



20/10/2015

Recull de Premsa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

ÍNDICE

PRENSA

2

INTERNET

44



PRENSA



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/10/15	EL COL·LEGI DE PERIODISTES VISITA 'NENHURES' / La Mañana	6	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/10/15	ANTENA 3 VA AFAVORIR EL PP EN LA CAMPANYA DEL 27-S / Ara	8	1
20/10/15	NETFLIX, LA REVOLUCIÓN QUE LLEGA A ESPAÑA / Expansión	9	1
20/10/15	EN BUSCA DE UN MERCADO DIGITAL REALMENTE ÚNICO / Expansión -Suplemento	10	1
20/10/15	L'oposició s'uneix per obligar el govern socialista a reformular els mitjans de comunicació local i recuperar Ràdio L 'Hospitalet / El Punt avui	11	1
20/10/15	NARANJITO, VIAJE REDONDO. COMPRADO POR TVE Y MOSTRADO ESTE MES EN CANNES / El Mundo	12	1
20/10/15	NETFLIX ARRIBA AVUI AMB UNA OFERTA DESCAFEÏNADA I A PARTIR DE 8 EUROS / Ara	13	1
20/10/15	POC PLURALISME ESPANYOL / El Punt avui	14	1
20/10/15	PRIMERS BROTS VERDS EN EL CONSUM CULTURAL / Ara	15	2
20/10/15	JUNTS PEL SÍ NO CONCEDE ENTREVISTAS A ANTENA 3 Y EL CAC CULPA A LA CADENA / La Razón (Cataluña)	17	1
20/10/15	RTVE CREA UNA LANZADERA DE EMPRESAS AUDIOVISUALES Y LES DARÁ FINANCIACIÓN / El Economista	18	1
20/10/15	TRES, DOS, U... ¡NETFIX! / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	19	1
20/10/15	PRISA DENUNCIA ANTE LA CNMC LA ADJUDICACIÓN DE LOS NUEVOS CANALES DE TDT / Cinco días	20	1
20/10/15	DERECHO AL OLVIDO: DATOS OCULTOS PERO IMBORRABLES / El Mundo	21	1
20/10/15	LES AGÈNCIES DE PROTECCIÓ DE DADES FORCEN PACTAR AMB ELS EUA / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	22	2
20/10/15	EL CAC LLEVA A ANTENA 3 A LA JUNTA ELECTORAL / El Mundo (Ed. Catalunya)	24	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/10/15	ROURES: "OFRECEMOS EL FUTBOL A MOVISTAR A 3 EUROS POR ABONADO" / Expansión	25	1
20/10/15	PREMIO A LA ORQUESTA DE RTVE POR LA ACADEMIA ATV / La Mañana	26	1
20/10/15	PRISA DENUNCIA ANTE LA CNMC LAS ADJUDICACIONES TELEVISIVAS / El País	27	1
20/10/15	EL CAC DENUNCIA A ANTENA 3 ANTE LA CNMC Y LA JUNTA ELECTORAL / Expansión (Cataluña)	28	1
20/10/15	NETFLIX DESEMBARCA AVUI A ESPANYA AMB TRES MODALITATS DE SUBSCRIPCIÓ / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	29	1
20/10/15	El pitjor titular (o no) per a la foto de John Kerry tocant la guitarra / Ara	30	1
20/10/15	EL TRIBUNAL SUPREMO RECHAZA APLICAR «EL DERECHO AL OLVIDO» EN LAS HEMEROTECAS / La Razón	31	1
20/10/15	HUELGA DE HAMBRE DE UN INTELLECTUAL CRÍTICO / El País	32	1
20/10/15	EL PAPEL, COMO OFERTA 'PREMIUM' / El Mundo	33	1
20/10/15	MOLT NETFLIX, PERÒ SORT QUE TENIM TV3 / Ara	34	1
20/10/15	NETFIX OBRE AVUI A ESPANYA LA PLATAFORMA PER INTERNET / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	35	1
20/10/15	L'ASSOCIACIÓ DE LA PREMSA COMARCAL ES PREPARA PER CELEBRAR EL SEU 35 ANIVERSARI / Hora nova	36	1
20/10/15	INFORMACIÓ COMPRADA / La Vanguardia.cat	37	1
20/10/15	EL SUPREM RECONeix I ALHORA LIMITA EL 'DRET A L'OBLIT' / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	38	1
20/10/15	FOTOGRAFIA PERE DURAN DEFENSA EL FOTOPERIODISME / Setmanari de l'Alt Empordà	39	1
20/10/15	EXIGEIXEN A NETFLIX CONTINGUTS EN CATALÀ / El Punt avui	40	1
20/10/15	EL SUPREM APLICA EL 'DRET A L'OBLIT' I LIMITA LA INFORMACIÓ DELS CERCADORS D'INTERNET / Ara	41	1
20/10/15	LOS PERIODISTAS MUSICALES DARÁN EN ENERO EL PREMIO RUIDO AL MEJOR DISCO DEL AÑO / La Mañana	42	1
20/10/15	'DIARIO RESPONSABLE' ABRE UNA NUEVA WEB CENTRADA EN LA INNOVACIÓN / Cinco días	43	1

COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA





El Col·legi de Periodistes visita 'Nenhures'

El Col·legi de Periodistes de Lleida va visitar aquest cap de setmana l'exposició *Nenhures*, de Lele Sorribas, al Cafè del Teatre. La visita va ser conjunta amb un grup d'alumnes de l'Aula Municipal de Teatre de Lleida. La mostra formava part del Festival InterFado.

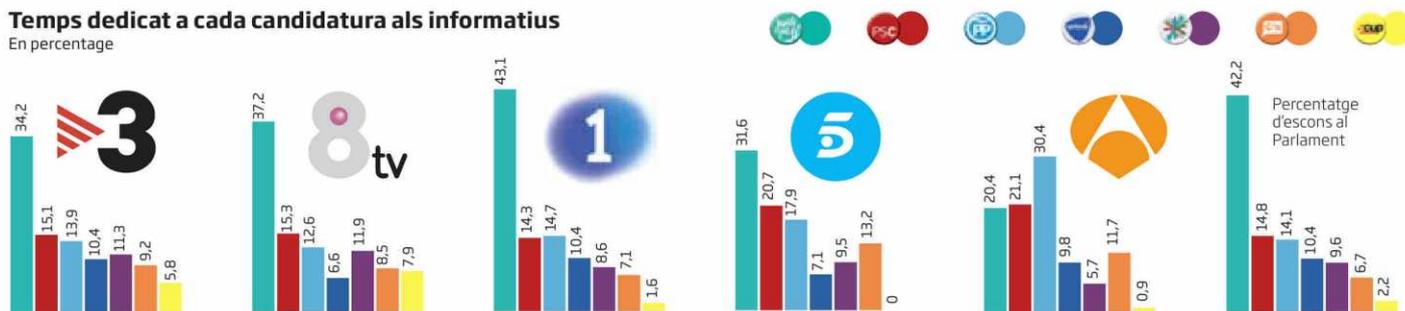
PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





Temps dedicat a cada candidatura als informatius

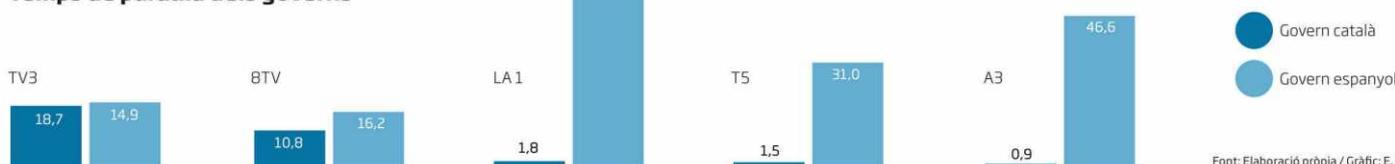
En percentage



Temps dedicat als blocs del sí, del no i del sí/no



Temps de paraula dels governs



Font: Elaboració pròpia / Gràfic: E. Utrilla

ÀLEX GUTIÉRREZ
BARCELONA

Antena 3 va afavorir el PP en la campanya del 27-S

El canal va incomplir la llei electoral, que l'obligava a dedicar més minuts de cobertura a JxSí i el PSC

Els canals privats espanyols van afavorir els partits del no durant la cobertura de la campanya electoral del 27-S. Tot i que la llei dicta que els temps de cobertura han de ser proporcionals a la seva presència al Parlament, Telecinco i Antena 3 van disparar l'atenció prestada al PP, el PSC i Ciutadans. El cas més flagrant és el d'Antena 3, ja que aquesta distorsió fins i tot va alterar el principi d'ordinalitat: tot i que el PP era tercera força al Parlament –després de JxSí i el PSC–, a la televisió del Grupo Planeta va ser el partit que més minuts de cobertura va rebre de la seva activitat electoral.

