



02/09/2015

Recull de Premsa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

22



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/09/15	LA SANGRE NUEVA DEL FOTOPERIODISMO / El País	5	1
02/09/15	LA BATALLA DELS OPERADORS PER LA BANDA AMPLA ES TRASLLADA A LA TELEVISIÓ / La Vanguardia.cat	6	1
02/09/15	VODAFONE ESPAÑA RECURRE A NETFLIX EN LA GUERRA TELEVISIVA CON TELEFÓNICA / Cinco días	7	1
02/09/15	EL PP NECESITARÁ A PSOE Y C'S PARA NOMBRAR LA CÚPULA DE TELEMADRID / Abc	8	1
02/09/15	CIFUENTES AHORRARÁ 2,3 MILLONES CON LA DISOLUCIÓN DEL CONSEJO CONSULTIVO / El Economista	9	1
02/09/15	VODAFONE DISPUTARÁ LA TELEVISIÓN DE PAGO A MOVISTAR CON NETFLIX Y EL FÚTBOL / El País	10	1
02/09/15	OPTIMA NETWORK. PÀGINES WEB MÉS RENDIBLES / La Vanguardia.cat	11	1
02/09/15	VODAFONE SE ALÍA CON NETFLIX PARA PLANTAR CARA A MOVISTAR+ / Expansión	12	1
02/09/15	UN PAÍS QUE NO ENSENYA TV-3 / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	13	1
02/09/15	PODEMOS IMPIDE LA REAPERTURA INMEDIATA DE CANAL 9 / Abc	14	1
02/09/15	18 DIARIOS BRITÁNICOS SE UNEN CONTRA LA CRISIS PUBLICITARIA / El País	15	1
02/09/15	EL CONSUMIDOR I L'ERA DIGITAL / La Vanguardia.cat	16	1
02/09/15	ANKARA AGREUJA LA SEVA OFENSIVA CONTRA ELS MITJAN DE COMUNICACIÓ CRÍTICS / La Vanguardia.cat	17	2
02/09/15	FÚTBOL MOVISTAR+: «EL PRECIO POR LA CHAMPIONS ES INASUMIBLE» / Abc	19	1
02/09/15	ELNACIONAL.CAT DE JOSÉ ANTICH FITXA QUICO SALLÉS I PILAR CARRACELAS / Ara	20	1
02/09/15	CELLNEX POT INGRESSAR 30 MILIONS MÉS AMB ELS NOUS CANALS DE TDT / Ara	21	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Soldados franceses en una trinchera en Bambari (República Centroafricana), en el verano de 2014. / ÉDOUARD ELIAS

La sangre nueva del fotoperiodismo

El festival Visa pour l'Image reúne en la ciudad francesa de Perpignan a las últimas hornadas del reportero, pero no olvida a figuras del género como Eli Reed o Gerd Ludwig ni de rendir homenaje a 'Charlie Hebdo'

ÁLEX VICENTE, París

El fotoperiodismo vuelve a invadir Perpignan. La 26ª edición de Visa pour l'Image, el festival de referencia que aspira a tomar anualmente la temperatura de la fotografía de prensa en todo el mundo, se celebra hasta el 13 de septiembre en una decena de sedes del centro de esa ciudad francesa, convertida en lugar de encuentro para profesionales y aficionados. En el programa de esta edición, compuesto por 24 muestras gratuitas y decenas de proyecciones nocturnas al aire libre, sobresale una voluntad de apertura a las nuevas generaciones del reportero. "No fue premeditado escoger a tantos jóvenes, porque no creo en las cuotas. Para mí, solo existen dos categorías: los buenos fotógrafos y los malos", afirma el director de la muestra, Jean-François Leroy. "Sin embargo, que haya tantos jóvenes con talento me tranquiliza. Demuestra que, pese a las dificultades que vive el sector, esta profesión no está muerta".

El menor de todos ellos es el francés Édouard Elias, de 24 años, quien en 2013 pasó diez meses secuestrado en Siria. En Perpignan expone su última serie, sobre la acción de los soldados de la Legión Extranjera en la República Centroafricana, de la tensa espera en la retaguardia al combate, en plena tormenta de arena, en las trincheras de Bambari. El conflicto bélico y las turbulencias políticas vuelven a ser, un año más, el eje de un programa especialmente duro, plagado de imágenes que no dejan indemne a nadie.

El venezolano Alejandro Cegarra, de 26 años, indagó durante meses en la herencia de Hugo



Una de las veladas de proyección fotográfica al aire libre en el festival de Perpignan. / MAZZEN SAGGAR

Chávez en Venezuela, donde sus seguidores aspiran a perpetuar su legado, mientras que el somali Mohamed Abdiwahab, de 28 años y formado a través un curso por correspondencia, retrató la difícil situación de su país, casi inaccesible para los reporteros extranjeros. Gracias a su nacionalidad, el ruso Sergey Ponomarev, de 35 años, logró adentrarse en la Siria de Asad para retratar la perturbadora cotidianidad de quienes viven bajo las bombas. En una imagen, un niño parece celebrar su cumpleaños entre los escombros. En otra, una familia regresa al apartamento que abandonó dos años atrás para instalarse de nuevo en él, pese a estar en ruinas.

Entre los profesionales que exponen también figuran más mujeres de lo habitual. Entre ellas, fotógrafas que apenas superan la treintena, como Diana Zeyneb Alhindawi, reportera rumanoiraquí que retrata a las víctimas de violaciones en la República Democrática del Congo, o la canadiense Adrienne Surprenant, que indaga en los preparativos para la construcción del nuevo canal interoceánico en Nicaragua, tres veces mayor que el de Panamá.

Por su parte, la francesa Viviane Dalles, de 36 años, siguió durante meses a las madres adolescentes en el norte francés, mientras que la estadounidense Nancy Borowick, de 30 años, hizo una

crónica del tratamiento médico de sus padres, a quienes se diagnosticó a la vez un cáncer avanzado, en una de las series más devastadoras de esta edición. En ella desaparecen las fronteras entre lo público y lo privado. "Si me dedico a esto, es para contar historias a través de la imagen. La fotografía no solo es mi trabajo, sino también mi vida, mi carrera, mi pasión y una gran parte de quien soy", explica Borowick, quien decidió rendir homenaje a sus progenitores en el último episodio de sus vidas.

Los consagrados

Pese a este rejuvenecimiento, el festival no gira la espalda a las figuras consagradas. La gran retrospectiva de esta edición homenajea a Eli Reed, gran fotógrafo de la agencia Magnum. Revisa su trayectoria de más de 50 años a través de casi 300 instantáneas, que configuran una especie de retrato colectivo de la población estadounidense.

Otro veterano como el alemán Gerd Ludwig recorre el circuito turístico de la antigua central de Chernóbil y la ciudad fantasma de Pripjat, donde vivieron 50.000 personas antes de la catástrofe nuclear.

Daniel Berehulac sigue los estragos de la epidemia del ébola en África Occidental, mientras que Stephanie Sinclair retrata a las llamadas diosas vivientes del Nepal, preadolescentes del valle de Katmandú veneradas por su parecido con una deidad protectora. Además, una exposición rinde homenaje a Charlie Hebdo a través de decenas de fotos que revisitan la historia de la revista.

El toque hispano

Dos nombres aportan un toque hispano al programa. El madrileño Juan Manuel Castro Prieto, de la agencia Vu y reputado positivador, retrata a las comunidades rurales de las cordilleras del Perú. El argentino Andrés Kudacki siguió tres años a víctimas de desahucios en España. Las imágenes desprenden una intimidad capturada en el instante en que la policía llamaba a la puerta.



