per Rodrigo Cortés per a Cruzcampo. A la seva dreta, Maribel Verdú i Julián Villagrán en una imatge del curtmetratge *Ultravioleta*, de Paco Plaza, per al projecte Cinergia. En les imatges inferiors, dos curtmetratges més de terror produïts per Gas Natural Fenosa i

estrenats en diverses plataformes i festivals el 2014: a l'esquerra Terete Pávez, en un pla de *Domonic*, de Juan Cruz, i a la dreta, Manuela Vellés a *1:58*, de Rodrigo Cortés.

format que és molt efectiu per acostar-nos al consumidor," explica Taberero. Aquest any produiran quatre curts més, en aquest cas comèdies, dirigides per Isabel Coixet, Santiago Segura i Paco León i el debutant Josep Pujol Bonet. "La proposta no tenia costat negatiu, ens van donar llibertat absoluta per fer un curt

de terror", recorda Paco Plaza. Pel que fa a l'acostament de les marques comercials al cinema i els cineastes, Plaza ho considera un fenomen prometedor. "Si aquestes iniciatives serveixen per construir ponts entre la gent amb capacitats creatives i aquells que tenen capacitat financera són formidables. És molt impor-

tant obrir el meló i canviar els models de finançament i d'explo-tació de l'audiovisual", comenta el cocreador de *[REC]*. Aquest acostament entre la creació cultural i l'acció comercial no és nou i ha estat mútuament beneficiós des de fa anys. "La publicitat és molt voraç i des de sempre ha estat camp de pro-

ves, no només per exercitar-se i rodar, sinó també per construir propostes estètiques molt extremes que en el cinema no haurien estat possibles", recorda Plaza, el qual considera que la publicitat audiovisual "funciona com un laboratori, típus el d'El Bulli, que dona lloc a noves propostes que després s'han anat aplicant al cinema".

La viralitat és un nou objectiu perquè genera presència de marca fins i tot quan no agrada. Pablo Berger, director de *Blancaneu*, va dirigir l'espot de la Loteria de Nadal del 2014, que va desencadenar tota mena de burlas en xarxes socials, una tafaneria que li va donar una rellevància inusitada pel fet de tractar-se d'una simple nadala. I una cosa semblant li ha

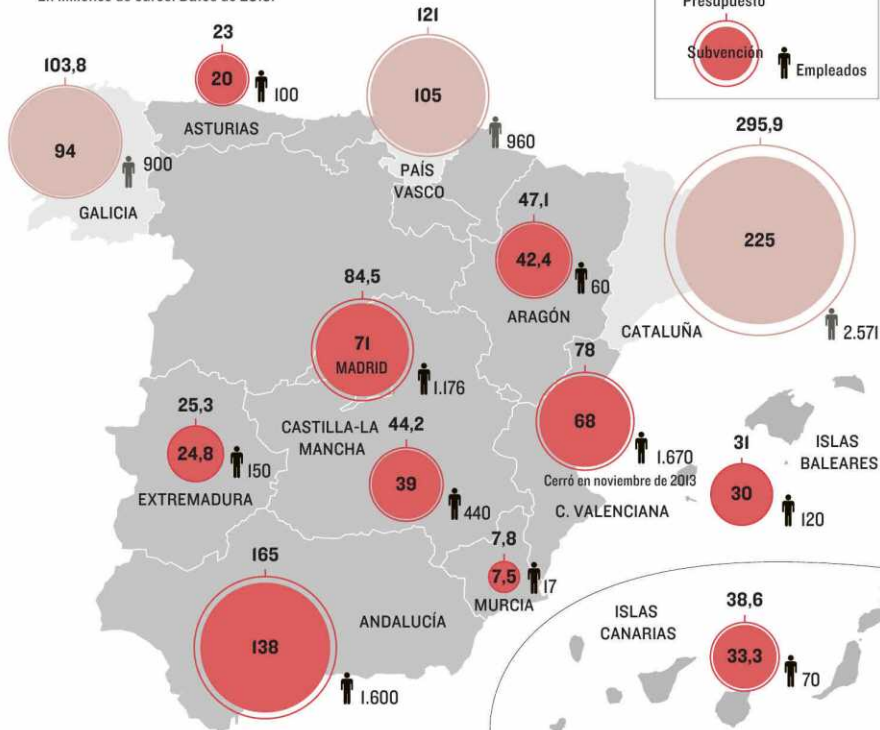
passat a Campofrío, que en els últims anys ha treballat amb una publicitat nadalenca de desmesurada vocació emocional, comptant amb directors com Iciar Bollain, Àlex de la Iglesia o Santiago Segura, que ha generat tantes adhesions com menyspreus, però el debat de la qual s'ha convertit en un potent altaveu per a la marca de carnis, establerta ja com a clàssic nadalenc al costat del cava o la grossa de Nadal.

"La societat ha canviat i tots posem l'eina ultratransversal: la pantalla que portem enganxada als ulls durant tot el dia. La publicitat també és pionera a utilitzar totes les plataformes al seu abast per millorar la seva eficàcia", conclou el director Paco Plaza.●

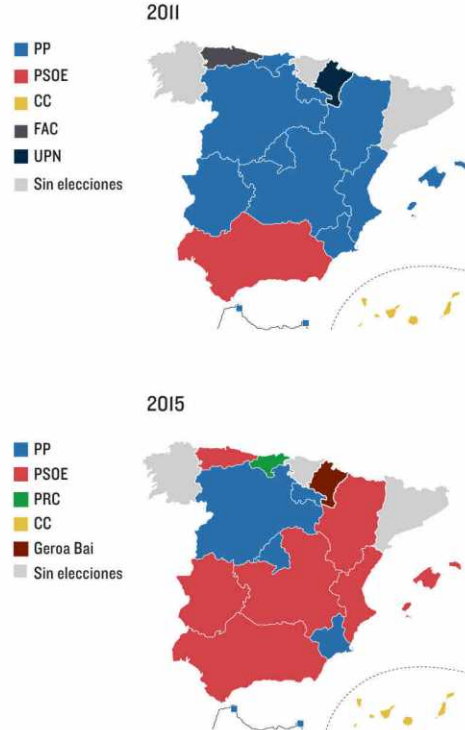


EL MAPA DE LA RADIOTELEVISIÓN AUTONÓMICA

EL PRESUPUESTO Y LA SUBVENCIÓN EN LAS TELEVISIONES PÚBLICAS
En millones de euros. Datos de 2013.



CAMBIOS DE PRESIDENCIA DE LAS CC.AA.



FUENTE: FORTA, CNMC y Presupuestos Generales del estado.

EL MUNDO

Las elecciones 'resintonizan' la radiotelevisión autonómica

Reapertura, despolitización, limpieza... Los nuevos gobiernos dan un vuelco a las TV regionales

EL MUNDO MADRID
La televisión autonómica española se reajusta al dictado de las últimas elecciones. Unas cadenas se mantienen a la espera de cambios legislativos, como la madrileña; otras se preparan para vuelcos radicales, como la de Castilla-La Mancha. En la Comunidad Valenciana, se vislumbra la reapertura del medio público. Los pactos multicolor con los partidos emergentes prometen, en teoría, la despolitización de los órganos de gestión, como en Aragón. De lo que no cabe duda es de que a día de hoy la radiotelevisión autonómica depende del mapa político. Ésta es la radiografía de cadenas regionales españolas.

TELEMADRID

Espera. La flamante presidenta de la Comunidad para Telemadrid mantiene sus planes en el limbo. Es decir, que Cristina Cifuentes no piensa tomar ninguna decisión sobre el futuro del ente. «Cuando tengamos todos los papeles delante decidiremos», aseguró cuando se le preguntó sobre este asunto. Y en esa disyuntiva, no

descarta ordenar su cierre si no es viable económicamente. En un primer momento, la presidenta aceptó despolitizar el Consejo de Administración, dejarlo en manos de profesionales. Es uno de los acuerdos que se incorporaron dentro de los 76 puntos del pacto de investidura que consensuó con Ciudadanos. Sin embargo, Cifuentes considera que no tiene «sentido» modificar el Consejo si se va a cambiar la ley que regula el ente «en próximas fechas». Ciudadanos ha aceptado ese freno en la vía de la despolitización. La idea original es que los nuevos consejeros sean elegidos mediante voto ponderado. En el discurso de investidura, tanto ella como el resto de portavoces de la oposición coincidieron en la necesidad de devolver la pluralidad. La audiencia de Telemadrid ha caído en picado en los últimos años.

COMUNIDAD VALENCIANA

Reapertura. El Gobierno del PP en la Comunidad Valenciana cerró su televisión autonómica en noviembre de 2013. Fue el primer caso de

esas características en España. Desde entonces, el foco sobre RTVV se ha puesto desde dos direcciones. Por un lado la liquidación de un ente, todavía no resuelta, con alrededor de 1.600 trabajadores, dos canales, una radio y una deuda acumulada de 1.000 millo-

Madrid quiere un Consejo sin políticos, pero antes cambiará la ley del ente

Ximo Puig pretende reactivar Canal Nou. Técnicamente, es posible hacerlo

nes. Por otro, la promesa electoral de la oposición de reabrir la televisión si llegaba al poder.