Les dades s'extreuen de l'informe aprovat ahir pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), al qual ha tingut accés l'ARA. L'organisme elabora aquest informe de pluralitat a cada campanya electoral, però en aquesta ocasió als habituals mitjans controlats –els d'abast català– hi va afegir també La 1, Telecinco i Antena 3.

L'estudi permet constatar, per exemple, com les cadenes de cobertura estatal van recórrer sistemàticament a polítics no catalans, tot i tractar-se d'unes eleccions al Parlament. Així, mentre que a TV3, 8TV o El Punt Avui TV la presència d'ac-

tors polítics d'àmbit estatal va ser residual (d'entre el 0,4% i l'1,7%), als informatius espanyols el percentatge va elevar-se fins al 10%.

La cobertura de la Via Lliure a la República Catalana també ha sigut analitzada pel CAC. TV3 li va dedicar un 8,5% del seu desplegament informatiu electoral als noticiaris i 8TV un 5,4%. Les xifres són més baixes als mitjans espanyols: 4,7% a Antena 3 i només un 2,6% a La 1 i un 2,4% a Telecinco. A més, si als mitjans catalans hi va haver diversitat de fonts, en el cas dels canals d'àmbit espanyol només va sortir opinant el govern estatal i, en el cas d'Antena 3, també Societat Civil Catalana.

La mateixa asimetria s'observa a les notícies sobre les conseqüències econòmiques de la independència. A Antena 3, Telecinco

El CAC, presidit per Roger Loppacher, avaluava primer mitjans d'abast estatal.

PERE TORDERA



i La 1 només van donar veu al govern de l'Estat o al Banc d'Espanya.

Un altre aspecte que evidencia la falta de pluralitat –sempre en perjudici dels partits del bloc del sí– són els espais en què es va entrevistar polítics. En el programa *Los desayunos* de La 1, per exemple, es va entrevistar els caps de llista de totes les candidatures menys de JxSí i la CUP (on els convidats van ser Carme Forcadell i Eulàlia Reguant, respectivament).

El programa de Ana Rosa de Telecinco, per la seva banda, va incloure sis entrevistes a representants del PSC (Miquel Iceta), Ciutadans (Inés Arrimadas), Podem (Pablo Iglesias i Iñigo Errejón), PSOE (Pedro Sánchez) i PPC (Alberto Fernández Díaz). Ni JxSí ni la CUP van tenir entrevista

al magazín. Mateixa conclusió per a *Espejo público*, d'Antena 3, que va entrevistar una candidata i un candidat del PP, un del PSC i un de Catalunya Sí que es Pot. Aquest magazín informatiu també va incloure converses amb dos representants del PSC (Carme Chacón i Josep Borrell), un de Ciutadans (Albert Rivera), un d'ICV (Joan Herrera), un de Podem (Pablo Iglesias), i un d'UDC (Josep Antoni Duran i Lleida). De nou, zero minuts per a JxSí i la CUP.

Sense biaix quantitativu a TV3

Els partits unionistes i els seus al·leus acusen sistemàticament TV3 de tenir un biaix independentista. Però les dades –si més no les quantitatives– desmenteixen aquest mantra. Tot i que els partits del sí tenien un 44,4% dels escons del Parlament, a TV3 només van aconseguir el 40% de cobertura. Això és així perquè la pública catalana aplica una proporcionalitat no directa: sobredimensiona els partits petits per evitar fer peces telegràfiques als TN. La 1, que és la més rígida a l'hora d'aplicar la proporcionalitat, sí que els va dedicar un 44% del seu temps, en línia amb la representació. El percentatge cau a un 31,6% en el cas de Telecinco i a un 21,3% en el d'Antena 3. En aquest canal, el bloc del no va rebre el 63,2% de l'atenció tot i tenir només el 35,6% de la representativitat.



Netflix, la revolución que llega a España

DESEMBARCA HOY/ Los resultados trimestrales han puesto en alerta al gigante de TV por Internet, que hoy llega a España. La compañía es, pese a todo, un motor del Nasdaq: se ha revalorizado más de un 100% este año y casi un 700% desde 2013.

C. Ruiz de Gauna, Nueva York
Los extranjeros que se mudan a Estados Unidos reciben al llegar consejos sobre cuatro procesos indispensables: cómo alquilar una casa, cómo abrir una cuenta en el banco, cómo conseguir el número de la seguridad social y qué empresa de cable contratar.

Este último paso se está transformando a velocidad supersónica y es motivo de pesadilla recurrente para los gigantes de la televisión estadounidense, como Time Warner, Verizon o Comcast. Ya no se trata tanto de qué compañía de cable contratar, sino si merece la pena siquiera tener cable, una alternativa impensable hace apenas tres años.

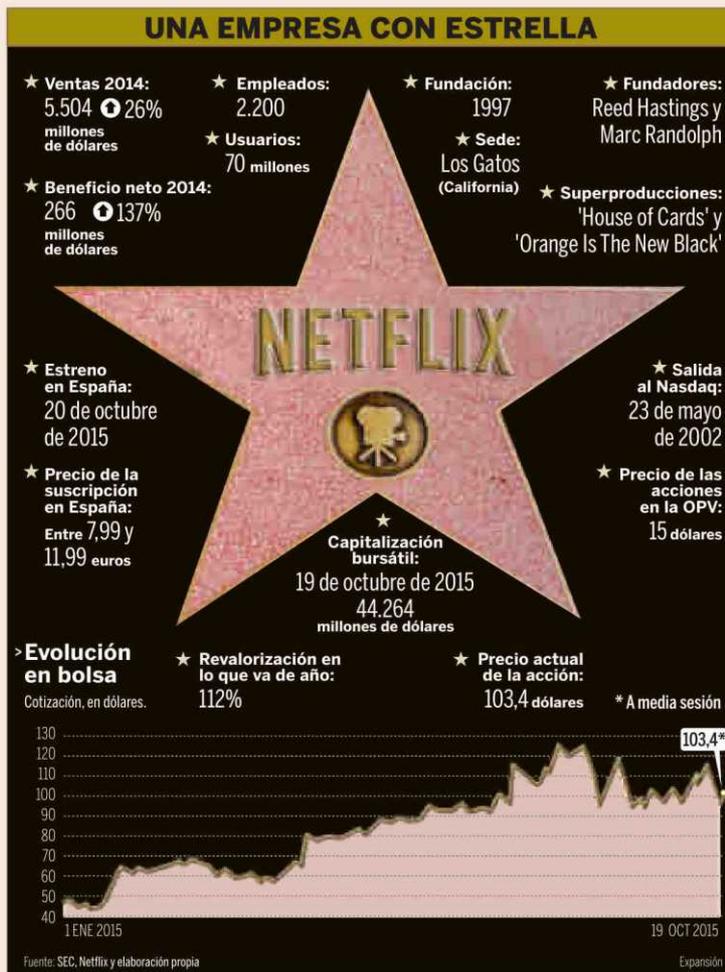
Netflix es uno de los artífices de esta revolución. Con una tarifa media mensual inferior a los 10 dólares, la compañía ofrece la posibilidad de ver en Internet todo el contenido de cine y series de televisión disponible en su plataforma. Este modelo de negocio en *streaming* comenzó como una opción más dentro de la amplia oferta de contenidos audiovisuales online, pero hoy se ha transformado en una alternativa a la televisión tradicional, especialmente, entre los jóvenes.

El uso masivo de este modelo de videoclub digital, favorecido por una infraestructura cada vez mejor de acceso a Internet, ha llevado a Netflix al firmamento de las estrellas empresariales y a dar un salto internacional con el que hoy entra en España. La compañía ofrecerá en el mercado nacional un catálogo más limitado que en Estados Unidos, con series como *Narcos* y *Marco Polo*, con el objetivo de ir ampliándolo. Netflix, que ha llegado a un acuerdo con Vodafone para que integre su servicio de vídeo en la televisión de la operadora, se lanza con precios de entre 7,99 y 11,99 euros, aunque el primer mes será gratuito.

A Bolsa en 2012

El camino de Netflix ha sido largo. La compañía es una de las veteranas de la era digital. Nació en 1997 como distribuidor de DVD y, en 2002, salió a Bolsa. Valía 15 dólares por acción y contaba con 600.000 usuarios.

Netflix se separó en dos empresas en 2011, una con el negocio de *streaming* online y otra con su actividad tradicio-



'House of Cards' fue la primera superproducción de Netflix.



'Beasts of No Nation', la primera película original de la compañía.