La batalla dels operadors per la banda ampla es trasllada a la televisió

La digitalització pot suprimir 20.000 llocs de treball en les telecomunicacions

ROSA SALVADOR
Santander

La batalla dels operadors de telecomunicacions per guanyar quota de mercat de banda ampla s'ha traslladat a la televisió amb la compra d'Ono per part de Vodafone i de Digital Plus per Telefónica. I especialment a l'accés a continguts exclusius. "Tenir o no tenir accés al futbol pot fer que un consumidor passi el mòbil, el fix i internet de Vodafone a Telefónica", va advertir Antonio Coimbra, conseller delegat per a Espanya del grup britànic, a la 29a Trobada de Telecomunicacions que organitza la UIMP a Santander. "L'accés als continguts és ara mateix el problema més important que pot frenar el creixement del sector a Espanya", va assegurar.

Coimbra va anunciar ahir a Santander que Vodafone incorporarà a partir de l'octubre la televisió a la carta de Netflix, líder mundial en oferta televisiva per internet, per als clients de televisió de pagament. Vodafone, que ha guanyat en els últims mesos 800.000 clients de televisió de pagament en la seva proposta convergent One, reforça així l'oferta de sèries i pel·lícules per competir amb Telefónica, que té l'oferta de Digital Plus, que va recordar que ha portat a l'Audiència Nacional l'acord de la CNMC que va fixar les condicions de compra de Digital Plus, i especialment el sistema de pagaments mínims que dificulta els operadors entrants davant Telefónica, primer operador del sector amb el 85% dels ingressos de televisió de pagament a Espanya. Segons Coimbra, el nou sistema multiplica per quatre el preu que va pagar Ono pels mateixos continguts l'any passat. Telefónica, per la seva banda, també va arremetre contra el sistema imposat per la CNMC, que l'obliga a obrir el 50% dels continguts premium als competidors: aquests han ob-



ANDREW HARRER / BLOOMBERG

Vodafone oferirà el servei Netflix a partir del mes d'octubre

tingut els drets de la Lliga de Campions per un preu, al seu parer, molt inferior al qual ara el titular dels drets (Mediapro) vol cedir-los.

L'oferta de televisió de pagament s'ha convertit en la clau per atreure els clients a contractar alts amplex de banda i paquets convergents (fix, mòbil i televisió) que diferencien els operadors de xarxa (Telefónica, Vodafone i Orange, que acaba d'integrar Jazztel) davant els operadors mòbils virtuals i Yoigo, que estan centrant l'estratègia a competir amb baixos preus.

Els operadors estan disparant la inversió en noves xarxes fixes de fibra i mòbils d'alta velocitat. "Cada persona consumirà mil vegades més dades que ara en sis o set anys", va assegurar Félix González Quesada, vicepresident de Qualcomm Espanya. Coimbra va assegurar que la inter-

Cellnex vol créixer a Europa

Cellnex vol continuar creixent a Europa, després de la compra d'actius de Wind a Itàlia, va explicar el conseller delegat, Tobías Martínez, i "la consolidació del sector donarà oportunitats per a empreses com la nostra d'adquirir part de les infraestructures de xarxa de les quals els operadors es vegin obligats a desprendre's". Martínez va advertir que a Europa només el 10% de les xarxes són propietat d'operadors d'infraestructures, i no dels mateixos prestadors de serveis, a diferència del que passa als Estats Units o a la Gran Bretanya, i aquest és un dels factors

que al seu parer expliquen el desenvolupament més gran de les xarxes d'última generació en aquests països. "Un operador d'infraestructures afavoreix un desplegament més ràpid i barat de les noves xarxes", va recordar, especialment en zones menys densament poblades on és més difícil rendibilitzar-les. Martínez va assenyalar que la companyia "té capacitat d'endeutament per emprendre noves oportunitats d'inversió si es presenten" després d'haver emès 600 milions d'euros en bons al juliol. "El nostre objectiu són els grans mercats europeus, no tots els països".

net de banda ampla ultraràpida "obre un nou cicle tecnològic que donarà entrada a noves empreses que ni tan sols no som capaços d'imaginar, com va passar amb els Google o Facebook l'any 2000".

Per cobrir aquestes necessitats, va explicar, el seu grup està "invertint el 20% dels seus ingressos anuals a Espanya en desplegament de xarxa: 1.100 milions l'any passat i una xifra similar aquest any". Això li ha permès tenir ja cobertura de mòbil ultraràpid 4G en 160 ciutats, que suposen el 81% de la població i 8 milions de persones amb accés a la xarxa de fibra, dels quals 1,8 milions ja són clients. Una inversió, va recordar, "especialment

Vodafone incorpora Netflix i inicia una batalla legal pels continguts contra Telefónica

valenta perquè l'hem feta en uns anys en què els ingressos del sector han continuat caient: han baixat un 28% del 2009 al 2014 i el benefici operatiu (ebitda) un 40%, mentre que els operadors han augmentat la seva inversió un 17%.

Aquesta necessitat dels operadors d'invertir malgrat que els ingressos no creixen a aquest ritme els obligarà a prendre mesures per guanyar eficiència, va advertir Jaime Rodríguez-Ramos, soci responsable d'estratègia de telecomunicacions de Deloitte, que va assegurar que una digitalització més gran i l'automatització de les operacions permetrà al sector suprimir 20.000 llocs de treball (la meitat dels 40.000 llocs de treball actuals) en els propers tres anys. "Hi ha, en canvi, marge per crear milers de nous llocs de treball, de més valor afegit, lligats al desenvolupament de les noves empreses i aplicacions que possibiliten les noves tecnologies", va advertir. Segons Deloitte, els ajustos d'ocupació més importants pot realitzar-los Telefónica (amb 30.000 treballadors). "Els nous operadors tenen estructures més lleugeres, i tenen ingressos per treballador molt més grans", va resumir. ●



El consejero delegado critica la posición de Movistar en la TV de pago

Vodafone España recurre a Netflix en la guerra televisiva con Telefónica

Vodafone ha decidido apoyarse en Netflix para librar su guerra con Telefónica en el competitivo negocio de la televisión de pago. Será la primera teleco en ofrecer esta plataforma televisiva estadounidense.

SANTIAGO MILLÁN Santander

Vodafone parece haber reavivado aún más la guerra en el negocio de la televisión de pago en España. Así, Antonio Coimbra, consejero delegado de Vodafone España, anunció ayer que su compañía va a ser la primera en ofrecer en España la plataforma de televisión de pago Netflix, "el servicio de televisión por internet más importante del mundo".

En su ponencia en el *Encuentro de Telecomunicaciones* que organiza la patronal Ametic en la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo de Santander, Coimbra explicó que Netflix estará disponible a través de Vodafone TV cuando la compañía lance su servicio en España el próximo mes de octubre.

De esta forma, los usuarios de Vodafone TV sumarán a su oferta habitual de contenidos "una amplia variedad de series, películas, documentales y títulos infantiles". Entre ellos figuran series originales en exclusiva como *Narcos*, *Marvel's Daredevil*, *Sense8*, *Bloodline*, *Grace and Frankie*, *Unbreakable Kimmy Schmidt* o *Marco Polo*.

Netflix estará disponible en Vodafone TV a través de una aplicación en el descodificador. Los clientes podrán utilizar este nuevo servicio sin tener que actualizar sus aparatos. La plataforma televisiva estadounidense también estará al alcance en *smartphones* y *tablets*, a través de la aplicación Netflix disponible en las tiendas de aplicaciones.

En este sentido, la propia Netflix anunció la pasada primavera que lanzaría sus servicios en España durante el mes de octubre, en un primer momento con una oferta menor a la que tiene en otros países europeos, si bien con la intención de ampliarla poco a poco. En cualquier caso, su aterrizaje se aproxima y parece que las telecos quieren contar con su apoyo en la dura pugna que se mantiene en el sector en estos momentos.

Y es que la televisión se ha situado en el centro del negocio de telecomunicaciones. En este sentido, y en su propia



El consejero delegado de Vodafone España, Antonio Coimbra, ayer, en Santander. EFE

AJUSTE

COMIENZA LA NEGOCIACIÓN DEL ERE

● **Vodafone remitió ayer** a los sindicatos que representan a su plantilla la documentación sobre el expediente de regulación de empleo (ERE) anunciado en julio pasado y que afectará a 1.297 empleados, casi un 21% del total de la plantilla.