En estos momentos, con el socialista Ximo Puig ya como presidente de la Generalitat, existe el compromiso simbólico de reanudar las emisiones el próximo 9 de octubre, día de la Comunidad, para retransmitir los festejos. La reapertura definitiva es, no obstante, más complicada: el ERE acaba de culminarse, pero la liquidación se estanca porque hay abiertos varios procesos judiciales. Además, no hay una fórmula oficial de reapertura aunque todo apunta a que la solución pasa por anular este proceso de cierre todavía en marcha y ejecutar un nuevo ERE que deje una plantilla más asumible con alrededor de 400 trabajadores. Lo positivo es que el centro de producción permanece intacto y en marcha, por lo que técnicamente sí sería viable volver a emitir en un plazo razonable. La intención de revivir RTVV parece clara, pero la solución final está todavía lejos de ser algo concreto.

ANDALUCÍA

Inmovilismo. En Andalucía, Ciudadanos no ha planteado una sola condición sobre Canal Sur en el acuerdo firmado con el PSOE que propició la investidura de la socialista Susana Díaz, con lo que no ha de esperarse ninguna revolución. La duda está en cuándo se procederá al nombramiento del director general de la RTVA, responsabilidad que desempeña en la práctica Joaquín Durán –subdirector general– desde que Pablo Carrasco renunció en marzo de 2013. En cuanto a la financiación, tendrá que renovar el próximo año el contrato programa con la Junta. El último le ha permitido disponer de transferencias de 138 millones al año entre 2013 y 2015.

CASTILLA-LA MANCHA

Vuelco. María Dolores de Cospedal aseguró en la campaña electoral de 2011 que si ganaba vendería o cerraría RTVCM. El desorbitado gasto de la misma, entre 70 y 100 millones de euros al año y una programación sectaria y caduca, eran motivos más que suficientes para ello. Sin embargo, tras tomar posesión del cargo, se olvidó de sus promesas, aunque, eso sí, metió la tijera a fondo y dejó el presupuesto anual en poco más de 40 millones de euros. Como director general se designó al periodista Nacho Villa, quien ha elevado a tal nivel el tono de sectarismo político que ha hecho



bueno a su predecesor, el socialista Jordi García Candau. Por ello, el recién elegido presidente regional, Emiliano García-Page, del PSOE, ha pedido a Villa que presente inmediatamente su dimisión, ya que no puede cesarlo. De no dimitir, será el nuevo Consejo de Administración de RTVCM, que se constituirá en breve, quien designe al nuevo responsable del ente público autonómico. Los nombres que suenan para el cargo son Baltasar Magro y Jesús Cintora, entre otros.

EXTREMADURA

Renovación. La primera decisión que debe de tomar el nuevo presidente extremeño Guillermo Fernández Vara es la continuidad de Beatriz Maesso, directora general de la CEXMA (Corporación Extremeña de Medios de Comunicación), con contrato en vigor hasta octubre de 2016 gracias a la propia ley audiovisual de Extremadura, aprobada precisamente en el anterior gobierno de Fernández Vara, en el año 2008. El artículo 12 de la Ley de la CEXMA otorgaba al cargo de máximo responsable del ente televisivo un periodo de cinco años para precisamente desvincular el puesto de los mandatos políticos. Por lo tanto, el PSOE se enfrenta a un impedimento legal para destituir a Beatriz Maesso como directora de Canal Extremadura. Como Maesso fue nombrada en octubre de 2011 por el Parlamento de Extremadura –con los votos a favor de PP e IU–, le queda aún algo más de un año en su cargo. Así que Vara –que prometió en campaña sacar el cargo a concurso público– deberá decidir si negocia con ella para despedirla o bien la mantiene.

Durante su labor, Maesso ha logrado situar a la televisión regional extremeña en sus mayores cuotas de audiencia de su historia (un 7,8% de media) y se ha mantenido con déficit cero con uno de los presupuestos más bajos de España (en torno a 24 millones de euros). El Consejo de Administración de la CEXMA, que no pertenece a la federación de autonómicas de la Forta, ha estado presidiendo durante la pasada legislatura por un miembro de IU. Durante estos cuatro años anteriores no se produjo ningún despido de la plantilla (a día de hoy 203 empleados) y se firmó el convenio colectivo. Ahora, en el Consejo de Administración tendrá que estar presente Podemos (además de PSOE y PP), que obtuvo seis diputados en las pasadas elecciones.

ARAGÓN

Profesionalización. El modelo de la Radio Televisión Aragonesa ha sido uno de los puntos más conflictivos en las negociaciones entre PSOE y Podemos para la investidura del socialista Javier Lambán. Frente a las pretensiones de Podemos de despolitización y amplia participación social, se llegó a un acuerdo intermedio: profesionalizar los nombramientos, crear un Consejo Asesor con la sociedad civil que tendrá un re-

presentante en el Consejo de Administración de la Corporación Aragonesa de Radio Televisión. Se estudiará el coste para recuperar los Servicios Informativos, ahora externalizados, y hacer funcionarios a sus trabajadores.

Poco cambia en una televisión considerada modelo de colaboración público-privada con los contenidos externalizados, una plantilla ajustada, sin pérdidas y gran audiencia.

BALEARES

Proporcionalidad. El PSOE y sus socios de Podemos y de la coalición nacionalista Más prometen «despolitizar» IB3 y han dado el primer paso para abordar la renovación de la dirección de la radiotelevisión autonómica, cuyo Consejo está copado por cargos del PP, y para nombrar un nuevo director. Convocarán este mes un pleno extraordinario del Parlamento, donde esperan pactar con el PP un reparto proporcional del Consejo y también, aunque lo ven improbable, el nuevo director. La ley que regula IB3 les obliga a un acuerdo de dos tercios –con el PP– para proceder a un relevo inmediato o a esperar seis meses para nombrarlo por mayoría simple. IB3 ha

Para García-Page es prioritario apartar a Nacho Villa del ente castellano-manchego

En Baleares, el canal depende de Cultura, un área controlada por Más (Podemos)

quedado adscrita a Cultura, área controlada por Más y que dirige la menorquina Esperança Camps, ex presentadora de los informativos de la valenciana Canal Nou.

CANARIAS

Antelación. No se ha esperado a conocer al nuevo Gobierno regional para promover los cambios en la cúpula de la Radio Televisión Autonómica de Canarias. El pasado 25 de marzo tomaba posesión del cargo el nuevo presidente del Consejo rector de la RTVC. Santiago Negrín dejaba su puesto como jefe de Informativos de la Cadena Ser en Tenerife para asumir su nueva función. Su designación debía recibir el apoyo de al menos dos tercios del Parlamento de Canarias, según recoge la Ley de RTVC y, en este caso, Negrín obtuvo el apoyo unánime. En cuestión de días se producían los primeros ceses tanto en la televisión como en la radio públicas; movimientos para muchos inesperados por llegar días antes de las elecciones.

MURCIA

Concurso. La nueva televisión autonómica de Murcia, 7 Televisión Re-

gión de Murcia, comenzó sus emisiones en junio. A día de hoy, es la televisión autonómica más barata, con un presupuesto de 12 millones de euros anuales, IVA incluido –en el gráfico se comparan los datos de 2013–.

La titularidad es pública, aunque la gestión es indirecta. El grupo Secuoya ganó hace tres meses el concurso abierto y dispone de tres años de concesión. El control por parte del ente público es férreo en cuanto a la prestación de un servicio de información regional. Entre los objetivos marcados desde el Gobierno está, también, dinamizar el sector audiovisual de la Región de Murcia.

En la actualidad, 7TVRM cuenta con una plantilla de 85 trabajadores directos y 130 indirectos. Los externos pertenecen a 25 productoras y empresas de servicios.

La televisión autonómica de Murcia ha pasado por tres fases. En 2005 empezó a emitir con la concesión a GTM –y a un grupo de empresarios murcianos–. En agosto de 2012, el consejero de Hacienda, Juan Bernal, rescindió el contrato. El ente público RTRM asumió la programación hasta que se redactaron nuevas bases. El 31 de marzo de 2015, Secuoya ganó el concurso. Dos meses después se iniciaron las emisiones actuales. A ese concurso se presentaron otras cuatro empresas: GTM, Mediapro, Canal 8 y Vértice 360. Aunque impugnaron la concesión a Secuoya, el Tribunal de Recursos Contractuales del Ministerio de Hacienda desestimó los recursos.