En España, ofrecerá un catálogo más limitado, con series como 'Narcos', que quiere ir ampliando

Icahn ha ganado al menos 1.600 millones de dólares con su inversión en la empresa

nal de DVD, que decidió cerrar un año más tarde. Fue entonces cuando comenzó el ascenso fulgurante de una firma que hoy alcanza una capitalización de 44.000 millones de dólares y que cuenta con 70 millones de usuarios. Netflix se ha revalorizado más de un 100% en lo

que va año y sus acciones se han multiplicado casi por ocho desde 2013.

Su salto coincidió con la apuesta por los contenidos propios que se inició con la serie *House of Cards*, un éxito rotundo que Netflix está repitiendo ahora con *Orange Is*

The New Black. Netflix también ha lanzado su primera película, *Beasts of No Nation*, que se estrenó el viernes en Estados Unidos.

Esta apuesta, sin embargo, pone en alerta a los analistas por los elevados costes que implica. Aunque Netflix no

detalla cifras sobre su inversión en las producciones, se calcula que, solo por los derechos de *Beasts of No Nation*, pagó 12 millones de dólares.

Carl Icahn ha sido uno de los grandes beneficiados del empuje de Netflix. El inversor llegó a tener 5,5 millones de

acciones de la compañía, de la que salió en junio. Icahn ganó al menos 1.600 millones de dólares con su inversión en Netflix, según *Bloomberg*, pero surgió entonces la pregunta de por qué uno de los gurús de Wall Street dejaba una empresa a la que había llegado a comparar con Apple.

Los resultados trimestrales recogen un crecimiento de usuarios menor del previsto en Estados Unidos, lo que ha encendido también las alarmas sobre una posible sobrevaloración de la compañía. La fuerte competencia es otro de los retos a los que se enfrenta Netflix, especialmente, en Norteamérica, donde sufre la pujanza de empresas como Amazon, HBO y Hulu. Esto explica gran parte de su estrategia internacional. Netflix está presente en más de cincuenta países, incluido Cuba. China, donde podría aterrizar el año que viene, es su asignatura pendiente.

¿Una burbuja en televisión?

La estrella de Netflix ha perdido brillo tras los resultados del tercer trimestre, cuando el ritmo de crecimiento de la compañía en Estados Unidos ha decepcionado a los inversores. Netflix apenas ha alcanzado 880.000 usuarios nuevos en su principal mercado, frente a la estimación de 1,15 millones. La compañía, que elevó en 1 dólar su tarifa media el mes pasado en Estados Unidos,

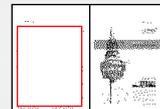
ha justificado el freno en los cambios que se han aplicado en el sistema de pago a través de tarjetas. La explicación no ha convencido a los accionistas y la compañía cayó más de un 10% en Bolsa la semana pasada, aunque ayer subía con fuerza. En el escenario internacional, Netflix ha añadido 2,74 millones de nuevos suscriptores, más de los 2,4 millones calculados. Para el actual trimestre, la

empresa prevé 1,65 millones de nuevos clientes en Estados Unidos y 3,5 millones en todo el mundo. Los beneficios de Netflix se redujeron un 50,4% en el tercer trimestre, hasta 29,4 millones de dólares, con una facturación de 1.738 millones, un 23,3% más. El negocio internacional duplicó las pérdidas, hasta 68 millones, aunque Netflix cree que podrá alcanzar el punto de equilibrio en 2016



Reed Hastings, CEO de Netflix.

y comenzar a ganar dinero cuando se complete su desarrollo internacional.



UNION EUROPEA



En busca de un mercado digital realmente único

Bruselas ha lanzado una serie de medidas para que la UE deje de ser un mosaico de 28 mercados digitales. Con ellas aspira a aumentar el PIB en 415.000 millones de euros. **Por Miquel Roig (Bruselas)**

Cuando el vicepresidente de la Comisión Europea, Andrus Ansip, y el comisario de Economía Digital, Gunther Oettinger, presentaron en mayo su estrategia para crear un Mercado Único Digital, el ambiente en la sala de prensa de la sede de la institución europea era el de las grandes ocasiones. Gabinetes de los comisarios al completo, apenas sillas libres, periodistas de pie o sentados en las escaleras...

Había dos razones para tanta expectación. La primera, la magnitud del dossier que se presentaba. La estrategia para crear un Mercado Único Digital afecta a multitud de sectores económicos (audiovisual, distribución, *copyright*, telecomunicaciones, Internet...), y la Comisión Europea confía en aumentar el PIB de la UE en 415.000 millones de euros. La segunda es una derivada de la primera: es tan transversal y afecta a tantas empresas, que todos los *lobbies* de Bruselas se pusieron en guardia.

¿Pero qué es exactamente un mercado único digital? El

concepto es difícil de definir, porque afecta a muchos productos heterogéneos. Va desde las inversiones en infraestructuras para ofrecer conexiones de internet a los costes de envío para comprar un aparato electrónico online, pasando por la posibilidad de ver un canal de TV de pago de un país desde otro distinto.

EEUU es uno de los ejemplos más usados. Sobre el papel, el mercado digital de la UE es mayor, pero en la práctica sigue siendo un mosaico de 28 mercados. Tomando los ejemplos anteriores, las distintas regulaciones del sector de telecomunicaciones desincentivan las grandes inversiones transfronterizas en infraestructuras; es imposible comprar un lector de libros electrónicos Kindle en Bélgica sin pagar un sobreprecio superior al 20%; y un suscriptor del servicio de series y películas online Netflix en Reino Unido no puede verlas desde España.

Todo esto sería inconcebible entre dos estados de EEUU, pero en Europa ocurre. Y no es fácil de cambiar.

Sobre el papel, la UE es un mercado único mayor que EEUU, pero en la práctica es un mosaico de 28

Bruselas ha iniciado este año un plan para deshacer los nudos que atenazan la economía digital

La batería de ideas afecta tanto a las telecomunicaciones como a ventas de productos online

Hay muchos intereses en juego. Por ejemplo, las operadoras de telecomunicaciones tradicionales acusan a gigantes tecnológicos como Google, Apple o Facebook de meterse de lleno en su negocio (llamadas de voz o acceso a internet) pero con menos costes regulatorios. ¿Es o no razonable esa situación? Hay más casos: los titulares de derechos audiovisuales de productos como el fútbol, por ejemplo. Aunque no tiene el mismo valor la Liga española para un ciudadano español que para un finlandés, ¿es legítimo cobrar más a uno que a otro si los dos forman parte de un mercado único?

Ante todos esos interrogantes, no hay soluciones simples. Y ese es precisamente el gran reto de la Comisión Europea: trazar una batería de medidas que elimine obstáculos para alcanzar un mercado digital realmente único. Para ello, la Comisión Europea lleva varios meses trabajando en una serie de medidas. Se ha iniciado una consulta sobre en marcha sobre el *geobloqueo*, para ver qué barreras

transfronterizas existen al consumo de bienes y servicios online. Otra sobre el rol de las plataformas digitales en la economía, que afecta a prácticamente todo internet: por plataforma se entiende aquel lugar que se ofrece como punto de unión entre proveedores y clientes e incluye buscadores online (Google, Bing), mercados online (Amazon, eBay), distribuidores de contenido audiovisual (Netflix, Spotify), medios de pago (PayPal), redes sociales (Facebook, Twitter). Y también hay otras consultas sobre las normas que rigen el mercado de telecomunicaciones, los servicios audiovisuales o la modernización del IVA.

Todas ellas tienen, como mínimo, el potencial para desatascar uno o varios cuellos de botella que impiden que en la UE haya un mercado realmente único. Que ese objetivo luego se consiga dependerá de la ambición de la Comisión y de la de los Estados miembros, que son quienes deberán dar el visto bueno a todo lo que proponga Bruselas.

LOS DATOS

4%
servicios online



Solamente el 4% de los servicios online que se venden en la Unión Europea son realmente transfronterizos, el 54% los ofrecen empresas de EEUU y el 42% proveedores nacionales.

52%
de compras fallidas



El 52% de las veces que un consumidor europeo ha intentado hacer una compra online en otro país, la venta se ha frustrado porque el comercio no sirve al país de origen.

11.700 millones



Los consumidores europeos podrían ahorrarse 11.700 millones de euros al año si pudiesen comprar libremente sus productos online en cualquier país de la Unión Europea.