● **La compañía, que en 2014** cerró la compra de la operadora Ono, justificó la medida por causas económicas, productivas y organizativas.

● **La mesa de negociación** ha quedado constituida y el periodo de diálogo se extenderá durante un plazo de un mes. Los sindicatos ya han rechazado el pretendido ajuste de personal y han convocado las primeras movilizaciones.

ponencia, Antonio Coimbra lanzó también un duro ataque contra el "dominio" de Telefónica en el negocio de la televisión de pago en España. En su opinión, la operadora rival tiene en la actualidad el monopolio en este segmento tras la adquisición de Canal+, operación cerrada durante la pasada primavera tras recibir el visto bueno de la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia (CNMC).

"Ha pasado a tener el monopolio del negocio y ahora puede contaminar todo el mercado de la convergencia fijo móvil al sacar partido de su posición en los contenidos", dijo Coimbra, precisando que Telefónica tiene tras la compra una cuota de mercado en la televisión de pago del 85%. "El año pasado ya advertimos del riesgo de la operación", insistió.

El directivo aseguró que las condiciones con las que las autoridades reguladoras aprobaron la compra de Canal+ fueron insuficientes. "Por eso hemos recurrido a la Audiencia Nacional", señaló el ejecutivo, quien precisó que en el recurso han pedido que se incrementen los contenidos *premium*

que Telefónica debe abrir desde el 50% al 75%. Coimbra también entró en la guerra del fútbol televisado. Así, el ejecutivo afirmó que el año pasado, el coste de los derechos del fútbol fueron de 600 millones. "Este año ha sido similar, pero a Vodafone el acceso al fútbol le ha costado cuatro veces más. Supongo que para todos los demás operadores será similar", afirmó el directivo. Coimbra dijo también que Telefónica y Canal+ cuentan

con el 90% de los derechos del fútbol, pero asumen solo el 63% de los costes totales.

En cualquier caso, Antonio Coimbra destacó la fortaleza de la oferta televisiva de su compañía. Así, señaló

que Vodafone TV cuenta con más de 120 canales y está disponible para HFC y fibra. Entre los contenidos, según detalló el ejecutivo, mantiene una amplia oferta de fútbol, precisando que los clientes pueden acceder a todos los contenidos principales de fútbol por seis euros al mes.

El consejero delegado de Vodafone España indicó que la empresa tiene en la actualidad cerca de 800.000 clientes de televisión de pago.

Vodafone TV tendrá disponible la aplicación el próximo mes de octubre

Coimbra avista un nuevo ciclo de crecimiento

Antonio Coimbra afirmó que el sector está iniciando un nuevo ciclo de crecimiento. "Hemos invertido en el despliegue de nuevas infraestructuras de fibra y 4G y además coincide con un nuevo ciclo económico, que va a ayudar al sector", señaló el consejero delegado de Vodafone España, quien insistió en que los ingresos se están estabilizando. En el

último trimestre, los ingresos del sector en España cayeron un 0,7% tras bajar durante más de un lustro. "Ahora estamos empezando el nuevo ciclo con la banda ancha ultrarrápida, que va a promover nuevos servicios que nos van a dar este crecimiento", señaló.

El directivo recordó que el sector ha sufrido con la crisis, con una caída de in-

gresos acumulada del 28% entre 2009 y 2014. Pero, aun así, recordó que se ha seguido invirtiendo mucho. "En el último año, invertimos más de 1.100 millones de euros, un 50% más que en el ejercicio anterior. Suponen más del 20% de nuestros ingresos", afirmó.

Coimbra indicó que en el despliegue de 4G, la teleco llega ya a más del 80% de

los hogares y 1.600 municipios. En el ámbito de la fibra también Vodafone ha invertido mucho, según Coimbra, quien recordó que con la compra de Ono, la teleco llega con su red a más de ocho millones de hogares.

En clientes de fibra, Vodafone tiene 1,76 millones de clientes, por 1,72 millones de Telefónica y 425.000

usuarios de Orange, según aseguró Antonio Coimbra, quien indicó que la iniciativa Vodafone One ha cristalizado la oferta convergente tras la compra de Ono.

"Ono era el experto en fibra y Vodafone el experto en 4G, y ahora tenemos más de 500.000 clientes de Vodafone One", señaló ayer el ejecutivo durante su intervención en Santander.



El PP necesitará a PSOE y C's para nombrar la cúpula de Telemadrid

El Gobierno cede ante la oposición; requerirá el consenso de al menos tres grupos de la Asamblea de Madrid

ITZIAR REYERO
MADRID

La negociación entre el Gobierno regional y los grupos de la Asamblea de Madrid en torno a la reforma integral de la ley que regula el ente público Radio Televisión Madrid avanza. Si en el esquema inicial que salió la semana pasada de la Puerta del Sol se apuntaba a que el nombramiento del nuevo Consejo de Administración debía hacerse por mayoría de tres quintos de la Cámara y, en caso de bloqueo, simplemente por mayoría absoluta, lo cierto es que el equipo de Cristina Cifuentes ha echado marcha atrás y mantendrá la exigencia de una mayoría cualificada. Es más, en lugar de tres quintos se requerirán dos tercios de la Asamblea para aprobar la renovación del Consejo.

Con arreglo al actual reparto de la Cámara regional, el PP (48 escaños) estará obligado a pactar, al menos, con PSOE (37) y Ciudadanos (27) para sacar adelante la nueva cúpula de Telemadrid. Sólo con el voto de populares y socialistas no llegan al 66% de los sufragios, por apenas dos décimas.

El portavoz del Gobierno y consejero de Presidencia, Ángel Garrido, encuadró este requiebro como un gesto de su voluntad de lograr el máximo consenso posible. «Estamos abiertos», recalcó en alusión a incorporar las demandas de la oposición en la nueva normativa de Telemadrid.

El mayor escollo en este momento con Ciudadanos -partido con el que el PP se ha comprometido a «despolitizar» el ente público- radica en quién debe proponer los nombres de los nuevos consejeros, que se reducen de los



Cifuentes y Garrido, ayer, tras el Consejo de Gobierno

COMUNIDAD DE MADRID

nueve actuales a siete. El partido de Ignacio Aguado exige que sean asociaciones de profesionales como la Academia de la Televisión o la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) las que seleccionen a los consejeros, que luego ratificaría la Asamblea. Ni PP ni PSOE ni Podemos atienden, en principio, a esta fórmula. Crean que «corporativizar» el Consejo no garantiza su independencia.

Aguado: «Que se aclare»

Cifuentes ha recibido en las últimas horas críticas de la oposición por insistir en que no descarta el cierre de la televisión si no logra aminorar el caudal de fondos públicos para subsistir. «No he dicho ni mucho menos que vaya a cerrar Telemadrid. Vamos a intentar sacar entre todos ese modelo de televisión pública, plural, de calidad, con audiencia elevada y tratar de que sea viable económicamente. Si no es así, no descarto nada, tampoco el cierre», enunció ayer en la rueda de prensa posterior al Consejo de Gobierno. Su máxima: hay otras prioridades de gasto, principalmente social -educación, sanidad- antes que seguir sosteniendo un medio de comunicación público. Ignacio Aguado se lo afeó por la mañana: «Que se aclare con el modelo que quiere para Telemadrid».