ASTURIAS

Provisionalidad. En Asturias, la radiotelevisión autonómica sufre desde antes de las elecciones un descazamiento. Antonio Virgili se convirtió este año en director general y administrador único –en 2011 había sido nombrado director general en funciones, tras la dimisión irrevocable de su predecesor, Juan José Guerenabarrena–. Sin embargo, el respaldo en el Parlamento regional a Virgili, aún pendiente, parece más difícil si cabe como consecuencia de los cambios en el gobierno asturiano. Además, justo antes de las elecciones, el escenario se complicó aún más, como consecuencia de la salida del director de Informativos, Ignacio del Campo.

El pasado año, se reestructuró el sector autonómico, al establecer que la prestación del servicio público de comunicación audiovisual se realizara de manera directa a través de la empresa pública Sociedad de Radiotelevisión del Principado de Asturias, SAU. Por ello, se suprimió el ente y se fusionaron en una única sociedad las tres empresas públicas existentes: televisión, radio y productora.

Con información de Jaime G. Treceño, Daniel Borrás, Antonio Salvador, Roberto Mangas, David Vigarrio, Javier Ortega, Daniel Álvarez, Rebeca Paniagua, Javier Adán y Patricia del Gallo.



L'accent

Gerard Martínez Minguell



director

Guateque!

Res millor que acabar la primera etapa del setmanari 7accents amb un *guateque*, el que representa una festa o una disbaixa on tothom hi és benvingut. D'una banda, els que ens han donat suport des de l'11 de setembre, dia (i diada) en què vam posar en marxa el diari digital. De l'altra, els que ni tan sols no ens coneixen però que aprofitaran l'oportunitat de fer-ho a partir d'aquest divendres.

D'aquesta manera, el 3 de juliol a partir de les 22.30 hores la terrassa del Restaurant Lola obrirà les seves portes per donar la benvinguda a tots els amics, coneguts i saludats de 7accents. Perquè tenim molt a

celebrar, des de l'arribada de l'estiu fins a la publicació de l'últim número del setmanari en paper abans de les vacances d'estiu. No només això, i és que més de 200 subscriptors anuals i una mitjana de 500 números venuts a la setmana són xifres prou significatives per al nostre primer any de vida. Tampoc no volem deixar passar l'oportunitat de commemorar que la portada del número 2 de 7accents fos elegida la segona millor de l'any per l'Associació Catalana de Premsa Comarcal. I un llarg etcètera que engloba també el diari digital, la productora audiovisual, l'agència de comunicació... No tot ho hem fet

bé, evidentment, ja que ens ha mancat donar-nos a conèixer més i millor al llarg del territori, demostrar un major pes periodístic en alguns dels temes tractats o millorar el funcionament del sistema de distribució del setmanari, entre moltes d'altres deficiències, però tots aquests assumptes no esdevenen motiu de celebració, sinó de reflexió. Així, doncs, requerim aquests dos mesos d'aturada tècnica amb l'objectiu de repensar el setmanari, reforçar el digital (que no s'atura), consolidar la productora, potenciar l'agència i crear nous productes, com una aplicació mòbil que veurà la llum durant el

mes de setembre. Vam començar gràcies a vosaltres, amb una campanya de micromecenatge a través de la qual vam aconseguir fins a 15.000 € i que ens va convertir en un dels cinc mitjans de comunicació que més diners han recaptat a Catalunya amb aquest sistema. Avui som nosaltres els que donem part dels diners que recollim amb l'últim número a una bona causa, el Banc dels Aliments de Lleida.

Per cert, el 3 juliol és el meu aniversari. En faig 35. I a qui hi vulgui veure un ardit poc subtil per part meva amb l'objectiu d'organitzar-me una festa d'aniversari, no més li puc dir una cosa: que porti un regal!



José Antich busca finançament per a un nou digital catalanista

L'exdirector de 'La Vanguardia' vol reunir de sis a vuit milions d'euros

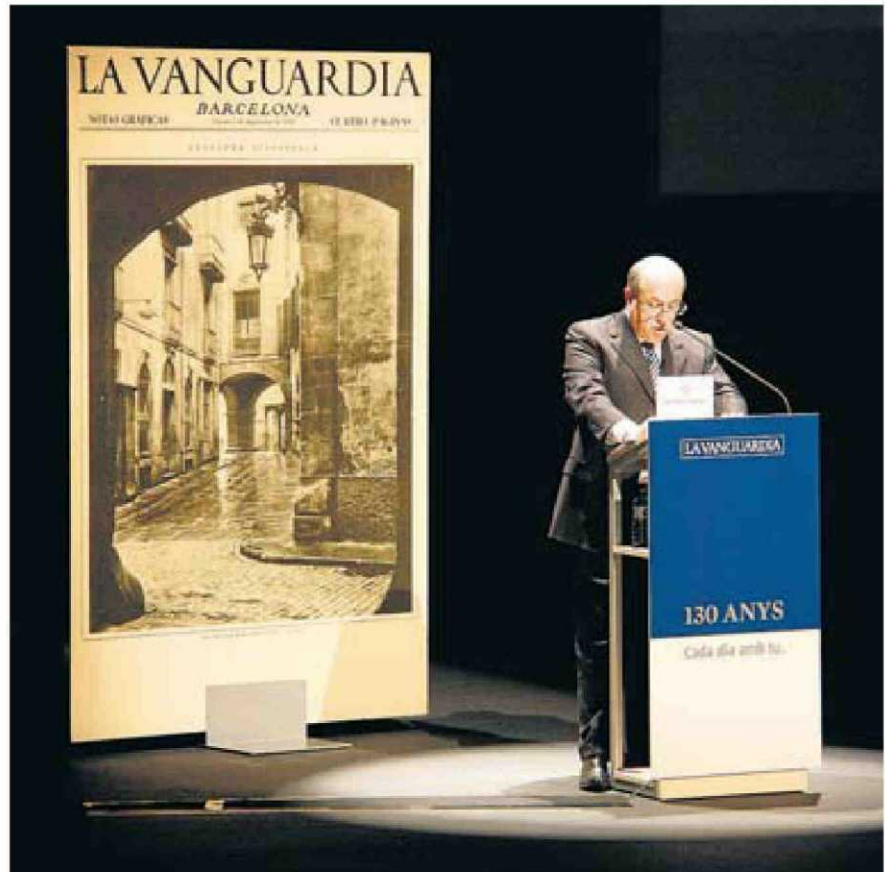
ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

L'exdirector de *La Vanguardia* José Antich busca entre sis i vuit milions d'euros per impulsar un nou diari digital en català. El periodista situa el llançament del mitjà el primer trimestre de l'any que ve, condicionat a la campanya de recollida de fons, que tindrà dos fronts: el micromecenatge i la recerca d'accionistes individuals o institucionals. De moment Antich ja ha constituït una empresa, Grup Les Notícies de Catalunya SL, amb 30.000 euros com a capital inicial, tot i que la previsió és ampliar-lo "de manera molt significativa" amb els diners de la indemnització rebuda del rotatiu del grup Godó, segons explica el mateix Antich a l'ARA.

El futur mitjà encara no té nom. "El projecte encara està en fase embrionària", admet el periodista, que espera formar un equip d'entre 30 i 50 persones. El diari tindrà vocació generalista, tot i que se centrarà sobretot en política i economia, però també en la ciutat de Barcelona i el futbol, sobretot a partir de la marca Barça. Hi haurà opinió, però es vol que la informació sigui el principal atractiu. La pròxima notícia que aparegui sobre aquesta nova web podria venir de l'àmbit del disseny, ja que Antich està buscant un fitxatge de primera línia per concebre el look del portal.

El redactors escriuran en català, però se'n farà una edició en castellà amb continguts traduïts. El diari serà gratuït, tot i que Antich estudia de quina manera es pot compensar els subscriptors. "Una possibilitat és, per exemple, l'edició en paper d'alguns continguts", explica. El digital inclourà publicitat i s'estan buscant aliances amb algun mitjà. De moment el seu impulsor s'ha reunit amb diversos propietaris de grups mediàtics, però no hi ha cap acord tancat.

Pel que fa a l'orientació política del mitjà, Antich l'emmarca dins del "catalanisme transversal" i aclareix que es tracta "no del catalanisme de fa 5 o 8 anys, sinó del catalanisme del segle XXI, la qual cosa vol dir que el diari està disposat a acompanyar Catalunya fins allà on el país decideixi que vol anar". El periodista



José Antich va ser director de *La Vanguardia* entre el març del 2000 i el desembre del 2013. Fins a l'1 de juny era corresponsal diplomàtic a París. ARA



Diners
El diari serà gratuït i estarà finançat per micromecenes i accionistes

reivindica haver liderat el projecte de llançar l'edició en català de *La Vanguardia* i considera que ara cal fer el camí invers, començant pel català però tenint també un peu en el mercat en castellà.