La minoria colla Marín

BLOC L'oposició s'uneix per obligar el govern socialista a reformular els mitjans de comunicació local i recuperar Ràdio L'Hospitalet **MOCIONS** La pèrdua de la majoria absoluta fa que el PSC hagi d'assumir mocions tot i no estar-hi d'acord

Rosa M. Bravo
L'HOSPITALET DE LLOBREGAT

La minoria en què es troba el PSC a l'Ajuntament de l'Hospitalet comença a passar factura al govern que encapçala Núria Marín. Els partits de l'oposició van protagonitzar ahir un gest insòlit amb la convocatòria d'una roda de premsa conjunta, davant de la seu dels mitjans de comunicació local, en què van demanar que aquests es reformulin, que se substitueixi l'actual direcció i que Ràdio L'Hospitalet torni a emetre en FM –ara ho fa només per internet–. Un gest que tindrà continuïtat en el pròxim ple, ja que els 16 regidors de l'oposició aprovaran una moció en què es demanarà, a més, que es garanteixi l'accés de les entitats als mitjans i canvis al *Diari de l'Hospitalet*, a qui acusen d'estar dedicat a promocionar les actuacions del govern municipal.

El convergent Jordi Monrós va actualitzar ahir com a portaveu dels partits de l'oposició –a més de CiU hi ha Ciutadans, ICV-EUiA-Pirates, el PP, ERC, Guanyem i la CUP–, i va alertar que “la finalitat no és anar contra el govern, sinó tenir uns mitjans públics de qualitat, plurals, a favor de la ciutadania”. Unes característiques que ara no es compleixen, segons Monrós, perquè l'oposició “només té una columneta al *Diari de l'Hospitalet*”, perquè les entitats ja no participen en una ràdio “que va ser capdavantera” ni en una televisió “que va ser model de pluralitat”.

Francesc Belver, tinent d'alcalde de Coordinació i Planificació Estratègica, va declarar ahir que l'equip de govern “no té cap decisió presa” pel que fa a la reformulació dels mitjans. Belver va recor-



El portaveu de CiU, Jordi Monrós, va explicar ahir als mitjans el contingut de la moció que es votarà en el pròxim ple municipal ■ JOSEP LOSADA

Les frases

“És prioritari que torni la ràdio, que va ser capdavantera durant molts anys amb molts programes en què la gent i les entitats podien participar”

“No hem calculat quant costaria el que proposem, però pensem que val la pena invertir per donar informació als ciutadans”

“La finalitat és tenir uns mitjans públics de qualitat, plurals, a favor de la ciutadania”

Jordi Monrós
PORTAVEU DE CIU

dar que els pressupostos encara s'han d'aprovar i que “tot dependrà dels recursos disponibles”.

Els partits prometen fer un seguiment d'una moció que, un cop aprovada, serà de compliment obligat, igual que ho és una altra que va tirar endavant en el passat ple respecte del servei de neteja de la ciutat i que el govern assumeix, en part, a contractar. En aquella ocasió, a proposta d'ERC, es va aprovar un pla per millorar la neteja i com-

batre l'incivisme. Un pla de xoc que, segons el tinent d'alcalde d'Espai Públic, José Castro, el govern ja ha posat en marxa. “Hem tingut un estiu amb molta calor i sequera i això implica que la gent faci un ús més intensiu de l'espai, i per això és difícil tenir-ho més endreçat.” L'Ajuntament està revisant “servei per servei” la contracta adjudicada a FCC, segons Castro, així com les zones més problemàtiques. Uns problemes que, defensa, estan

associats a un incivisme que cal pal·liar amb un nou pacte del civisme i una revisió de l'ordenança.

Però la moció inclou un punt que, segons Castro, s'està estudiant “perquè el ple és sobirà”, però amb el qual –alerta– el govern no està d'acord: la municipalització del servei. La neteja i recollida de brossa s'ha adjudicat sempre a empreses externes i “hem d'estudiar si és viable econòmicament i organitzativament”, diu l'edil. ■

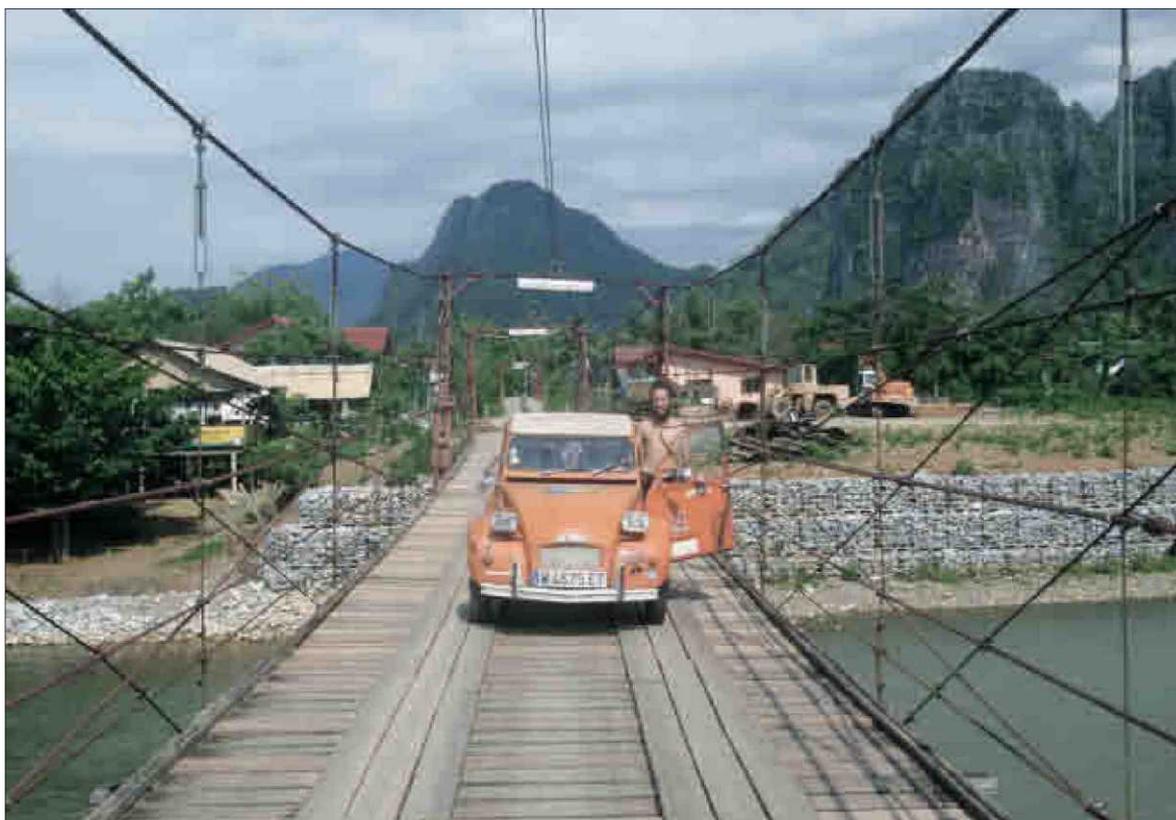
Una travessia pel desert

La cara d'alegria d'alguns treballadors dels mitjans de comunicació locals que es van acostar ahir a escoltar les paraules de Jordi Monrós va ser una mostra palpable del malestar amb què la plantilla va viure el tancament, l'1 de gener del 2012, de la ràdio i la televisió locals. “Hem viscut una travessia pel desert”, va afirmar ahir Francisco Durán, representant del comitè d'empresa, amb referència als últims anys. “La plantilla està ara disposada a col·laborar en el relançament dels mitjans de comunicació local”, va assegurar, tot recordant que es va perdre més de la meitat dels treballadors en un procés traumàtic.

Ràdio L'Hospitalet, que va tancar pocs dies abans de complir els 30 anys, tenia

30 treballadors. La televisió en tenia 40, tot i que no estaven contractats per l'Ajuntament sinó per la productora Lavinia, a qui el consistori no va renovar el contracte. Ara tota la informació s'agrupa en el portal L'Hdigital, que té 25 treballadors, “comptant, entre altres, la recepcionista i els comercials”, segons Durán.

El govern va justificar el tancament per raons econòmiques, i va optar per la informació en línia, una fórmula que ha originat nombroses crítiques per la més que escassa programació de ràdio i televisió i la publicació en paper del diari un cop al mes, ja que és un format que no arriba a molts ciutadans de certa edat, poc acostumats a l'ús d'internet.



Jorge Sierra, con la puerta abierta de su Citroën 2CV, en un puente de Laos. E. M.