Aprobado el proyecto de ley

Cifuentes da la «puntilla» al Consejo Consultivo regional

I. REYERO MADRID

Al Consejo Consultivo de la Comunidad de Madrid apenas le quedan unas pocas semanas de vida. El Gobierno de Cristina Cifuentes aprobó ayer el proyecto de ley que pone fin a este órgano, donde se sientan los expresidentes Joaquín Leguina, del PSOE, y Alberto Ruiz Gallardón e Ignacio González, del PP. Como miembros natos del Consejo tenían derecho a un sueldo vitalicio de 100.560

euros anuales, es decir, 5.525 euros netos al mes. El ahorro estimado, según la presidenta, es de 2,3 millones de euros, si bien el coste real en 2014 fue de 3,5 millones de euros, casi un millón en los salarios de los once altos cargos que se sientan en el órgano de carácter consultivo.

El Ejecutivo envía ahora el proyecto de supresión a la Asamblea, donde se aprobará en procedimiento abreviado y con la anuencia de to-

dos los grupos políticos. Cifuentes quiere pactar con todos ellos un nuevo estatuto para considerar y reconocer a los expresidentes de la Comunidad, lo que podría incluir algún tipo de remuneración o facilidades como despacho y secretaria, tal y como se dispone en otras regiones de España. «El futuro de los expresidentes es algo que tenemos que abordar», apostilló la mandataria regional, que cumple así otro de sus acuerdos con Ciudadanos.

El último en incorporarse al Consejo fue Ignacio González, en el mes de julio, pese a que conocía los planes de supresión de Cifuentes.



Cifuentes ahorrará 2,3 millones con la disolución del Consejo Consultivo

“Su función tenía sentido, pero su composición la desvirtuó”, asume su Gobierno

José Luis Bajo Benayas MADRID.

La presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, dio ayer el último paso para disolver definitivamente el Consejo Consultivo de la región. Tal y como anunció en julio, el Consejo de Gobierno madrileño remitió a la Asamblea el proyecto de Ley para la supresión de este polémico órgano, creado en 2007 y que aseguraba plaza y salarios brutos de más de 100.000 euros al año a los expresidentes de la autonomía.

En concreto, el proyecto de Ley fue remitido por el procedimiento de lectura única para que su aprobación se produzca lo antes posible, aunque fuentes del Ejecutivo regional explicaron a *elEconomista* que “si no hay imprevistos en la Asamblea, la fecha que se baraja para el cierre definitivo estará entre finales de año y principios del próximo”.

“Si sale adelante el proyecto de ley, la supresión supondrá un ahorro de 2,3 millones de euros para todos los madrileños”, aseguró la presidenta regional ante los medios de comunicación. Cifuentes insistió en que el cierre del órgano, al que la cuyo presupuesto anual supera los 4 millones de euros, “no supondrá merma alguna para la imparcialidad e independencia de la Administración Pública”.

Y es que las tareas de las que se ocupaba (la más importante, emitir dictámenes sobre proyectos legislativos del Ejecutivo regional), será asumida ahora por una comisión jurídica de la Abogacía General y por el Tribunal Administrativo de Contratación Pública regionales. Será así para no saturar de trabajo al Consejo de Estado, quien en un principio, y al ocuparse de esas tareas a nivel nacional, parecía el destinatario natural.



La presidenta madrileña, Cristina Cifuentes. EFE

La supresión del Consejo Consultivo estaba en el programa electoral con el que Cristina Cifuentes concurrió a los comicios de mayo, y también figuraba en el pacto escrito con Ciudadanos, la formación que permitió con su abstención que la propia Cifuentes accediese a la presidencia.

Estatus para expresidentes

El Ejecutivo regional defiende en privado que la labor del Consejo Consultivo “es esencial y muy im-

portante”, y por eso será asumida por otros organismos, “pero lo que fallaba era la composición”. “Ha terminado por desvirtuar su propia función”, aseguran desde el gabinete de Presidencia del Ejecutivo regional.

A los expresidentes Joaquín Leguina, Alberto Ruiz Gallardón e Ignacio González, consejeros vitalicios del Consultivo, “se está estudiando darles algún tipo de estatus aunque todavía no se sabe cual”. Por lo pronto, y una vez baje la per-

El futuro de Telemadrid sigue en el aire

Cristina Cifuentes manifestó ayer que no descarta “ninguna opción” respecto a Telemadrid, “ni siquiera el cierre”. “Esto no significa que yo quiera que se cierre. Pero el futuro tendrá mucho que ver con su propia viabilidad económica”, aseguró. La jefa del Ejecutivo regional recordó que quiere “una televisión pública de calidad, de servicio público, con información de servicio público y programación cultural, política y social”, y por ello, su gabinete trabaja en un texto sobre el modelo de Telemadrid para remitir al Parlamento y tomar las decisiones oportunas. Sus palabras fueron criticadas por la oposición. El portavoz de Ciudadanos, Ignacio Aguado, pidió “claridad” a Cifuentes, y Sara Herández, del PSOE, pidió una auditoría de las cuentas y censuró “cualquier intento de privatización”.

siana el Consejo, dejarán de reunirse una vez por semana como hacían hasta ahora.

El resto del personal, la mayor parte de ellos funcionarios, pasarán provisionalmente a plantilla de la Abogacía General de la Comunidad o a la propia Consejería de Presidencia y Justicia.

El PSOE aplaudió ayer la decisión de Cifuentes de suprimir el Consejo Consultivo por entender “que hay que priorizar y cubrir otras necesidades de las personas”.

Los jóvenes viajarán por 20 euros al mes a partir de octubre

v. c.

El abono de transporte para jóvenes de la Comunidad de Madrid, que ahora tiene un coste diferente según la zona a la que se viaje dentro del perímetro de la Comunidad de Madrid, costará 20 euros mensuales, como precio único para todos los tipos, a partir de la primera semana de octubre, confirmó ayer la presidenta de la Comunidad de Madrid, Cristina Cifuentes, en una rueda de prensa celebrada tras el Consejo de Gobierno.

Como novedad, Cifuentes añadió que se va a proceder a la creación de un nuevo abono para los parados de larga duración y así podrán optar a un título de transporte que costará 10 euros al mes,

10 EUROS AL MES

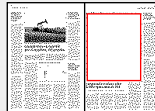
Es el importe que habrá que pagar por el nuevo título de transporte para parados.

con una duración máxima de seis meses y que podría estar operativo en la primera quincena del mes de noviembre.

Cifuentes comentó que existen dificultades técnicas a la hora de aplicar la medida, entre las que se encuentra, por ejemplo, devolver las cuantías correspondientes a quienes han adquirido un título de transporte anual.

No obstante, la presidenta regional dijo “estar en condiciones” de comprometerse a que en la primera semana de octubre ya se pueda adquirir el título de transporte para jóvenes.

Respecto al abono transportes para parados de larga duración, Cifuentes se comprometió a que antes de finalizar este año, estará disponible para que pueda ser adquirido.



Vodafone disputará la televisión de pago a Movistar con Netflix y el fútbol

RAMÓN MUÑOZ. **Santander Vodafone ha lanzado una ofensiva para disputarle a Telefónica el mercado de la televisión de pago. La operadora lanzará Netflix en España el próximo mes de octubre, convir-**

tiéndose en la primera compañía que incluye a la plataforma de televisión por Internet en sus paquetes convergentes de fijo, móvil y banda ancha. Además, tras asegurarse toda la oferta de fútbol, proseguirá su batalla judi-

cial contra Telefónica para que ceda sus derechos audiovisuales. En tanto, Movistar + sigue negociando con Mediapro para dar la Champions, aunque avisa de que no pagará cualquier precio.

Vodafone incrementa su ofensiva en televisión para hacer frente a sus competidores y, en particular, a Telefónica, golpeándola en el terreno de las series y las películas, donde Movistar + le lleva mucha ventaja por los contenidos heredados de la compra de Canal +. La plataforma estadounidense Netflix llegará a España de la mano de Vodafone, según anunció ayer en Santander el consejero delegado de Vodafone España, António Coimbra. Aunque el servicio se incluirá en otras plataformas de telecomunicaciones, solo se integrará completamente en el menú de la plataforma de Vodafone TV, ya que en las demás funcionará como un canal que se contratará por separado. Coimbra no desveló el precio de la suscripción al canal, aunque sí avanzó que tendrá un importante descuento en Vodafone TV respecto al precio de contratarlo fuera del paquete (entre ocho y doce euros).