Antich, a Twitter

De moment el periodista s'ha llançat a l'arena de Twitter, on fins no fa gaire no havia participat. Des de la seva estrena a la xarxa social, el 2 de juny, suma més de 7.500 seguidors. El seu segon tuit era una declaració d'intencions sobre la seva relació amb el diari que va dirigir entre el març del 2000 i el desembre del 2013. "Molt content de ser aquí, amb vosaltres. Avui, *La Vanguardia*, lejos, lejos", escrivia en un missatge que evocava l'article censurat pel diari a Albert Sánchez Piñol, titulat *Zarzalejos*, lejos, lejos.

Des de la seva destitució com a director, Antich va ocupar la plaça de corresponsal diplomàtic del diari a París, deslligat d'obligacions relacionades amb l'actualitat. El seu relleu va suposar un gir en la línia editorial del diari, que s'havia obert a postulats més sobiranistes i que amb el nomenament de Màrius Carol com a director ha rectificat cap a posicions més moderades.

El nou mitjà encapçalat per Antich espera trobar un model anàleg al que han seguit diaris espanyols com Eldiario.es, situat al centreesquerra, o el futur El Español, de Pedro J. Ramírez, l'exdirector d'*El Mundo*, en l'àmbit del centredreta. De fet, tot i l'antagonisme professional i ideològic dels dos exdirectors, la seva singladura després de ser destituïts va per camins similars. —



Netflix prepara su desembarco como gran alternativa de pago

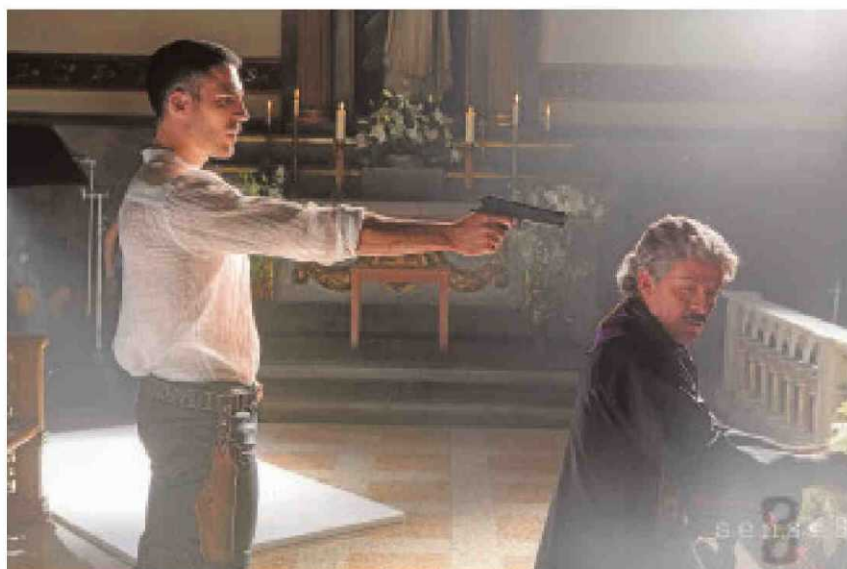
► La plataforma de vídeo llegará a España en octubre con la idea de revolucionar el sector

F. MARÍN / H. CORTÉS
MADRID

Netflix nació en 1997, en California, como compañía de alquiler de películas que servían deudados a domicilio. Dos años después, incorporaron la tarifa plana. En 2000 ya se permitían el lujo de estudiar los gustos de sus clientes y en la actualidad superan los 50 millones de abonados en todo el mundo. En octubre llegarán a España, después de años de reticencias por nuestra fama de piratas, pero la cifra podría dispararse en cuanto entren en la India, su próximo paso. En nuestro país rivalizarán con Movistar+, el gigante recién nacido de la fusión entre Telefónica y Canal+. Sus características son únicas, para bien y para mal:

UN ALGORITMO QUE TE CONOCE. Una de las claves del éxito de Netflix es su sistema de recomendaciones. Además de las clásicas listas por géneros, esta plataforma se adapta a los gustos de sus clientes. Incluso ofrece hasta cinco perfiles por cuenta, para que cada miembro de la familia tenga el suyo propio. Este mismo algoritmo es empleado por la compañía para elegir qué series adquirir en cada territorio. «Compramos lo esencial y luego, en un año, duplicamos nuestro catálogo a partir de los gustos de los clientes», apuntó Stuart Gurr, responsable de contenidos propios para Europa.

BUEN PRECIO Y BAJAS AUTOMÁTICAS. El servicio tendrán un precio «similar al de otros países europeos», cercano a los ocho euros, con varias tarifas, en función de los dispositivos que se quieran utilizar. Habrá paquetes para uno, dos y cuatro aparatos, que podrán reproducir contenidos diferentes de forma simultánea. Quizá lo más nove-



«Sense8», con el español Miguel Ángel Silvestre (arriba), y «Daredevil», con Charlie Cox (abajo) son dos de las series del catálogo



do en España es que darse de baja será un proceso sencillo, automático y por internet. Las operadoras no llamarán para molestar ni habrá permanencias obligatorias. «Puedes borrarte un mes porque te vas de vacaciones y apuntarte al volver», apunta Gurr.

PRODUCCIÓN PROPIA. Con Netflix llegarán series como «Narcos», «Sense 8», «Daredevil» y otras muchas procedentes de su acuerdo con Marvel.

Sus exitosas cartas de presentación en el mercado, «House of cards» y «Orange is the new black», se verán a través de Movistar+, al que vendieron los derechos en España. No descartan producir en nuestro país, como ya han hecho en Iberoamérica y Francia. «Estamos abiertos a todo tipo de proyectos», sostiene Gurr.

DUDAS SOBRE EL CATÁLOGO. Aunque la interfaz y la comercialización sean atractivas, la clave del éxito de la compañía será hacerse con un buen catálogo. Al principio no lo tendrán fácil, ya que muchas series, como «The Walking Dead», «Juego de Tronos», «Transparent» y «True detective» ya tienen sus derechos vendidos a Movistar+. Tampoco ofrecen deportes, principal reclamo para millones de clientes.

DEPENDENCIA DE INTERNET. Aunque el ADSL ya es algo generalizado, Netflix es televisión por internet y solo funciona en televisores inteligentes, consolas, tabletas... pero no en televisores tradicionales sin alguna «ayuda», como Apple TV o Chromecast. Por otro lado, su calidad depende de la calidad de conexión, clave para disfrutar contenidos en HD o incluso en 4K.



En vísperas de San Juan, Mònica Terribas convirtió una presunta entrevista a Artur Mas en un a duras penas disimulado acto de promoción de su causa común, durante el que regaló a su entrevistado un rosario de aparentes preguntas que eran, de hecho, candentes vótores y exhortaciones para que siga timoneando *el Procés*. Apenas hacía cuatro semanas que el programa *Cat* de TV-3 había convocado a cinco destacados líderes de la constelación soberanista para departir, en unánime privacidad, sobre las perspectivas de su exclusivo empeño ante las elecciones del próximo septiembre. Celebrado cuatro días después de unas trascendentes municipales que ni siquiera fueron mentadas, el cónclave acabaría siendo aducido ante el consejo de redacción de la cadena por su jefe de Internacional, Xesco Reverter, como elocuente ejemplo del "sobredimensionamiento" del *Procés* y del exceso de "iconografía independentista" que genera.

Sobre el papel, cuanto menos, la industria audiovisual es capaz de ponerse al servicio de la sociedad democrática, fomentando la liberación racional y el pluralismo que la sostienen. Y, sin embargo, tanto la radiodifusión como la televisión de este país muestran una alarmante inclinación a servir a otros amos: sean los conglomerados de poder de los que económica e ideológicamente dependen; sean ciertas facciones sociales que, más o menos numerosas, constituyen una parte tan solo de la población, y de su heterogeneidad sustantiva. Preocupante y hasta condenable cuando la practican emisoras privadas como la COPE o RAC1, esa servitud cobra una temible capacidad disociadora y erosiva —inaceptable desde el punto de vista político, ético y normativo—

TV-3 y su cofradía

ALBERT CHILLÓN

Íntegramente financiados por la ciudadanía, los medios públicos deberían dedicarse a comunicar, más que a persuadir, y ante todo a elaborar relatos y argumentaciones ecuanímenes

cuando las que la ejercen son las radios y televisiones públicas. Con estilos parcialmente distintos, así lo muestran a diario las que dependen de la Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE), manejada por el hiperrimputado y tardofranquista Partido Popular; y también las regidas por la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA), manejada con exaltado sectarismo por CDC y sus satélites, ERC y CUP incluidas.

Íntegramente financiados por la ciudadanía, los medios públicos deberían dedicarse a comunicar, más que a persuadir, y ante todo a elaborar relatos y argumentaciones a la vez fehacientes, ecuanímenes y complejos, puestos al servicio de una sociedad civil señalada por las diferencias —económicas y políticas, ideológicas y religiosas, éticas e identitarias—, y no de una supuesta comunidad homogénea no solo inexistente, sino imposible. A la hora de la verdad, no obstante, se comportan como abrumadores dispositivos de persuasión unidos a las facciones y cabilas que los controlan, y cuyo medro abonan al mismo tiempo.