TELEVISIÓN **COMPRADO POR TVE Y MOSTRADO ESTE MES EN CANNES**

NARANJITO, VIAJE REDONDO

Jorge Sierra ultima la postproducción de su 'docushow', sobre una vuelta al mundo de casi cuatro años en la que sólo contaba con una cámara de vídeo y el coche que ha dado nombre al formato

EDUARDO FERNÁNDEZ MADRID

La naranja mecánica de un Citroën traquetea por el desierto, espejismo que por momentos se asemeja a una bombona de butano de algún modo puesta en marcha. Conduce Jorge Sierra, a otro ritmo, el que marca un vehículo con el que finalmente completará 117.000 kilómetros por 54 países y cuatro continentes, ruta con un número de anécdotas imposible de cuantificar. Tan excéntrica escena pertenece a un *docushow* que se podrá ver el próximo año en TVE y que ultima su postproducción: *Naranjito*, que en su título hace referencia al apelativo cariñoso con el que un coruñés de ahora 32 años llama a su Citroën 2 CV.

«Viajé solo, sin equipo técnico ni humano; sin un guión previsto, porque sabía que el recorrido iba a ser lo suficientemente interesante», recuerda a EL MUNDO este aventurero, de viaje entre 2008 y 2012. «Tuve suerte, porque me fui cuando sonaban las campanadas de la crisis. Me libré del desastre, aunque no salí de viaje por no encontrar trabajo en España», explica Sierra, que, además de Fotografía, estudió Ingeniería Técnica de Telecomunicaciones, en la especialidad de Sonido e Imagen.

Guionista y director del proyecto, el entonces veinteañero no registró su viaje hasta alcanzar Turquía, donde decidió comprar una cámara de vídeo. «Allí acabó la broma. Necesitaba un compañero de viaje, así que decidí contarle todo. He conducido con amigos, viajeros, autoestopistas, pero al final hemos sido tres: Naranjito, la cámara y yo», señala.

El formato, 16 episodios de 50 minutos, convenció a la productora Mediapro, que a través de Imagina International Sales mantiene conversaciones con otras cadenas para vender el formato por el mundo, tras la estela del coche protagonista. Este mes, en la feria de televisión de Cannes (Francia), el programa interesó a canales europeos en abierto y a otros temáticos de viaje de América Latina, según fuentes de la productora consultadas por este diario. Desde luego, el vehículo ha rendido más de lo que su depósito de 21 litros invitaba a pensar: «El coche caía bien, provocaba la risa. La gente se daba cuenta de que yo no era un loco rico; ni pretencioso, ni ostentoso. En países como Laos y Camboya estaban convencidos de que un coche tan simpático sólo lo podía haber diseñado yo».

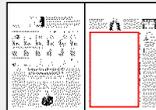
Sierra no lo inventó, pero casi: «Le compré dos coches iguales a un señor de El Escorial, uno de 1979 y otro de 1982. Me costaron 200 y 500 euros. Reforcé el chasis, pero no llevé en todo el recorrido aire acondicionado; tampoco podía descubrir la capota, porque el calor así es mayor. Lo bueno del coche es que no resbala, porque tiene las ruedas pequeñas; que el motor se refrigera por aire, sin necesidad de agua; y que además gasta muy poco combustible. En Irán, donde encontré más barata la gasolina, llenarlo me costaba menos de tres euros».

SIERRA PRESENCIÓ LA REVOLUCIÓN VERDE IRANÍ, LA PROTESTAS DE LOS CAMISAS ROJAS EN TAILANDIA Y LAS RUINAS SIRIAS

EL COCHE PROCEDE DE DOS VEHÍCULOS CITROËN COMPRADOS POR 200 Y 500 EUROS, Y CON MÁS AÑOS QUE EL AVENTURERO

Algunas de las mejores experiencias de Sierra remiten al país de los ayatolás: «No me dejaban pagar en los restaurantes, ni en algunos peajes. Un taxista me dijo que, en vez de darle dinero, contara en mi tierra cómo es en realidad la gente de Irán». Allí asistió al estallido de la Revolución Verde y afrontó distintos interrogatorios acusado de espionaje. En Tailandia, mientras paseaba por Bangkok, se alzaron las protestas de los Camisas Rojas: «No pude salir de casa de unos amigos durante una semana».

Naranjito también sufrió; por ejemplo un paso fronterizo «lleno de agujeros» para entrar en Georgia, «cientos de kilómetros de caravana» en la India, «una rotura de motor» en la amazonía ecuatoriana... Pese a todo, el vehículo ha sobrevivido a ruinas como las de Palmira, contempladas por Sierra en una Siria previa a la guerra: «Más del 90% de todos los mecánicos que he necesitado, y fueron muchos, se negaron a cobrarme, y en ningún caso porque yo lo pidiera. Cuando las reparaciones llevaban mucho tiempo, los propios mecánicos me invitaban a dormir a sus casas». Afuera, descansaba el motor bicilíndrico de Naranjito, merecidamente.



Netflix arriba avui amb una oferta descafeïnada i a partir de 8 euros

Els continguts de la plataforma també estaran disponibles a Vodafone TV

ALBERT CASTELLVÍ ROCA
BARCELONA

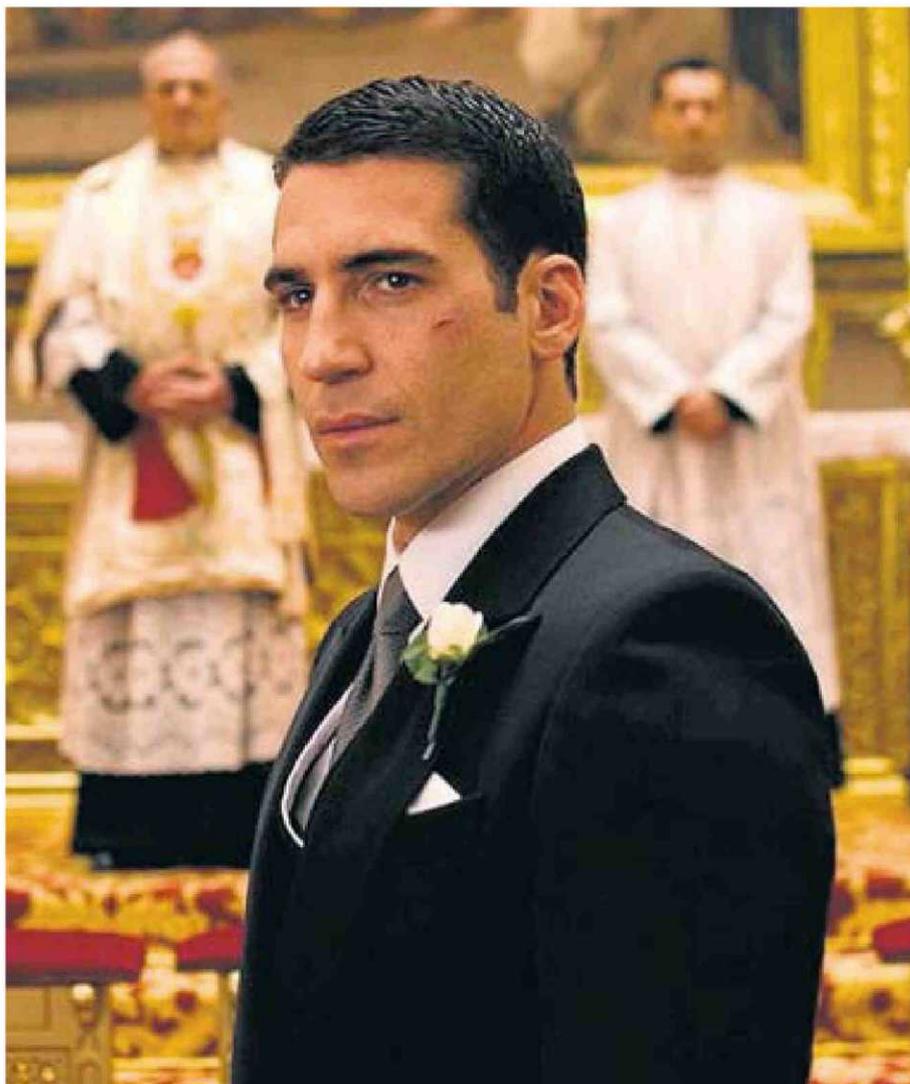
Ni *House of cards* ni *Orange is the new black*. Els dos títols més emblemàtics de Netflix no formen part del catàleg que la plataforma estrena avui a Espanya, on s'instal·la després d'una llarga espera i d'una inacabable sèrie de rumors i desmentiments que s'han repetit periòdicament durant els últims quatre anys. El portal de vídeos sota demanda, doncs, arriba a l'Estat amb una oferta descafeïnada, com a conseqüència de l'exclusivitat que té Movistar+ per emetre a Espanya les seves dues sèries més conegudes.