Netflix, que cuenta con más de 65 millones de suscriptores en 50 países, es una plataforma de televisión por Internet a la carta y multidispositivo (PC, móvil, tableta, *smartTV*, etcétera) y permite elegir entre un catálogo de series y películas, sin horarios y las veces que se quiera.

Aplicación integrada

Netflix estará disponible en Vodafone TV a través de una aplicación en el decodificador. Los espectadores también podrán encontrar los contenidos utilizando las secciones de buscador o recomendaciones, dos de las funcionalidades más utilizadas por los usuarios de Vodafone TV.

Los clientes de Vodafone TV



El consejero delegado de Vodafone España, António Coimbra, ayer en Santander. / ESTEBAN COBO (EFE)

podrán utilizar este nuevo servicio sin tener que actualizar sus decodificadores. Netflix también estará disponible para *smartphones* y tabletas, a través de la aplicación Netflix.

Vodafone ya dispone de toda la oferta de fútbol (Liga, Copa, Champions y Europa League) por seis euros al mes (más la suscripción a Vodafone TV, de entre cero y doce euros) frente a su rival que aún no ha cerrado el acuerdo para hacerse con la Champions.

Precisamente, a solo dos semanas de que comience la máxima competición continental, se encierran las negociaciones entre Mo-

vistar + y Mediapro. La productora, junto con Al Yazira, aspira a recaudar hasta 200 millones, de los que la mayor parte los abonaría Telefónica, según fuentes de la negociación. La operadora no está dispuesta a pagar ese precio e incluso se plantea no incluir la Champions en su oferta de fútbol, aunque sus abonados lo pudieran contratar directamente (a través de BeIN Sport).

Coimbra destacó el enorme esfuerzo económico de Vodafone para incluir en su oferta la Liga y La Copa, por cuyos derechos, que posee Telefónica, ha pagado cuatro veces lo que abonó Ono por esos

mismos contenidos en 2014. Aunque las cifras no se han hecho públicas, se estima en el sector que Vodafone y Orange han tenido que desembolsar 200 millones a Telefónica.

El consejero delegado de Vodafone calificó de "casi monopolio" la situación de la televisión de pago en España, puesto que Telefónica controla el 85% de los ingresos. Coimbra aseguró que seguirá su batalla administrativa y judicial (ante la Audiencia Nacional y el Tribunal de Luxemburgo) para romper esa situación y poder replicar la oferta de televisión de Movistar + a un precio razonable.



Optima Network va facturar 4,7 milions el 2014 i preveu facturar 7 milions el 2015

Pàgines web més rendibles

VÍCTOR COSTA
Barcelona

L'empresa catalana Optima Network, especialitzada a optimitzar publicitat digital i millorar la monetització de les pàgines web, va néixer el 2009 quan el seu fundador i actual propietari, Sergio Escoté, tenia tan sols 19 anys. Després d'haver creat Multas No, empresa encarregada de recórrer contra multes, i Home for Home, companyia destinada a l'intercanvi de cases, el jove empresari va impulsar Optima Network amb l'objectiu de reinventar el model de la publicitat digital.

En l'actualitat, l'empresa, que dona feina a 14 persones i té filials als Estats Units, França i Espanya, compta amb més de 500 pàgines web on comprar espai publicitari i més de 275 milions d'usuaris únics que passen pels seus anuncis i generen més de mil milions de pàgines visitades al mes. La seva tecnologia publicitària va ser ideada el 2012 i es basa en un algoritme que procura mostrar l'anunci més adequat per a cada usuari. "Qualsevol ordinador deixa rastre a internet i nosaltres procurem adaptar-nos al seu usuari i oferir-li la publicitat que més necessita en temps real", explica Sergio Escoté. Gràcies a aquesta nova tecnologia, Optima Network ha passat de facturar 219.000 euros el 2012 a 4,7 milions el 2014, amb expectatives d'aconseguir entre 7 i 7,5 milions el 2015.

El negoci d'Optima Network es



XAVIER CERVERA

Sergio Escoté, fundador i propietari d'Optima Network, a les oficines de l'empresa a Via Augusta

L'empresa compta amb més de 500 pàgines web i 275 milions d'usuaris únics al mes

mou entre dues aigües, entre anunciant i *publishers*. Abans que res, és necessari comprar tràfic i espai publicitari perquè els anunciant puguin promocionar-se. Encara que a Espanya no hi ha pràcticament competència, es tracta d'un sector molt freqüentat

a nivell mundial, sobretot als Estats Units, on cada empresa fa servir la seva pròpia tecnologia. Segons Escoté, "el nostre valor afegit és que posem l'anunci més adequat per a cada usuari gràcies a la seva recerca intel·ligent".

La publicitat a internet permet filtrar i segmentar en funció de l'historial, les cookies i la situació geogràfica. A més, Optima Network està treballant, des de fa uns mesos, en l'impacte publicitari a través de les condicions reals, mediambientals i contextuals del lloc on es troba l'usuari. No hi ha temps per a mitges parts, cal ar-

riscar i continuar millorant.

Perpetuant el modus operandi de Silicon Valley, Optima Network es defineix com una empresa atípica, sense regles fixades. "No controlem els horaris sinó els resultats dels nostres treballadors. Tenen llibertat i flexibilitat absoluta per ser més productius", conclou Escoté. Malgrat que a internet les regles de joc s'actualitzen ràpidament, la fórmula d'Optima Network, implementada fa tres anys, continua funcionant i compta ja amb clients de la mida de Google, Yahoo o Criteo. Manteixa essència digital, millor tecnologia algorítmica. ●



Vodafone se alía con Netflix para plantar cara a Movistar+

DENUNCIA/ El consejero delegado del operador alerta de que el cuasi monopolio de Telefónica en contenidos "contamina" toda la competencia en el sector de 'telecos'.

I. del Castillo. Env. Esp. Santander Antonio Coimbra, consejero delegado de Vodafone España, oficializó ayer la llegada de Netflix al mercado español en octubre y dio a conocer un acuerdo con el gigante norteamericano de la producción y la distribución de contenidos audiovisuales para integrar su oferta en Vodafone TV.

La estrategia de Vodafone con este acuerdo es reforzar su área de contenidos audiovisuales en su pugna por tener una oferta competitiva frente al poder que ha acumulado Telefónica tras la compra de Canal+. Ante la desigualdad de su oferta comercial de deportes, películas y series frente a Telefónica, Vodafone usará la oferta de Netflix como ariete en su combate contra el operador histórico. El grupo británico no será el único operador que incorpore Netflix a su oferta televisiva ya que, previsiblemente, Orange también lo hará, e incluso los fabricantes de televisores como Samsung o LG.

Competidores

Sin embargo, el hecho de contar con Netflix ofrecerá a los competidores de Telefónica un fuerte aliado con una propuesta audiovisual atractiva que les ayude a competir con el ex monopolio. Además, la oferta cada vez será más potente, puesto que el grupo americano ha pasado de ser un mero empaquetador de

contenidos de otros a producir, cada vez más masivamente, sus propias películas y series de televisión de gran éxito.

Coimbra, que intervino en el Encuentro de Telecomunicaciones que organiza Ametic en la UIMP, también denunció con mucha dureza la situación del mercado español de TV de pago, en el que el poder de Telefónica, que calificó de "casi monopolio" está contaminando la totalidad del mercado de telecomunicaciones convergentes que mezclan fijo, móvil y televisión.