Al menos desde las hazañas bélicas de Buruaga y Urdaci y el auge del aznarato, el PP ha manipulado deplorablemente RTVE con tal de imponer una noción reaccionaria y unitarista de España que, por cierto, ha contribuido a encender la hoguera secesionista y regado con gasoli-

na sus llamas. Y a este lado del paraíso, los medios que administra la *Corpo*, con *CatRàdio* y sobre todo TV-3 en cabeza, han venido promoviendo con metódico ahínco el imaginario colectivo que al parecer ha convocado la historia, así como sus masivos y multicolores espectáculos.

Este abuso se produce a diario y sin pausa, desde el azuzante *Desperta, Catalunya!!!* del magazín matinal de *CatRàdio* hasta los soliloquios que i.Cat orquesta, pasando por los risueños concursos, las sacras concelebraciones futboleras, los mapas del tiempo que recortan els Països Catalans contra el vacío, los pulcramente sesgados informativos, la hilarante aunque esquínada comicidad de Polònia. Y se constata por doquier. De entrada, en la insistencia obsesiva en *El Tema*, convertido en encuadre determinante de la mirada pública, tanto por las menciones —y omisiones— que implica, como porque sobre él gravita casi todo lo que debería serle ajeno. Y además, en el reclutamiento de los tertulianos y las fuentes informativas; en el cariz de las argumentaciones y relatos; en el léxico y fraseología con que se empalabra esa realidad virtual minuciosamente construida, y, en fin, en los inadvertidos implícitos, sofismas y falacias que semejante persuasión entreaña.

Hay talento, sensibilidad y honradez en muchos integrantes de TV-3 y *CatRàdio*. Pero ya va siendo hora de que muestren el pudor y el pundonor, la lucidez y ante todo la equidad que la heterogénea Cataluña exige y merece. Los periodistas no pueden ser objetivos ni carecer de perspectiva. Pero es su deber respetar el pluralismo, y ser ecuanímenes.

Albert Chillón es profesor de la UAB y escritor.



Maribel Abradelo y Begoña Blasco (CEU San Pablo) y los periodistas Justino Sinova, Antonio Rubio y Paz Uruñuela junto a Denis Iglesias. S. ENRIQUÉZ-NISTAL

«La información está en la calle»

La XIV Edición del Máster de EL MUNDO se clausura y afronta los desafíos de la profesión

ANA CABANILLAS MADRID
«Llegasteis escribiendo en blanco y negro. Hoy sabéis narrar en color». El periodista de investigación y director de la XIV Edición del Máster de Periodismo de EL MUNDO, Antonio Rubio, reflejaba así el progreso de quienes apostaron por la aventura del periodismo y que esta semana han dejado de ser alumnos para ser simplemente «compañeros». Este cambio de condición se reflejó en una entrega de diplomas; un acto de clausura que pasó a ser una clase magistral de «el oficio más bonito del mundo», tal como se refirió Rubio reviviendo las palabras de Gabriel García Márquez.

«La información de verdad, la que tiene un valor añadido y la que nos diferencia, está en la calle». El director no dejó de apuntillar la última lección: «Igual que os pedí hace nueve meses, os digo que salgáis a la calle y recordéis la filosofía de Manuel Chaves Nogales: 'Estar, ver y contar'». El comienzo del curso resonaba ya a ecos pasados. «Eran días de esperanza».

«¿Y ahora qué?». La pregunta retumbó varias veces en boca de Denis Iglesias Llamas, el primero de la promoción, que ofreció palabras de aliento a esa «milicia de iguales que se unieron desde el primer día» y que entendieron que «la fuerza de esta profesión reside en el conjunto». El ciclismo se abrió paso en su discurso. Una vez superado el «pavés», toca «la subida del Col du Tourmalet», la cima histórica del Tour «no apta para velocistas, sólo para sufridos escaladores como nosotros». «Profesionales que hemos de ir a piñón fijo con los emblemas de la ética y de la honestidad». Una carrera en la que

«podremos escribir textos sobresalientes, trufados con las mejores ideas» en la que hay que mantener el rumbo fijo: «Si dejamos atrás el compromiso con la sociedad, a la que operamos a corazón abierto cada día, seremos cómplices de la desinformación, un mal de nuestro tiempo cada vez más extendido».

Justino Sinova, periodista y Director Honorífico del Máster, también respondió a la cuestión: «Ahora hay que dar el do de pecho como periodistas», aseveró, acompañado por Paz Uruñuela, directora de la Escuela de Unidad Editorial, Maribel Abradelo, vicedecana de la Facultad de Comunicación San Pablo CEU y su vice-

«Hemos de ir a piñón fijo con el emblema de la ética y la honestidad»

rectora de Posgrado, Begoña Blasco. «Tenéis que emplearos a fondo para que ésta deje de ser una de las profesiones más vilipendiadas».

Sinova fundamentó las críticas: «Los periodistas hemos cometido muchas tropelías y delitos intelectuales», apuntó el que fuera director de *Diario 16*. Delitos fruto de la «involución» por la que se priman los intereses sacrificando «la independencia». Esta invocación se posó, en forma de responsabilidad, sobre los hombros de los nuevos profesionales. «Sin periodistas que se esfuerzan por ser independientes, que piensen que el periodismo es un trabajo para la sociedad, las críticas seguirán justificadas».



Las páginas web multimedia no son servicios de comunicación audiovisual

El abogado general del Tribunal de Justicia de la UE, Maciej Szpunar, ha concluido que los contenidos audiovisuales que ofrece un periódico en su página web no constituye un servicio de comunicación audiovisual en el sentido de la Directiva europea que regula estos servicios. De ahí, que no estén sometidas a las reglas contenidas en la norma comunitaria. Eso sí, ello no significa que "el contenido presente en Internet, incluido el audiovisual, no pueda o no deba quedar sujeto en modo alguno a normas jurídicas, entre ellas al Derecho de la Unión, en lo que respecta a cuestiones como la protección de los menores y del orden público, la publicidad o el principio de transmisión de acontecimientos importantes". El abogado general resuelve un caso de un periódico austriaco que en su página de Internet tenía una



A.MARTÍN

pestaña denominada vídeos que contenía un catálogo de alrededor de 300 contenidos audiovisuales. Estos contenidos, de una duración que oscila de varias decenas de segundos a varios minutos, estaban relacionados en mayor o menor medida con otros contenidos de la página de Internet y provenían de distintas fuentes. La autoridad reguladora austriaca consideró que esa pestaña constituía un servicio de comunicación a petición, sujeto a la obligación de notificación. Explica Maciej que "el objetivo principal de un servicio de comunicación audiovisual es proporcionar programas, es decir, elementos de un programa tradicional de televisión, incluso cuando, en el caso de un servicio no lineal, dichos programas no se proporcionan en un momento determinado, sino a petición del usuario". Y recuerda que ya el legislador de la Unión, señaló claramente en los considerandos de la Directiva que "no tenía intención de incluir en su ámbito de aplicación los portales de Internet de información". De ahí que, un portal de Internet multimedia como el cuestionado "no cumple los requisitos que obligan a considerarlo como servicio de comunicación audiovisual en el sentido de la Directiva". (TJUE, 01-07-2015)



críticatv

MÓNICA PLANAS - PERIODISTA

Quina tele dieu que us representa?

Espanya és aquest país tan peculiar que en els seus informatius hi pots veure Pablo Iglesias defensant el poble grec però no hi pots veure un eurodiputat flamenc defensant el català.

Dimecres, al *Telenotícies migdia*, ens informaven al final del bloc de política que l'eurodiputat Mark Demesmaeker [a la imatge] havia comparegut per reclamar l'ús del català a la cambra europea. La notícia amb prou feines durava trenta segons. Sorprenia perquè Demesmaeker, a qui l'ús del català ni li van ni li ve, demanava reparar una injustícia: que la nostra llengua deixés d'estar prohibida al Parlament Europeu. Això no ho vam veure en cap altre informatiu de les televisions espanyoles. Ningú més va considerar que fos rellevant. Ni tan sols el *Telediario* de TVE, que com a tele pública que paguem tots podria haver mostrat un mínim de sensibilitat i interès a explicar que un idioma cooficial del país està prohibit a l'Eurocambra. Tampoc La Sexta, sempre tan progre i oberta, va destacar el fet. Ni Antena 3, ni Cuatro, ni Telecinco...