De totes maneres, aquesta no és una situació excepcional: a Itàlia, on la plataforma començarà a funcionar demà passat, *House of cards* i *Orange is the new black* també queden fora de l'oferta del portal, i casos similars s'han donat a altres països europeus on Netflix ja opera. Entre les sèries que sí que podran veure els abonats a aquest servei a Espanya, tant en versió original subtitulada com doblades al castellà, hi ha algunes de les seves produccions més recents, com *Sense8* –dirigida pels germans Wachowski i amb Miguel Àngel Silvestre entre els protagonistes–, *Marco Polo*, *Bloodline*, *Narcos*, *Daredevil*, *Unbreakable Kimmy Schmidt*, *Grace and Frankie* o *Club de cuervos*, la primera producció original de Netflix en castellà. Fins ara cap d'aquests títols no s'havia pogut veure a l'Estat.

A banda de les sèries, però, la plataforma també ofereix altres formats de producció pròpia, com els documentals *Virunga* i *Mission blue*, la pel·lícula *Beasts of no nation* o la sèrie documental *Chef's table*, a més de diversos continguts destinats al públic infantil. El catàleg s'anirà ampliant progressivament amb noves produccions de Netflix que encara no s'han estrenat, com la sèrie *Jessica Jones* o la pel·lícula *War Machine*, que protagonitzarà Brad Pitt.

Preus europeus

Els preus per accedir a aquests continguts variaran entre els 8 i els 12 euros, en funció de la tarifa escollida, i seran exactament els mateixos que s'ofereixen actualment a la res-



Sense8, dirigida pels germans Wachowski, és una de les sèries que els abonats a Netflix a Espanya podran veure en exclusiva. NETFLIX

Oferta Entre els títols que porta Netflix hi ha 'Sense8' i 'Marco Polo'

ta de països d'Europa on Netflix ja està operatiu. Així, per 7,99 euros mensuals, els abonats podran veure els continguts en qualitat estàndard i només podran tenir connectat un únic aparell en cada moment. La tarifa de 9,99 euros al mes oferirà els continguts en alta definició i permetrà veure'n dos simultàniament a través de dos dispositius diferents. Finalment, per 11,99 euros s'obté accés als vídeos en qualitat 4K –d'ultraalta definició– i se'n podran reproduir fins a quatre alhora.

A més, també podran veure els continguts de Netflix els abonats a Vodafone TV, en virtut d'un acord

que les dues companyies van tancar a l'estiu. De moment, però, l'empresa de telecomunicacions no ha precisat en quines condicions oferirà aquest nou catàleg.

Mentrestant, la setmana passada Movistar+ va treure pit davant l'arribada de Netflix presentant una col·lecció de "més de 200 sèries i més de 500 temporades" que es poden veure a la carta, i una vuitantena més de títols que formen part de la programació dels canals de la plataforma. Entre aquests hi ha Canal+ Series, que també forma part de l'oferta d'Orange TV. —



Poc pluralisme espanyol

INFORME • El CAC apunta que les cadenes privades espanyoles van minimitzar les candidatures independentistes durant la campanya electoral **CASOS** • Antena 3 va prioritzar el PP i el PSC abans que JxSí i Telecinco no va donar cap minut a la CUP

M. Bataller
BARCELONA

Poc pluralisme dels mitjans espanyols en la cobertura de la campanya del 27-S i menysteniment dels independentistes. Aquesta és una de les conclusions de l'informe del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC), que ha analitzat diversos paràmetres, ja sigui en relació amb la presència de les candidatures o el pes que han tingut en comparació amb els resultats del 2012.

Els mitjans analitzats han estat TV3, Catalunya Ràdio, 8TV, RAC1, El Punt Avui Televisió, TVE Catalunya, La 1, Telecinco i Antena 3. Aquestes dues últimes cadenes són les que surten més malparades en l'estudi del CAC. Antena 3, per exemple, va dividir els temps a cada llista sense tenir en compte els escons obtinguts el 2012 i va prioritzar el PP per sobre de la resta de formacions, encara que els de García Albiol eren la quarta força. En concret, en el programa *Notícies 1*, el PP va tenir un 30,4% del temps total dedicat a les notícies electorals i el PSC es va situar en segona posició, amb un 21,1%. Per contra, Junts pel Sí, que sumava CDC i ERC, es va quedar amb un 20,4%.

De la seva banda, Telecinco va ser més plural, tot i que no va dedicar ni un sol minut a la CUP. Curiosament, una organització que ara és clau en la governabilitat del govern català i que sí que gaudeix de molts minuts a les televisions espanyoles.

Temps de les candidatures en la campanya electoral

									
		JxSí	PSC	PPC	CSIQP	UDC	Ciutadans	CUP	Total
TV3	Temps	1:13:36	0:32:32	0:29:53	0:24:23	0:22:22	0:19:52	0:12:30	3:35:08
	%	34,2	15,1	13,9	11,3	10,4	9,2	5,8	100
CATALUNYA RÀDIO	Temps	0:26:33	0:11:52	0:10:41	0:08:38	0:07:40	0:07:37	0:04:15	1:17:16
	%	34,4	15,4	13,8	11,2	9,9	9,9	5,5	100
8TV	Temps	0:35:58	0:14:47	0:12:10	0:11:31	0:06:24	0:08:13	0:07:37	1:36:40
	%	37,2	15,3	12,6	11,9	6,6	8,5	7,9	100
RAC1	Temps	0:27:12	0:11:06	0:11:15	0:09:01	0:04:53	0:06:24	0:04:07	1:13:58
	%	36,8	15,0	15,2	12,2	6,6	8,7	5,6	100
EL PUNT AVUI	Temps	0:20:01	0:09:18	0:09:12	0:05:59	0:03:39	0:04:57	0:03:23	0:56:29
	%	35,4	16,5	16,3	10,6	6,5	8,8	6,0	100
TVE CATALUNYA	Temps	0:30:11	0:11:04	0:10:11	0:07:08	0:08:49	0:04:52	0:01:37	1:13:52
	%	40,9	15,0	13,8	9,7	11,9	6,6	2,2	100
LA 1	Temps	0:18:57	0:06:18	0:06:27	0:03:47	0:04:35	0:03:08	0:00:43	0:43:55
	%	43,1	14,3	14,7	8,6	10,4	7,1	1,6	100
TELECINCO	Temps	0:04:48	0:03:09	0:02:43	0:01:27	0:01:05	0:02:00	--	0:15:12
	%	31,6	20,7	17,9	9,5	7,1	13,2	--	100
ANTENA 3	Temps	0:06:39	0:06:52	0:09:54	0:01:51	0:03:12	0:03:49	0:00:18	0:32:35
	%	20,4	21,1	30,4	5,7	9,8	11,7	0,9	100

pluralisme i igualtat". Precisament ahir el ple del CAC va aprovar aquest estudi i va enviar-lo a la Junta Electoral i a la comissió nacional dels mercats i la competència per tal que "adoptin les mesures que consideren oportunes".

Al marge d'analitzar aquest aspecte, el CAC va estudiar aquelles notícies relacionades amb les eleccions, però que no estan lligades directament amb el bloc electoral, com ara la Via Lliure cap a la Repú-

blica Catalana, les repercussions econòmiques de la independència o el debat sobre si Catalunya continuarà o no dins de la Unió Europea. Les conclusions es poden dividir en tres blocs: TV3, Catalunya Ràdio i El Punt Avui TV, que van prioritzar el govern català sobre l'espanyol; 8TV, RAC1 i TVE Catalunya, en què es prima l'executiu estatal per davant del català, i, finalment, les tres televisions estatals on el govern de Rajoy té molt

10

entrevistes va emetre Antena 3 durant la campanya electoral, però cap a representants de JxSí o la CUP.

de temps i la presència del d'Artur Mas és gairebé testimonial.

La tercera part de l'informe se centra en les entrevistes. Dels nou mitjans analitzats, la majoria donen veu a les set candidatures i Telecinco i Antena 3 van ser les úniques que no ho van fer. *El programa de Ana Rosa*, de T5, va obviar Junts pel Sí, la CUP i Unió, mentre que *Espejo Público*, d'A3, va emetre deu entrevistes, però va deixar de banda JxSí i la CUP. ■



Primers brots verds en el con

Per primera vegada des de fa tres anys, àmbits com el teatre, el cinema i els llibres registren xifres positives en la facturació, des de l'inici del 2015. Després d'haver assumit caigudes del 20% de mitjana, i de fins al 50%, els professionals esperen haver tocat fons i consolidar la recuperació

LAURA SERRA
BARCELONA

No hi ha símptomes d'eufòria, però sí d'al·leujament amb esquitxos d'optimisme. Els últims anys han suposat una travessia del desert per a tots els àmbits de la cultura. A la caiguda del consum fruit de la crisi s'hi van sumar el 2012 les retallades pressupostàries de totes les administracions públiques i l'increment de l'IVA al 21% per als espectacles en viu. A més, per a alguns sectors els canvis d'hàbits de consum i la pirateria han sigut letals. Les paraules més repetides són la "tempesta perfecta". Resultat: en els últims tres anys tots els sectors culturals han patit una caiguda de la facturació superior al 20% de mitjana. Ara, però, per primera vegada des del 2012, les xifres de consum cultural apunten una tímida recuperació en tots els àmbits. Més que increments estratòfics, la clau és que els repunts són generalitzats.