Para Coimbra, como Telefónica no tiene que compartir todos sus contenidos con sus rivales, puede provocar que haya clientes que se cambien de proveedor de telecomunicaciones sólo para disfrutar de esa programación. El directi-



Antonio Coimbra, consejero delegado de Vodafone España.

vo de Vodafone denunció que aunque el coste de los derechos del fútbol se ha mantenido estable esta próxima temporada 2015-2016, en alrededor de 600 millones de euros,

los costes para Vodafone se han multiplicado por cuatro, hasta unos 130 millones –desde los 30 millones del año pasado– debido a la obligación impuesta por la CNMC de pagar unos mínimos garantizados muy altos.

Vodafone ha denunciado ante la Audiencia Nacional los términos del acuerdo de la CNMC para la compra de Canal+ por parte de Telefónica, y ha pedido la intervención de la Comisión Europea. Vodafone cree que Telefónica debe ceder el 100% de los contenidos *premium* que ahora controla y no el 50% como ocurre ahora, y que se debe suspender el modelo de venta que exige el pago de mínimos garantizados para sustituirlo por un modelo de pago del coste en función del volumen de abonados.

La CNMC mediará entre 'telecos' y grupos de Internet

La directora de telecomunicaciones de la CNMC, Alejandra De Iturriaga, señaló ayer que prevé que en los próximos meses el regulador tenga que mediar en los conflictos entre los operadores de telecomunicaciones tradicionales y las empresas OTT (over the top) como Facebook o Google. Iturriaga explicó

que la normativa española atribuye al regulador la facultad de resolución de las controversias entre los operadores y OTT y que, aunque hasta ahora no "ha llegado ninguna", está "segura" de que en los próximos meses habrá "ejemplos de ello". "Los servicios OTT darán mucho que hablar". Por otra parte, aseguró que la regulación

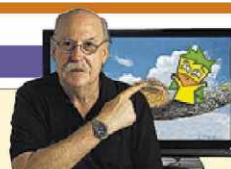
de la fibra –si Telefónica debe ceder sus nuevas redes y en qué condiciones– estará terminada este año. La propuesta pretende buscar "el equilibrio entre promover la inversión eficiente en redes y mantener una competencia sostenible", según la directora del organismo regulador.



tu i jo som tres

Vegeu el vídeo amb el mòbil o a e-periodico.cat

Un país que no ensenya TV-3

FERRAN
Monegal

M'ha advertit el meu canari flauta **Papitu** que el programa **Trencadís**, la nova aposta per a les tardes de 8TV, pretén ensenyar la Catalunya que TV-3 no ensenya. O sigui, volen fugir de l'estil boletaire de la seva, del suau carrinclonisme del Lluquet i el Rovelló de les tardes de Sant Joan Despí. I desitgen oferir-nos cada dia pinzellades d'un país real, aquest país que la tele oficial de Catalunya ens escamoteja de manera sistemàtica. ¡Ah! És un propòsit tan interessant com



►► Sandra Barneda amb el transsexual Carol ('Trencadís', 8TV).

elogiable. Però per ara, i vista la primera entrega, la mirada que ens proposen demostra que hi ha indicis de cataractes i estrabisme. Home, la fac-

toria que produeix el programa és *La Fàbrica de la Tele*. I es nota. El modus operandi d'aquesta fàbrica ens té acostumats al *Sálvame* i al *Deluxe*, i aquest segell, aquesta manera de treballar, és consubstancial a ells. Per exemple, el plat fort, el gran ingredient d'aquest primer *Trencadís* va ser el cas de **Carlos**, avui **Carol**, una criatura transsexual. Li van dedicar 55 minuts, és a dir, un terç del programa. **Carlos** va ser **Carlos** fins que es va jubilar, als 67 anys. A partir de llavors es va comprar roba femenina, i va passar a ser **Carol**. Naturalment el van portar al programa i el van sotmetre a una mena d'interrogatori.

La presentadora **Sandra Barneda** va exercir de *señorita Pepis* de la psicoanàlisi. I al crit d'«**El meu pare és una dona, això és molt 'heavy' per als meus fills**», el transsexual va anar desgranant la seva història personal, i com ha arribat a ser feliç a partir de la seva tardana transsexualitat. Amb tots els respectes per a **Carol**, aquest és un tema que televisivament parlant podia donar per a un flaix de tres minuts com a màxim. Però a T-5, i en concret a *La Fàbrica del Deluxe* i del *Sálvame*, aquests assumptes els exciten una barbaritat. La setmana passada, sense anar més lluny, van omplir dos *Deluxe* (T-5) amb el cas de l'homosexu-

alitat del jove **Sema**, un noi que van descobrir de casualitat furgant en l'entorn de **Chabelita Pantoja**. I, és clar, aquest estil també el projecten a *Trencadís*. És la marca de la casa.

Després que Mediaset hagi passat a controlar el 40% de 8TV, aquesta estrena és el primer aterratge d'una esquadra de **Paolo Vasile** a la cadena del grup Godó. No sembla que amb aquest producte hagin d'inquietar TV-3. Entre les tardes dels Patufets i les del *Sálvame-Trencadís*, ens queda l'opció d'una bona migdiada de pijama i orinal. En qualsevol cas, TV-3 ja va caient ella soleta. Ha perdut l'agost davant d'A-3. ■



Podemos impide la reapertura inmediata de Canal 9

► La formación bloquea el plan de Puig para recuperar la señal el 9 de octubre

MANUEL CONEJOS
VALENCIA

La promesa electoral del PSPV y de Compromís sobre la reapertura de nuevo de Radiotelevisión Valenciana coincidiendo con la festividad autonómica del 9 de octubre se ha evaporado con el paso del tiempo de manera clara. Primero se minimizó el contenido de la promesa, ya que la reapertura en sí era imposible con la actual madeja judicial y parlamentaria. Por ello, el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, se conformaba con poder volver a emitir programas grabados en el día grande de la Comunidad Valenciana. Tampoco esta circunstancia será posible, ya que el secretario general de Podemos, Antonio Montiel, rechaza esa reapertura exprés; sus votos son imprescindibles.

El principal requisito para llegar a tiempo a esa cita simbólica –muy criticada por el colectivo de extrabajadores– era que el trámite parlamentario de la proposición de ley para la reapertura de las emisiones se hiciera mediante lectura única para evitar el debate y las enmiendas y pudiera pasar directamente al plenario. La negativa de Po-

demus a hacerlo mediante esa fórmula (de la que también recelaban los portavoces de Compromís y PSPV) obliga a alargar los plazos, por lo que el 9 de octubre no dará tiempo a que se reanuden las emisiones.

Ximo Puig, molesto

El presidente de la Generalitat está molesto con este nuevo contratiempo, pues le ha dejado en mal lugar. En similares circunstancias se encuentra la portavoz del Consell, Mónica Oltra, que el pasado viernes detallaba cómo se produciría la reapertura.

La visión de Podemos quedó ayer clara en un comunicado en el que Montiel explicó que «en el asunto de RTVV no se debe tomar ninguna decisión de manera precipitada. La última que se tomó de esa manera nos ha llevado a la situación lamentable a la que tenemos que hacer frente ahora».

Montiel razonó que «iniciar las emisiones el 9 de octubre no es lo relevante, sino que el proceso se efectúe con las garantías pertinentes» y destacó que el próximo lunes ha convocado un Foro del Audiovisual Valenciano con los implicados y representantes de los partidos políticos. Sobre los extrabajadores de RTVV dijo que «es necesario que la Audiencia Nacional dictamine sobre el ERE que les puso en la calle y para ello es el PSOE quien debe tener la determinación de retirar el recurso de inconstitucionalidad».



18 diarios británicos se unen contra la crisis publicitaria

P. GUIMÓN, Londres
Seis grupos de diarios británicos rivales que suman en total 18 cabeceras, entre ellas *The Guardian*, *The Times* o *The Sun*, se han unido en una campaña conjunta para luchar contra la caída generalizada de la inversión publicitaria y promocio-

nar el poder que tienen los medios periodísticos. La campaña, que arranca hoy mismo y se podrá ver tanto en sus ediciones en papel como *online*, se lanza después de un verano que ha resultado especialmente negativo en el gasto en anuncios en los periódicos.