Al *Telenotícies* de TV3, aquests informatius dels quals alguns reneguen perquè no s'hi senten representats, és cert que van parlar del procés, d'Artur Mas i de l'ANC. És, malgrat que els cogui, la realitat política del



Pluralitat

Amb tots els seus defectes, TV3 connecta amb una varietat de sensibilitats inexistents en altres cadenes

país. Però el mateix dimecres també hi podies veure Iceta, Sánchez-Camacho, Junqueras, Forcadès, David Fernández i els d'Unió de tots dos bàndols. I Soraya i Rajoy. També van informar de la proposta de reforma de la Constitució que va presentar Pedro Sánchez. Hi vam veure Tsipras, Juncker, Merkel i la sensacional crònica en directe de Lluís Caelles des d'Atenes. Si fa o no fa, hi podies veure les mateixes notícies polítiques que a la resta d'informatius espanyols. Uns informatius en què l'actualitat catalana és inexistents fins i tot quan un eurodiputat flamenc reivindica el català. Això sí, com a mínim a TV3 t'estalviaves veure notícies com "Rescatan a una perra de un maletero" o "Se opera veintitrés veces para parecerse a Superman". Però t'oferien el cas dels 11 del Raval, el problema dels incendis a Catalunya, un cop policial contra el narcotràfic i l'alerta de pobresa d'un estudi econòmic.

Amb tots els seus defectes i errors (que s'han de denunciar quan convingui), la necessitat de més esperit crític i l'exigència de millores, TV3 connecta amb una realitat, un entorn i una sensibilitat que no apareixen a les altres cadenes. Alguns catalans són lliures de no sentir-s'hi representats, però com a mínim a TV3 se'ls té en compte.



Menosprecio

Las obras del metro de Terrassa empezaron en 2003. Desde mucho antes, los medios de comunicación de Terrassa, diarios, radios, televisiones y diarios digitales han informado a la ciudad sobre todos los pormenores de la obra, absolutamente todos. Los medios locales hemos hecho un seguimiento exhaustivo de todo lo relacionado con una gran obra que fue utilizada políticamente de forma grosera por Convergència i Unió, por el tripartito después y ahora nuevamente por CDC.

De esa forma y no a través de ningún medio de fuera de la ciudad, los terrassenses han sido testigos de los primeros movimientos de tierras, de la fabricación a pie de obra de las tuneladoras, de la cala de llegada de los túneles a la rambla, de la instalación de las vías, de la colocación de la catenaria, de las obras en las estaciones. Se tomaron las medidas de seguridad adecuadas y no hubo nunca ningún problema para que los terrassenses pudieran, a través de sus medios, ejercer su derecho a la información.

Hoy, que sólo falta por conocer el precio del billete y los horarios; hoy que están colocando los letreros existen, al pa-

recer, insuperables problemas de seguridad y la Generalitat impedirá que fotógrafos y cámaras terrassenses puedan tomar imágenes de los trenes circulando por las vías. Será TV3 y alguien de la conselleria quienes tomen imágenes para ceder a los medios que lo soliciten. De la misma forma que es TV3 quien toma imágenes para cederlas a las demás televisiones, podría ser Canal Terrassa el medio encargado o Diari de Terrassa o cualquier otro medio local el que tomase fotografías para ceder a los demás. El conseller Vila viene a hacerse la foto y se trae a su fotógrafo.

No se entiende cómo un conseller admirado como Santi Vila consiente en su departamento tamaño ejercicio de manipulación informativa, de propaganda, de indecoroso centralismo barcelonés y de doloroso menosprecio al periodismo local y comarcal. Ejercicio que se une a la incomprensible e injustificable negativa durante más de un año de conceder a Diari de Terrassa una entrevista con el director general de Ferrocarrils de la Generalitat. No se entiende que consienta el conseller que a través de los medios locales se lleve a cabo una afrenta a la ciudad de esa magnitud.

Con todo, los medios terrassenses, boina en mano, recibiremos al conseller y a su séquito como se merecen y haremos el trabajo que graciosamente los señores de la capital permitan hacer a los lugareños.



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

Comença l'operació Cobra contra Pablo Iglesias

Un sub-sub-sub-gènere del periodisme és caçar polítics que no són de la teva corda quan van a saludar algú i el receptor del gest els ignora completament. Allò que se'n diu *fer la cobra*, en brillant imatge. Pablo Iglesias va anar a congraciar-se amb el primer ministre grec, Alexis Tsipras, però l'altre –que estava envoltat de parlamentaris– o no se'n va adonar o



no se'n va voler adonar. Resultat: els mitjans de dretes com El Confidencial i Libertad Digital hi sucaven pa. El rècord de cobrisme, però, l'ostenta encara el diari holandès *Volksrant*, que va retratar fins a nou cops Hollande amb la mà estesa cap a un líder que mirava cap a l'altra banda. L'acumulació de fotos –el muntatge estava brillantment executat– va aconseguir donar la volta al món.

Mode pausa 'on'

Com que els dos anys anteriors vaig fer vacances en períodes excèntrics, vaig aprofitar un raconet de la columna per deixar escrit que l'aturada obeïa només a causes laboro-recreacionals. Enguany les consumo en un mes prou ortodox, però es faria estrany no complir amb aquesta petita tradició. En tot cas, la prevenció dóna compte de com aquesta columna és material sensible, així que, de tant en tant, no està de més aprofitar-ho per donar les gràcies als lectors pel suport i les aportacions, al diari per l'oportunitat de reflexionar cada dia en veu alta sobre periodisme i als col·legues dels altres mitjans per entomar esportivament el que va començar sent una revista de premsa irònica. En diria post revista de premsa, però temo que llavors em fitxin a l'Ajuntament. Bones vacances, si és el cas!



Carro gana peso en la estructura mundial de Bertelsmann

CINCO DÍAS *Madrid*

Fernando Carro, presidente de Bertelsmann en España y Latinoamérica, fue ayer nombrado consejero delegado a nivel mundial de Arvato (división de servicios de la multinacional alemana), además de miembro del comité ejecutivo de la firma, máximo órgano ejecutivo formado en la actualidad por cinco personas.

Carro dirigirá la empresa de servicios que cuenta con más de 70.000 empleados en todo el mundo -9.000 de ellos en España- y factura alrededor de 4.700 millones de euros cada año, informó el

grupo. La firma está centrada en la gestión integral de procesos BPO, que engloban soluciones como servicios CRM y financieros, gestión de cadenas de suministro, y soluciones en tecnologías de la información y marketing digital. También gestiona servicios relacionados con la creación y la distribución de productos impresos y medios de almacenamiento digital.

Bertelsmann -primer grupo de comunicación en Europa con 112.000 empleados, presencia en 50 países y sede en Alemania- tiene orientado su negocio "hacia tres grandes pilares: los me-

dios de comunicación, los servicios y la educación".

Carro se incorporó a la multinacional alemana en 1993, donde ha sido director general de diversas empresas como Círculo de Lectores. En 2008, fue nombrado presidente y consejero delegado de la división Direct Group de la multinacional.

El directivo ha estado volcado en los dos últimos años, como presidente de Bertelsmann en España y Latinoamérica, en el desarrollo del negocio de educación en Latinoamérica. Ha prestado especial atención a Brasil, donde la firma ya es un actor



Fernando Carro, consejero delegado de Arvato. I. ETXAMENDI

importante en el sector educativo tras varias adquisiciones. Además, ha sido miembro del comité de dirección de Bertelsmann desde 2012. También forma parte del patronato de la Fundación Bertelsmann en España desde el año 2005.

**SECTOR EDITORIAL NOMBRAMIENTO**

BERTELSMANN INCORPORA A CARRO A SU COMITÉ MUNDIAL

BARCELONA

Bertelsmann nombró ayer a Fernando Carro miembro del Comité Ejecutivo en calidad de CEO de Arvato, la empresa de servicios del grupo. Carro, de 50 años, ha desarrollado su carrera en el grupo desde 1993 y el pasado 2012 accedió al Comité de Dirección.

En su dilatada carrera dentro del sector editorial, Carro fue responsable de Círculo de Lectores y en los últimos tiempos había sido presidente del grupo en Latinoa-

mérica y España.

Tras sus estudios universitarios de ingeniería industrial en la Universidad Politécnica de Karlsruhe, Carro comenzó su carrera profesional como periodista deportivo *freelance*. Llegó a Bertelsmann a través del Programa Central de Jóvenes Talentos. Ya un año después fue nombrado director general de la editorial de información especializada Etrasa, en Madrid, y en 1998 de la editorial Heinrich Vogel, Múnich.

Bertelsmann SE & Co. KGaA es una empresa de medios de comunicación multinacional fundada en 1835, con sede en Gütersloh, Alemania. Es uno de los principales grupos de medios a nivel global y el mayor de Europa, opera en alrededor de 55 países y da empleo a más de 100.000 personas. Posee el grupo editorial Penguin Random House y el mayor grupo de comunicación europeo, RTL Group. En 2014 la compañía facturó 16.400 millones de euros.