Cada dilluns les xifres de consum han estat sobre la taula de la reunió del consell de direcció del departament de Cultura, i la desaparició d'algunes fletxes vermelles els primers vuit mesos de l'any s'ha celebrat com una notícia extraordinària. "L'entorn era apocalíptic. Tots els àmbits estaven en caiguda lliure", afirma el director general de Creació i Empreses Culturals, Jordi Sellas, recordant la seva entrada a la conselleria el 2013. De fet, va ser llavors quan es van buscar mecanismes per tenir dades de consum cultural a curt termini -setmanals o mensuals-, fins llavors inexistents. "En 30 anys de conselleria de Cultura ens havíem centrat només a fomentar la producció i mai a saber com això arriba a les persones, que al capdavant són les que paguen. Si no tens xifres no saps quin impacte tenen les polítiques", afegeix. I ara, per fi, als estudis que recopila l'Institut Català de les Empreses Culturals hi surten fletxes verdes.

El sector del llibre, econòmicament el de més pes,

"ha aturat la caiguda després d'una davallada continuada d'un 7% els últims anys", diu Sellas. A tot l'Estat la venda de llibres havia baixat un 40% els últims cinc anys, i a Catalunya vora del 30%. "Amb la crisi hem anat deu anys enrere", afirma el president del Gremi d'Editors de Catalunya, Patrici Tixis. Però els primers mesos del 2015 consoliden la tendència de l'any passat i la milloren: acumulen un increment de l'1,5% de facturació, i això sense tenir en compte els llibres de text. Les vendes es mantenen vora els 10 milions d'exemplars a aquestes altures de l'any, a una mitjana de 13 euros el llibre. "Recuperar el que hem perdut serà llarg, però és un gran senyal frenar la caiguda i créixer una mica", diu el president dels editors.

La clau és que la campanya de Sant Jordi i l'agost estan un 5% per sobre de l'any passat. I els òptims resultats de la Setmana del Llibre en Català donaran un altre setembre per sobre de la mitjana. "Veiem que quan a la gent li ofereixen la possibilitat d'accedir a un llibre en un moment especial s'hi tira de cap -explica Tixis-. Però encara hi ha prop d'un 40% de persones que no llegeixen". Per incrementar vendes, "calen nous lectors", opina, i l'increment

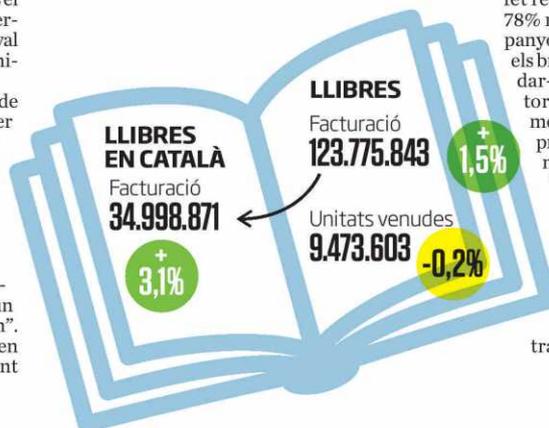
Canvi
"Tots els sectors estaven en caiguda lliure", diu Jordi Sellas

del préstec bibliotecari un 4% ja és un bon índex. Mentrestant, el sector "s'ha adaptat als canvis de consum" i ha après a "conèixer i entendre millor el lector".

Impossible tornar al passat

Hi ha sectors en transformació, però, que "mai tornaran a tenir les xifres de consum passades", afirma Jordi Sellas. L'arribada de Netflix al mercat espanyol avui n'és una mostra. El contingut audiovisual ha canviat (amb la irrupció del fenomen de les sèries) i també les plata-

formes de distribució del contingut, juntament amb plagues com la pirateria i el tancament de sales, en part fruit de la reconversió digital. Fa una dècada el cinema assolia la xifra de 32 milions d'espectadors. Avui sona a ciència-ficció, perquè la caiguda ha sigut del 50%. Aquest 2015, tanmateix, el cinema registra xifres positives tant de recaptació (acumula 74 milions fins a l'agost, un 5% més que els primers vuit mesos de l'any passat) com d'espectadors (11,5 milions fins ara, un 2,4% més). I, a més, hi ha hagut produccions catalanes importants que han fet recaptar 3 milions fins ara (un 78% més). "A pesar del govern espanyol, que ens ho ha posat difícil, els brots verds han vingut per quedar-se i per augmentar. La gent torna a consumir", apunta Raimon Masllorens, president dels productors (Proa). El seu optimisme, però, està condicionat "a fer del canvi una oportunitat", tot i que encara no existeixi la solució definitiva per a la indústria. Sellas observa que els esdeveniments com els festivals i els cinemes de proximitat que cuiden l'espectador han trampejat millor la crisi. Però



Font: Departament de Cultura / Gràfic: E. Utrilla





sum cultural

Masllorens creu que "han de conviure tots els models, el Verdi i el Filmax Granvia". Això sí, admet que l'IVA "ha afectat tota la cadena, i al final també el consumidor": "Ens movem en marges estrets".

Com el cinema, un altre sector en reconversió és el de la música. Aquí els números vermells s'han "donat per perduts", diu Sellas. "No és que la gent no escolti música, és un problema de format. Potser no l'escolten en CD sinó a YouTube i en canals com Vevo o en *streaming*, sigui pagant subscripcions o gratuït i amb anuncis, que seria la ràdio de tota la vida", diu Sellas. Per això es passa per alt una nova caiguda acumulada el 2015 del 9% de la facturació en suport físic o el 12% menys d'unitats venudes. És el mateix que li passa al sector del videojoc: els jocs són cada vegada menys en suport físic perquè les tauletes i el mòbil eclipsen les videoconsoles (tot i així, aquí la facturació creix un 2,8%).

La nota positiva, en canvi, és la música en directe. Els 13 principals festivals de Catalunya han incrementat aquest 2015 un 6,5% els assistents. En total, calculen que als 360 festivals de música que es fan al país durant l'any hi passen uns 1,5 milions d'espectadors. Però la conselleria admet que encara no té les eines per quantificar amb rapidesa i rigor el públic de les sales de concerts ni el de música digital. Com tampoc dels espectacles que es fan en els teatres municipals del territori. Són reptes pendents de cara al futur. En part, els nous models digitals compliquen la transparència, perquè les multi-

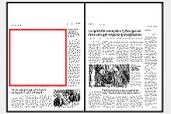
nacionals no faciliten xifres i no funcionen en gremis. "I això afecta el que cobren autors i editors -apunta Sellas-. Costarà trobar criteris compartits".

La proximitat, valor en alça

En teatre la recuperació és més generosa: del gener a l'agost l'increment de la recaptació és d'un 9,2% respecte a l'any passat en aquesta època, a causa de la recuperació del preu mitjà de les entrades, de 21 euros en sales grans (sense incloure-hi el Liceu) i d'11 euros a les petites. Els espectadors, en canvi, pràcticament es mantenen; una dada positiva, si es té en compte que la davallada havia arribat a ser del 21% en una temporada.

El teatre, però, té un punt feble: el bon temps. "Del setembre al març la temporada és molt estable, però a partir de Setmana Santa és més erràtica. L'afecten tres factors: la climatologia, la dificultat que vinguin espectacles de fora perquè no els pots assegurar una bona temporada i el condicionament de la programació pública (el Grec). I tampoc hem trobat solució per atreure el públic visitant", diu Xavier Marcé, president de la patronal d'empreses teatrals Adetca. Ara bé, les xifres assenyalen un punt fort: les sales de petit i mitjà format creixen gairebé en un 10% d'espectadors i un 16% de recaptació el 2015. "És on hi ha la llavor de la creativitat del futur immediat -diu el director general de Creació i Empreses Culturals-. I totes han sigut beneficiades amb convenis triennals". La proximitat és un valor en alça. Una esquadra per avançar. Sense eufòria. Sense parlar de remuntada. Però tots els sectors tenen ganes de regar els esqueixos que comencen a despuntar. —





Junts pel Sí no concede entrevistas a Antena 3 y el CAC culpa a la cadena

El organismo regulador denunciará al medio por no cumplir con el pluralismo informativo

M. PARDEIRO/Agencias- Barcelona

El próximo informe del Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC) promete ser tan polémico como tantos otros del organismo regulador. El CAC ha analizado el pluralismo informativo en televisiones y radios durante la campaña de las elecciones catalanas y reprende al programa «Espejo Público», de Antena 3, y a «El programa de Ana Rosa», de Telecinco, por no entrevistar a los candidatos de Junts pel Sí y de la CUP. Fuentes de Antena 3 consultadas por este periódico expresaron su indignación ante el «despropósito». «No es que no hayamos pedido entrevistas a Junts pel Sí y a la CUP. Es que las hemos pedido hasta en diez ocasiones, por teléfono, por correo electrónico y por mensaje», explicaron desde la cadena.