Los seis grupos británicos, propietarios de 18 periódicos tan dispares como *The Guardian*, *Daily Mail*, *The Independent* o *The Telegraph*, invertirán en total tres millones de libras (unos 4,2 millones de euros) en una serie de anuncios que se publicarán a partir de hoy y a lo largo de las próximas ocho semanas en las distintas cabeceras.

Algunas de las inserciones publicitarias, creadas por la agencia Holmes Hobbs Marcantonio, juegan con referencias irónicas a lo inusual de la propia alianza entre grupos más habituados a pelear que a colaborar entre sí. “Fidelidades divididas, quizá. Atención no dividida, seguro”, reza uno de los lemas, que se puede leer junto a una fotografía de una elegante mujer de mediana edad que lee un periódico en papel junto a un joven con una camiseta del grafitero Banksy que mira una tableta,

Una iniciativa conjunta

La campaña para animar la publicidad en los periódicos británicos está promovida por Newsworks, asociación comercial de la que forman parte seis grupos: Guardian News & Media, Independent Print, Evening Standard, Mail Newspapers, Trinity Mirror, News UK y Telegraph Media Group.

Los participantes: *The Sun*, *Daily Mirror*, *Sunday Mirror*, *Daily Mail*, *Metro*, *London Evening Standard*, *Daily Telegraph*, *The Times*, *The Guardian*, *The I*, *The Independent*, *Sunday Mirror*, *Sunday People*, *The Mail*, *The Sunday Telegraph*, *The Sunday Times*, *The Observer* y *The Independent on Sunday*.

sentados codo con codo en un vagón de metro.

El eslogan común que se ha buscado para toda la campaña es: “Nada funciona como funcionan las noticias”.

La acción incluye también un vídeo de 40 segundos que pretende realzar el valor que tienen los periódicos, impresos o digitales, para los intereses de los anunciantes.

“La tecnología ha transformado la manera en que encontramos la información, por lo que a veces se subestima el importante papel que desempeñan las cabeceras periodísticas”, ha declarado en *The Guardian* Rufus Olins, presidente de la organización nacional de *marketing* de periódicos Newsworks.

“Sentimos que había llegado la hora de recordar al público la labor que hacen y la extraordinaria influencia que tienen”, añade Olins.



Alfonso Freire

El consumidor i l'era digital

Hi ha un important punt d'inflexió en el paper del consumidor en l'era digital. Les marques han deixat de veure en el consumidor l'objectiu de comunicació; aquesta ha passat d'objecte directe a subjecte de la conjugació. En aquest sentit, s'entreveuen tres etapes en la comunicació empresarial des del naixement del màrqueting: la comunicació de producte, la comunicació de marca i, ara, el *branding* de consumidor. En aquest sentit, la marca, un dels principals actius de qualsevol empresa, institució o entitat, està experimentant una fusió enriquidora amb el seu altre gran actiu: el consumidor.

Les regles de joc i els agents han evolu-

A. FREIRE, professor del departament de Comunicació de la Universitat Abat Oliba CEU

cionat: les clàssiques estratègies de publicitat i relacions públiques han derivat en contingut de marca, màrqueting sensorial, experiència de consum i fusió d'eines de comunicació. L'Institut de la Felicitat de Coca-Cola és només un exemple en aquest sentit.

Per tant, proposem les nou claus del nou comportament del consumidor que tot estudiant de Comunicació, Publicitat i Relacions Públiques haurà d'aprofundir per concebre el context actual:

1) Actiu: el missatge entre anunciant i consumidor ha passat a ser 100% bidireccional. 2) Connectat: té accés integral i instantani al coneixement de l'entorn i a qualsevol informació visual o escrita. 3) Selectiu: ha desenvolupat immunitat davant la publicitat convencional, és selectiu davant els 2.500 impactes publicitaris de mitjana que

rep diàriament. 4) Jutge: té poder de decisió sobre les marques, la seva opinió pondera gràcies a les xarxes socials. 5) Empíric: és àvid de noves experiències i sensacions, territori del màrqueting experiencial. 6) *Fast consumer*: les marques han acceptat el valor del temps del consumidor, concentren les estratègies de marca en el seu temps de lleure (*advertainment*). 7) Consumidor proactiu: produeix contingut cultural i audiovisual en fòrums, blogs i portals de vídeo. 8) Distribuïdor: és el principal, més econòmic i veloç distribuïdor dels continguts de marca gràcies a la viralitat. Les marques, més que mai, han d'apostar per continguts creatius i interessants. 9) Infidel: el consumidor no s'enamora de les marques, ha passat la febre *lovemarks*. Parafraçant Joan Costa, ara les empreses volen ser marques i els productes volen ser serveis.●



Ankara agreuja la seva ofensiva contra els mitjans de comunicació crítics

RICARDO GINÉS
Istanbul. Corresponsal

Pressionat en els últims mesos per una inestabilitat social i política creixent, dominada per disturbis, atemptats i funerals, ahir el Govern turc va fer un pas més en la seva ofensiva contra els mitjans de comunicació crítics amb el president Recep T. Erdogan. Tres periodistes –Jake Hanrahan i Philip

Pendlebury, de nacionalitat britànica, i Mohamed Ismael Rassul, el seu assistent iraquí– han estat detinguts i ara estan acusats d'enaltiment del terrorisme.

L'acusació els imputa haver fet propaganda a favor del Partit dels Treballadors del Kurdistan, el PKK, i de l'Estat Islàmic, sense que a la Fiscalia li semblés important que les dues organitzacions siguin enemigues aferrissades. La setmana

passada els tres detinguts estaven treballant al sud-est de Turquia per al portal de notícies VICEnews cobrint els enfrontaments armats entre separatistes kurds simpatitzants del PKK i les forces de seguretat turques.

Amb ells ja són quatre els periodistes estrangers acusats d'apologia del terrorisme aquest any a Turquia, cosa que no passava des de feia dues dècades.

Pels crítics amb el Govern d'Ankara, el missatge de les detencions és clar: als periodistes –tant locals com forans– se'ls convida a no cobrir els “temes sensibles”. Segons l'organització Reporters Sense Fronteres (RSF), Turquia està al lloc número 149 d'un total de 180 països en matèria de llibertat de premsa. Però Ankara sembla entossudada a baixar encara més en el rànquing. Només així s'explicaria que ahir la campanya contra els mitjans opositors empitjorés encara més.

La policia va llançar de matinada una gran operació contra 23 empreses del consorci mediàtic Koza Ipek Holding que es va saldar amb

sis detinguts. Aquestes societats estan vinculades a la confraria del clergue musulmà Fethullah Gülen, un exsoci d'Erdogan fins que l'actual cap d'Estat s'hi va enfrontar. Ara Ankara qualifica la xarxa Gülen d'“organització terrorista”. “Organització terrorista, la teva”, va ser ahir la vehement resposta dirigida a Erdogan per un dels principals periodistes del grup Koza, Ekrem Dumanli.

Es dona la circumstància que un dels rotatius que és objecte de la investigació policial, l'islamicoconservador *Bugün*, va sortir ahir als quioscos implicant directament Ankara en la trama d'armes a l'Estat Islàmic a Síria. Pel mateix



tipus de notícia, el rotatiu *Cumhuriyet*, laic i creat pel fundador de la Turquia moderna, Mustafa Kemal Atatürk, és objecte de pressió governamental des del juny d'aquest any, quan va publicar l'exclusiva de trens carregats amb un enorme arsenal en direcció cap a Síria.