C's pide que las Academias de TV elijan el consejo de Telemadrid

El partido cree que es la mejor forma de “despolitizar” el ente

Eva Díaz MADRID.

El líder de Ciudadanos Madrid, Ignacio Aguado, da una vuelta de tuerca a la elección del consejo de administración de Telemadrid y plantea un nuevo sistema. Aguado sugiere que las Academias de televisión, como instituciones independientes, propongan los nombres de los miembros del consejo del canal madrileño y que después sea la Asamblea regional quien los ratifique por una mayoría de 3/5.

La formación naranja considera que una vez elegidos los representantes de la cadena a través de esta fórmula, el consejo de administración de Telemadrid debería elegir al director general del medio por 2/3 de los votos. “La intención es despolitizar, cuanto antes, el ente público para que deje de ser una herramienta de propaganda en manos de políticos”, justificó.

No se actualiza

El Partido Popular de Cristina Cifuentes y Ciudadanos rechazaron la semana pasada en la Mesa de la Cámara la propuesta del PSM de elegir a los consejeros en el pleno de la Asamblea, según informan fuentes socialistas. El partido liderado por Ángel Gabilondo aboga por cumplir la actual ley y que sean los partidos quienes propongan, en proporción a los representantes que tengan en la Asamblea, a los candidatos para el consejo de administración.

Para el PSM los responsables del ente “deben ser elegidos por consenso”, con mayoría cualificada en la Asamblea, y que sean profesionales “cualificados” e “independientes”.



Els Reis, noves estrelles de la constel·lació de Telecinco

MARIÁNGEL ALCÁZAR
Barcelona

Amb tota seguretat, tant el rei Felip com la reina Leticia tindrien un lloc com a estrelles de la cadena Mediaset, que engloba els canals Telecinco, Cuatro, Divinity, FDF, Boing i Energy, tenint en compte la cordialitat que va imperar en la seva visita a les instal·lacions del grup, ubicades a Fuencarral (Madrid), que els Reis van recórrer ahir amb motiu del 25è aniversari de Telecinco.

Els Reis, acompanyats per la vicepresidenta del Govern central, Soraya Sáenz de Santamaría, van ser rebuts per Alejandro Echevarría i Paolo Vassile, president i conseller delegat de la cadena. Amb ells van començar la visita a l'àrea d'informatius, on Leticia es va retrobar amb antics companys i, amb el Rei, es va acostar fins al plató on va reconèixer que, qual·sevol presentador d'informatius, com ella mateixa va ser, es posa nerviós quan la tècnica falla. La Reina no va caure en la temptació



Els Reis amb Ana Rosa Quintana, Manolo



JUAN CARLOS HIDALGO / EFE

Lama i Manu Carreño

d'asseure's a la cadira del presentador per si, com va dir, "em vénen les ganes de quedar-me". Abans de menjar amb els directius i els presentadors estrella, els Reis van xerrar amb tots ells. Amb vells coneguts com a Ana Rosa Quintana, Mercedes Milá, María Teresa Campos, Jesús Vázquez i Pedro Piqueras i amb altres amb qui es van trobar per primera vegada, com Jorge Javier Vázquez, a qui la Reina va preguntar pel programa *Sálvame* i per la seva faceta com a productor teatral, o Paz Padilla que, segons va confessar, va caure rendida als encants de Felip, tant que María Teresa Campos va alertar Leticia: "A la Paz li agrada el seu marit".●



RTVE preveu un increment de 50 milions d'euros en les aportacions de l'Estat

El Consell d'Administració de RTVE va aprovar dimecres el pressupost per a l'any 2016 (amb els vots en contra dels consellers de PSOE i IU), que preveu una pujada de 50 milions d'euros de les aportacions de l'Estat, fins a arribar a prop dels 342 milions d'euros, segons van informar fonts d'aquest òrgan a Europa Press. En els últims anys, el Govern havia reduït l'aportació a la cadena pública, tret de l'últim any, que la va mantenir. Així, el 2014 els Pressupostos Generals de l'Estat recollien una aportació de 292,74 milions d'euros, la mateixa que el 2013, que ja s'havia reduït un 14 per cent (en 50 milions) respecte a l'any anterior. Aquesta retallada se sumava a la disminució de 204 milions d'euros que

l'Executiu va aplicar el 2012. Aquestes mateixes fonts han explicat que part d'aquesta ajuda podria anar destinada a cobrir els costos que generaran els Jocs Olímpics de Rio de Janeiro (competició de la qual la cadena pública té els drets), la despesa dels quals rondaria, segons les previsions, els 51 milions d'euros. A més, RTVE espera "ben aviat" la decisió definitiva del Ministeri d'Hisenda respecte al percentatge definitiu que podrà deduir-se de l'IVA. Segons les estimacions de la corporació, RTVE podria estalviar prop de 70 milions d'euros amb aquesta mesura aquest primer any, si bé en anys successius la quantitat podria augmentar fins a superar els 80 milions d'euros. / Europa Press



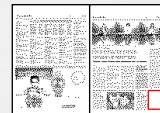
Vodafone premia a EXPANSIÓN

Expansión. Madrid

Ignacio del Castillo, periodista de EXPANSIÓN, ha ganado el XV Premio de Periodismo de la Fundación Vodafone España. Del Castillo ha ganado el *Premio Online*, ex aequo con José Manuel Nieves, del diario ABC.

Este premio reconoce al profesional que haya destacado por la difusión de la comunicación a través de nuevos canales alternativos y en el caso de Del Castillo se le ha otorgado por su blog *TecnoEstrategias*, que se publica en la

web de EXPANSIÓN. Rebeca Arroyo, redactora de *Europa Press*, ha logrado el *Premio a un profesional de la Comunicación*, mientras que el *Premio a la trayectoria profesional* se ha concedido a las dos universidades a distancia, la Universidad Nacional de Educación a Distancia y la Universitat Oberta de Catalunya. Ignacio del Castillo pertenece a la plantilla de EXPANSIÓN desde 1988 y está especializado en información sobre tecnología y telecomunicaciones.



TV DE PAGAMENT

Telefónica unifica Canal+ i Movistar TV

Des del 8 de juliol, les dues principals plataformes de TV de pagament espanyoles, Movistar TV i Canal + (totes dues propietat de Telefónica) han començat a unificar les seves ofertes. Així, des de 20 euros al mes, Movistar+ ofereix més de 80 canals amb cine, sèries, infantils i documentals, així com un nou C+ i el servei Yomvi. ≡



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

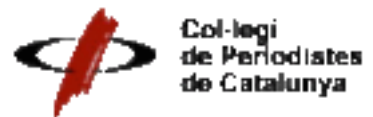
acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
10/07/15	Una calle para el periodista Javier Bueno / Periodistas en Español	35	1
10/07/15	Jorge Oller: He tratado de informar con la cámara fotográfica / Cuba Debate	36	3

Periodisme i Mitjans de comunicació



Una calle para el periodista Javier Bueno

Viernes, 10 de julio de 2015

Cuarenta años después del fallecimiento del dictador y cumplidos ya setenta y seis desde que las tropas franquistas entraran en Madrid e iniciaran el cambio de nombres en el callejero de la capital de la República, la alcaldesa Manuela Carmena cumplirá con lo establecido en la Ley de Memoria Histórica aprobada en octubre de 2007. Esto quiere decir, ni más ni menos, que durante casi ocho años, ocho, ni Alberto Ruiz Gallardón, ni Ana María Botella Serrano, alcaldes del Partido Popular, cumplieron lo establecido por dicha ley, tal como sigue ocurriendo en otras ciudades de España gobernadas por el PP. Quisiera aprovechar por ello la ocasión que me brinda el cambio de nombre de hasta 170 calles madrileñas, para solicitar a la actual alcaldesa de Madrid, si lo tuviera a bien, recuperar para la actual calle del Divino Pastor el nombre del periodista madrileño Javier Bueno y Bueno, director del diario socialista Avance de Asturias y combatiente contra el franquismo en las trincheras de Oviedo. Fue precisamente por su actitud combativa, pasando de escribir en el citado periódico a luchar en el frente -donde resultó herido-, por lo que en septiembre de 1936 se le impuso a la vieja calle del Divino Pastor el nombre del periodista, nacido en la vecina calle de Fuencarral. También en su memoria, la Asociación de la Prensa de Madrid instituyó hace años el Premio Javier Bueno, dado que fue presidente de esa entidad bajo el nombre de Agrupación Profesional de Periodistas. Al director de Avance y luego director del diario socialista Claridad hasta el final de la Guerra de España se le consideró como uno de los más queridos periodistas republicanos de su tiempo. Su nombre saltó a las páginas de la prensa internacional por haber sido detenido y torturado durante la llamada Revolución de Octubre en Asturias en 1934. Como a Manuela Carmena, participo asimismo esta misma sugerencia al nuevo equipo de gobierno del Ayuntamiento de Oviedo, que deberá hacer lo propio con los nombres del callejero adscritos a la dictadura, pues en la capital de Asturias fue donde Javier Bueno se comprometió hasta tal extremo con su profesión que sufrió varios encarcelamientos por los artículos publicados en Avance en 1934. Internado en la cárcel modelo tras la revuelta de octubre de ese año, fueron sin duda estos antecedentes los que determinaron su condena a la última pena cinco años después. Refugiado en la embajada de Panamá al término de la Guerra de España, Javier Bueno y Bueno fue encarcelado en la prisión de Porlier dos días después de la entrada en Madrid del ejército vencedor y fusilado en septiembre de 1939 a los 48 años de edad. ¿Te interesan nuestros contenidos? Apoya el periodismo independiente con Dropcoin