En aquest clima d'intimidació a la premsa crítica, el liberal *Milliyet* ha expulsat tres dones periodistes en els últims dies per un treball crític amb el poder a Ankara. I un altre diari, el *Sözcü*, crític furibund d'Erdogan i els seus aliats, va aparèixer ahir amb les seves columnes buides i un gran titular: "Si se silencia el *Sözcü* [portaveu], Turquia emmudeix".●



Fútbol

Movistar+: «El precio por la Champions es inasumible»

HELENA CORTÉS VITORIA

El director de Movistar+ en Telefónica, Nacho Fernández Vega, y el director general de Contenidos, Alex Martínez Roig, presentaron ayer en el FestVal de Vitoria el catálogo de novedades de la plataforma. El fútbol es uno de los platos fuertes, con cuatro canales dedicados al deporte del balón, pero le falta la guinda de la Liga de Campeones. Los res-

ponsables de la compañía explicaron la ausencia: «No hay acuerdo por el momento. Ojalá podamos ofrecerla a nuestros abonados, pero el precio que pone Mediapro es inasumible en este momento».

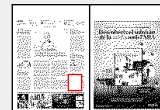
Los directivos añadieron que no han cerrado definitivamente la puerta al acuerdo, pero insistieron en que hasta ahora la distancia entre ambas empresas es «sideral». Su lema es «ofrecer la Champions de forma que tenga sentido». «Nuestro objetivo no es solo el fútbol, sino tener una oferta amplia y revitalizar un sector como el de la televisión de pago».



Elnacional.cat de José Antich fitxa Quico Sallés i Pilar Carracelas

L'exdirector de *La Vanguardia* José Antich està preparant les bases d'un nou mitjà digital a Catalunya. El diari s'anomenarà Elnacional.cat i pretén "donar veu a la societat que no apareix ni queda reflectida als mitjans de comunicació actuals", tal com va explicar ahir Antich a *El matí de Catalunya Ràdio*. Antich també va

apuntar que alguns col·laboradors que l'acompanyaran en aquest projecte són els periodistes Quico Sallés, Pilar Carracelas i Toni Piqué. A més, va avançar que la setmana vinent es posarà en marxa el blog d'Elnacional.cat i que espera inaugurar el portal de cara al primer trimestre del 2016.



Telecomunicacions

Cellnex pot ingressar 30 milions més amb els nous canals de TDT

Cellnex Telecom, la filial de telecomunicacions d'Abertis, optarà al transport del senyal dels sis nous canals de televisió digital terrestre que el govern espanyol podria adjudicar a la tardor i que començarien a emetre el gener del 2016, segons el conseller delegat, Tobías Martínez. Això podria aportar a la companyia catalana uns ingressos addicionals d'uns 30 milions. **Ara**



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
02/09/15	Refugiats, immigrants o desplaçats? / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	25	2

Periodisme i Mitjans de comunicació



Refugiats, immigrants o desplaçats?

Miércoles, 2 de septiembre de 2015

Si hi ha un punt que ha captat la nostra mirada aquest estiu és el Mediterrani. Com mai abans, els mitjans de comunicació shan fixat en els centenars de milers de persones que, arriscant les seves vides al mar, fugen dels conflictes i la persecució política a Síria, Iraq o l'Afganistan i intenten arribar a les costes europees, buscant un lloc segur on refer les seves vides. Des de principi dany, es calcula que unes 200.000 persones han desembarcat a Grècia i més de 100.000 ho han fet a Itàlia. La necessitat de posar nom als protagonistes d'aquesta onada migratòria ha posat damunt la taula lús de conceptes com els de refugiats, immigrant o desplaçat. Però, els periodistes estem utilitzant correctament aquests termes? Fer-ho és essencial per explicar bé la situació demergència humanitària que vivim? Segons l'agència de l'ONU per als refugiats, ACNUR, la paraula refugiats defineix aquella persona que sha vist obligada a abandonar el seu país per la guerra, la violència o la persecució, així com les violacions dels drets humans. Segons els càlculs de l'ONU, aquest estiu només la xifra de refugiats siris ha arribat als 4 milions, bona part dels quals han anat accedint a Turquia i el Líban al llarg d'aquests 4 anys i mig de guerra a Síria. El dret internacional protegeix els refugiats, gràcies a la Convenció sobre l'Estatut dels Refugiats de 1951 i el seu protocol de 1967, així com daltres instruments legals. Un dels principis fonamentals que estableix el dret internacional és que els refugiats no poden ser expulsats ni retornats a situacions en què la seva vida i llibertat estiguin en perill. A més, sels ha de garantir l'accés a procediments dasil justos i eficients, i mesures que els permetin viure en condicions dignes i segures, i que els ajudin a trobar una solució a més llarg termini. Els desplaçats interns es diferencien dels refugiats perquè no creuen fronteres internacionals a la recerca de seguretat i protecció, sinó que es queden dins els límits del seu propi país. Segons la mateixa agència, en determinades circumstàncies els desplaçats interns poden ser obligats a fugir per les mateixes raons que ho fan els refugiats però sota la protecció del seu govern, fins i tot en aquells casos que el mateix govern sha convertit en una de les causes de la seva fugida. Els desplaçats interns mantenen els drets que els corresponen com a ciutadans, a més de la protecció que els ofereix el dret internacional dels drets humans. A Síria, ACNUR calcula que hi ha uns 7,6 milions de persones desplaçades, mentre que, segons les dades de l'Observatori sobre el Desplaçament Intern del Consell Noruec per als Refugiats (IDMC), ja a finals de 2014, hi havia 38 milions de desplaçats interns a tot el món. La major part, un 60%, a cinc països en conflicte: Iraq, Sudan del Sud, la República Democràtica del Congo, Síria i Nigèria. Per la seva banda, els migrants -utilitzar aquest terme evita classificar-los en funció de si marxen o arriben, ja que ambdues coses succeeixen alhora- escullen traslladar-se, no a causa duna amenaça directa de persecució o mort, sinó principalment per a millorar les seves vides al trobar feina, accedir a l'educació, per reunificació familiar, o per altres raons. Tal com explica en aquest article Adrian Edwards, portaveu d'ACNUR a Ginebra, a diferència dels refugiats, que no poden tornar al seu país, els migrants continuen rebent

protecció del seu govern d'origen. Per als governs la distinció d'aquests conceptes és important, ja que les normes que apliquen a uns i altres són diferents. Confondre refugiats amb migrants pot perjudicar-los, ja que barrejar termes desvia l'atenció de la protecció legal específica que els refugiats requereixen. A més, resta valor a l'anàlisi que els periodistes i mitjans -i, conseqüentment, els lectors o espectadors- puguin fer de la situació. Així, doncs, com hem d'anomenar les persones que des de fa mesos arriben en embarcacions a les costes d'Itàlia i de Grècia, entre d'altres? Són refugiats o migrants? Segons el mateix article d'Adrian Edwards, hi trobem tots dos casos. Si bé és cert que la majoria provenen de països afectats per la guerra, una part més petita prové d'altres indrets, de manera que és més apropiat anomenar-los migrants. Només tenint en compte desplaçats i refugiats, l'ONU alertava l'any passat que 51,2 milions de persones havien hagut d'abandonar casa seva per la violència, el que suposa la xifra més alta des de la Segona Guerra Mundial, segons el blog de la revista d'informació internacional 5W. El blog també apunta la xifra de 232 milions de migrants que es mouen a la recerca d'un nou lloc on viure i es pregunta quantes d'aquestes persones reunirien les condicions per demanar asil. En aquest sentit, el seu autor, el periodista Agus Morales, explica que és difícil discernir la migració econòmica clàssica dels moviments de població forçosos en l'actual context de transformació de la violència, així com que és un error assumir que sempre són els més pobres els qui decideixen emigrar. Per una banda, en el periodisme sempre és necessari utilitzar el terme més precís possible per explicar amb fidelitat allò que passa, però, per l'altra, la diversitat de motius pels quals una persona es desplaça o migra complica la tribució d'una categoria concreta i única. El debat migratori és més complex del que sembla, però almenys veiem com comença a atraure uns ulls que fins ara havien mirat cap una altra banda.