Jorge Oller: He tratado de informar con la cámara fotográfica

Viernes, 10 de julio de 2015

Por Gladys Rodríguez Ferrero estar dentro de los acontecimientos, muy consciente de que mis ojos eran los de miles de lectores que querían estar sentados en la mejor butaca de la primera fila Jorge Oller: Tuve el privilegio de trabajar en el diario Combate, en la Agencia de Noticias Prensa Latina, en el periódico Hoy y por último fui fundador de Granma. He leído, y cito, que La fotografía, surgió en el mundo y se introdujo en Cuba debido, precisamente, a que el hombre, a lo largo de toda su historia ha tratado de estudiar la naturaleza que lo rodea y a sí mismo, también trató de dejar constancia de estas observaciones, para las futuras generaciones. Eres el historiador de la fotografía del foto reportaje en Cuba, ¿hasta dónde estas llamadas observaciones fotográficas, son patentes en esta historia? La fotografía es uno de los tantos hijos que alumbró la revolución industrial, como lo fueron la electricidad, la máquina de vapor, el telégrafo y muchísimos inventos más, tan tremendamente útiles y familiares que apenas nos damos cuenta de ellos. Las llamadas observaciones fotográficas vinieron a documentar, a dar fe real de vida y a divulgar el maravilloso desarrollo de la civilización y su entorno, vigentes en la gran historia cubana y referida en el más universal de los idiomas: la imagen fotográfica. Si tenemos en cuenta que la fotografía periodística y la invención del fotograbado dieron a conocer al mundo imágenes de nuestra Guerra de Independencia, pudiéramos afirmar entonces que no es posible separar la historia de la fotografía cubana de la historia del país porque fue un fiel reflejo de está cubriendo la necesidad informativa-comunicativa y la documental testimonial. ¿Cuándo, quiénes y dónde aparecen los primeros fotorreporteros cubanos? El primer fotograbado fue publicado en el semanario ilustrado El Museo, el 25 de marzo de 1883, gracias a los esfuerzos del grabador portugués Alfredo Taveira. Era un proceso muy lento y paciente que requería días de intenso sol. Dos años más tarde, ya desaparecido El Museo, y mejorado el proceso, Taveira comenzó a hacer los fotograbados para las revistas La Habana Elegante y El Fígaro. Pero todos fueron retratos de figuras prominentes realizados en galerías fotográficas. El primer fotógrafo dedicado al periodismo se forjó en el semanario La Caricatura. Ocurrió que el 4 de septiembre de 1887 su director, el dibujante José A. Rodríguez, que firmaba Helio, publicó un apunte de un crimen pasional que llamó poderosamente la atención de los lectores y decidió usar la fotografía para reflejar los principales sucesos policiales ocurridos en la capital y reproducirlos en su semanario por medio de la litografía. Para ello, contrató al fotógrafo Higinio Martínez. El domingo 19 de agosto de 1888, La Caricatura salió con la primera información fotográfica de Higinio titulada El crimen de Santiago de las Vegas con once fotografías mostrando a Pedro María Álvarez, el joven asesinado, el lugar del hecho, el asesino y unos testigos y autoridades. Esta primera información gráfica tuvo tanto éxito que, a solicitud del público, imprimió tres ediciones más. La Caricatura aumentó la tirada y los éxitos se multiplicaron con nuevos hechos de sangre que retrataba Higinio. Seis meses después, el 1º de febrero de 1889, Helio contrató también a Juan Francisco Steegers, y solicitó

fotografías de cualquier suceso que ocurra y lo quiera presentar a esta redacción, se le gratificará generosamente tanto más cuanto de mayor sea la importancia del suceso. Este anuncio animó a los fotógrafos José Gómez de la Carrera, Esteban Mestre, Pedro A. Fantalora, Antonio Pacios, P. Rodríguez y Francisco Cabrera, que se dedicaban a retratar en banquetes, fiestas sociales y actividades culturales, a colaborar ocasionalmente con la revista. La ocupación norteamericana, luego de la independencia de España, repercutió, en algún modo, en el fotorreportero cubano. ¿Pudieramos afirmar que los aspectos más importantes de la realidad cubana quedaron reflejados en su fotografía, como memoria o acontecimiento histórico? En realidad no fue tanto la ocupación norteamericana lo que influyó en la fotografía cubana como los grandes cambios que hubo en los procesos tecnológicos mundiales a partir de la década de 1880. Antes, los fotógrafos estaban obligados a sensibilizar sus propias placas y, estando aun húmedas, se exponían en la cámara fotográfica y seguidamente se revelaban. De secarse perdían la sensibilidad y la imagen no se impresionaba. Ello obligaba a tener el cuarto oscuro al lado de la cámara para prepararlas. La fabricación de las placas secas por las industrias europeas y norteamericanas permitió sacar la cámara de galería y retratar en la calle en cualquier momento y lugar, sin la necesidad de tener un cuarto oscuro al lado. Son los momentos en que aparecen los redactores fotográficos y los fotógrafos a domicilio quienes, con José Gómez de la Carrera al frente, reportarían la Guerra de Independencia captando excelentes fotografías que fueron publicadas en la prensa mundial. Después de la explosión del Maine, vinieron cientos de fotógrafos norteamericanos de distintos órganos de prensa a reportar e historiar la Guerra, pero a pesar de sus recursos, ninguno superó la experiencia y la calidad de los cubanos como se puede apreciar, por ejemplo, en las colecciones de El Fígaro, editadas durante la Guerra de Independencia. La ocupación yanqui más bien facilitó que la industria fotográfica norteamericana pudiera controlar el comercio que antes dividía con los fabricantes europeos. Fue un momento en que la fotografía se abarató y estuvo al alcance de todos. Los más afamados fotógrafos de las lujosas galerías habaneras la llamaron la época de la vulgarización de la fotografía, pues cualquier improvisado con un cámara se ganaba mejor la vida que ellos retratando en la calle a precios mucho más bajos. ¿Cuáles eran los tipos o modelos de cámaras fotográficas con las que realizaban su trabajo nuestros periodistas? Las cámaras que se usaban a finales del siglo XIX eran grandes, de planchas de 8 x 10 o de 5 x 7 pulgadas, lo que hacía imprescindible el uso de un trípode. Completaba el equipo un objetivo con su obturador y un maletín donde se almacenaban las placas que se iban a usar, un paño negro para poder enfocar y una empuñadura acanalada donde se esparcían y prendían los polvos de magnesio para retratar de noche. A principios del siglo XX se impuso la Graflex sobre el resto de las marcas de cámaras fotográficas para reporteros gráficos. En el mundo han sido muchos los buenos fotógrafos. Robert Capa, por ejemplo, creó espectaculares imágenes sobre la guerra. Son famosas las que tomó durante la Guerra Civil Española o Corea. Entre los fotorreporteros cubanos a quién usted señalaría como el iniciador de esta especialidad. Y estoy pensando, en su artículo sobre el incendio de la Ferretería Isasi, ocurrido a fines del siglo XIX, en el que usted afirma que es Higinio Martínez la primera fotorreportero cubano. ¿Cómo llega Oller a tal convicción? Bueno, La Caricatura lo refiere en sus páginas e historiadores de la prensa tan prestigiosos como Rafael Soto Paz quien

lo señala en su artículo La Prensa Cubana de 1902 a 1952 publicada en el Libro de Cuba, La Habana, 1954, pág. 667, o el Directorio de Periodistas editado en 1957. En fin hay unidad de criterios sobre esto. ¿Cuáles han sido las fuentes por usted investigadas a lo largo de su vida como fotorreportero para la realización de una obra de tanta envergadura como la historia que ha escrito sobre esta especialidad de la fotografía que, sin lugar a dudas, es fiel reflejo del patrimonio del país? Hemos encontrado datos en los escritos sobre la historia del periodismo que escribió Rafael Soto Paz a mediados del pasado siglo y en la documentada obra El Periodismo en Cuba del historiador Juan Marrero. Existe el relato de Rafael Pegudo en el libro del Cincuentenario de la Asociación de Reportes y en otros artículos que se refieren a esta especialidad periodística. Tengo archivados casi todos lo