El CAC, según dio a conocer Europa Press, se propone llevar a Antena 3 ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y ante la Junta Electoral Central (JEC) al considerar que ha incumplido la normativa sobre pluralismo informativo en la campaña de las elecciones autonómicas del 27 de septiembre, según informó un portavoz del organismo.

El informe afirma que de los nueve medios de comunicación monitorizados –TV3, Catalunya Ràdio, 8tv, Rac 1, Punt Avui TV, TVE de Catalunya, La1, Telecinco y Antena3–, este último no respetó el pluralismo informativo. «La



La presentadora de «Espejo Público», de Antena 3, Susanna Griso

distribución del tiempo de las candidaturas no guarda relación de proporcionalidad con los resultados de las elecciones al Parlamento de 2012», concluye el consejo en el informe, ya que afirma que la cadena dio un mayor peso en tiempo de noticia al PP.

Concretamente, indica que destinó al PP el 30,4 por ciento de tiempo de noticia de las informaciones de la campaña electoral a esta candidatura; el 21,1 por ciento al PSC, y el 20,4 por ciento a Junts pel Sí (JxSí), pese

ala representación mayoritaria de CiU y ERC –que integraron la nueva candidatura unitaria– en las anteriores elecciones.

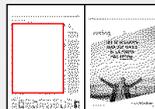
La1 dedicó a JxSí un 43,1 por ciento, un 14,3 por ciento al PSC y un 14,7 por ciento al PP, mientras que Telecinco un 31,6 por ciento a la candidatura soberanista, un 20,7 por ciento al PP de Catalunya y un 17,9 por ciento al PSC.

El CAC remitirá este informe a ambas instituciones para que adopten las «medidas oportunas», ya que considera que Antena 3 ha vulnerado el artículo 66 de la

Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG), que establece que las televisiones privadas deberán respetar los principios de pluralismo e igualdad.

En relación a otras informaciones sobre las elecciones, el CAC ha detectado que las tres televisiones estatales (Telecinco, A3 y La1) han dado una total hegemonía al Gobierno central y no a la Generalitat. Por ejemplo, Telecinco dedicó un 31 por ciento de su tiempo al Gobierno, y un 1,5 por ciento a la Generalitat en información relacionada con las elecciones.

Archivo



RTVE crea una lanzadera de empresas audiovisuales y les dará financiación

La plataforma 'Impulsa Visión' está abierta a autónomos y micropymes

Javier Romera MADRID.

RTVE quiere utilizar sus recursos e infraestructuras para impulsar nuevos proyectos audiovisuales en el mercado español. En este sentido, la corporación presentó ayer *Impulsa Visión*, una lanzadera de *startups* con la que, según anunció Enrique Alejo, director general corporativo, RTVE quiere apoyar el emprendimiento y la innovación. "La lanzadera abre sus puertas para acoger propuestas e iniciativas que permitan el desarrollo de nuevas ideas, de nuevas empresas e iniciativas para el progreso de la industria y del sector audiovisual en nuestro país", aseguró Alejo.

El proyecto está abierto a propuestas en el ámbito tecnológico, de contenidos o de la organización y gestión empresarial. Para ello, la lanzadera se centrará en profesionales autónomos o micropymes creadas recientemente, que tengan un máximo de diez trabajadores en plantilla y facturen menos de 2 millones de euros anuales.

RTVE destaca que, además de aportar su apoyo y experiencia como el mayor grupo de comunicación del país, ofrecerá financiación de hasta 30.000 euros, según el plan de hitos del proyecto. Asimismo, la lanzadera aportará también a los participantes espacios de trabajo en el Instituto de RTVE, planes de asesoramiento, formación y *coaching* a cargo de sus profesionales o de empresas externas o colaboradoras, fundamentalmente universidades.

Recursos y capital

Y eso, sin olvidarse tampoco de recursos materiales y capital para la adquisición de los productos y servicios necesarios para alcanzar los objetivos marcados. Para la difusión y comercialización de los trabajos y productos, RTVE utilizará asimismo sus redes de contactos.

Según explicó Esteban Mayoral, el director de la Unidad de Gestión del Centro de Innovación de la corporación pública, la colaboración



La presentadora Ana Belén Roy, junto a Enrique Alejo y Esteban Mayoral, en la presentación ayer de la lanzadera. EE

"Buscamos talento y compromiso"

Esteban Mayoral, responsable del centro de innovación de RTVE, se mostró ayer claro y contundente a la hora de valorar qué es lo que espera la corporación pública con este proyecto. "Sólo esperamos que los proyectos seleccionados aporten talento y compromiso, con carácter de servicio público, siendo de esta forma útiles para RTVE", dijo.

con *Impulsa Visión* se formalizará a través de un acuerdo de emprendimiento, que además de contener un proyecto de hitos con objetivos marcados en el calendario, "incluirá un plan de apoyo que facilite la búsqueda de nuevas fuentes de financiación y futuras colaboraciones en proyectos nacionales e internacionales promovidos por RTVE y otras entidades y empresas públicas y privadas".

El director general de la Corporación insistió para acabar en que con este proyecto, la empresa "quiere seguir siendo protagonista en el sector audiovisual en materia de innovación y emprendimiento". Según manifestó, "con este nuevo proyecto, RTVE mantiene la inquietud

por seguir innovando; es una parte más en la trayectoria de la Corporación, sumándose a otras en las que ya tenemos un papel importante, como el HD, la tecnología 4K o la digitalización, por ejemplo del Archivo de RTVE".

En esta primera convocatoria de la lanzadera se seleccionarán cuatro proyectos. Todos aquellos que quieran participar deberán presentar su negocio hasta el próximo día 22 de noviembre como fecha límite. A diferencia de lo que ocurre en otros proyectos similares, los directivos de RTVE insistieron en que la corporación no tomará en ningún caso participaciones accionariales en ninguno de los participantes.



Un nou front de la revolució digital

Tres, dos, u... ¡Netflix!

L'arribada del gegant nord-americà altera el mercat del vídeo sota demanda a Espanya

JUDITH
Clares



La esperada arribada de Netflix a Espanya és avui una realitat. Tant de temps especulant sobre el seu catàleg i la seva política de preus, les seves estratègies en l'àmbit del *big data* o la seva aposta per les produccions pròpies, i des d'avui coneixerem realment què ve a oferir Netflix al mercat espanyol. Ara la gran pregunta és què passarà amb els actuals actors del vídeo sota demanda (VoD) presents a Espanya, que basen el seu model de negoci en la subscripció i/o el lloguer i la venda de cine i sèries *on line*, i com quedarà repartit el mercat.

Segons la base de dades europea MAVISE, operen a Espanya 46 portals de VoD dedicats a la comercialització de cine i sèries de televisió. D'entre aquests, podem destacar els portals nacionals Filmin, Filmotech i Nubeox, els gegants internacionals Apple (iTunes) i Google Play, el videoclub *on line* de la multinacional japonesa Rakuten, Wuaki i els portals dels principals operadors de telecomunicacions a Espanya, Yomvi de Movistar+ i els videoclubs de Vodafone One i Orange, així com iniciatives com els portals 400 Films, Cineclick, El Corte Inglés o ADNStream, entre d'altres.

Netflix arriba a Espanya en un moment en què el mercat del VoD es comença a consolidar. L'últim any, els principals actors han mogut fitxa: Telefónica adquiria Ca-

nal+, i es convertia en propietària del portal de VoD Yomvi, integrat en l'oferta de Movistar+. Al seu torn, Vodafone va comprar Ono i va presentar One, la seva oferta conjunta amb mòbil, fix, internet i televisió, i es va convertir en el segon gran operador enfront de Movistar+. A això s'hi ha de sumar l'anunciada oferta de Netflix juntament amb el paquet de Vodafone One TV, una estratègia que beneficia els dos socis, ja que situa Netflix - que manté en paral·lel la seva independència - entre els dos gegants de les telecomunicacions. En l'àmbit de la distribució sota demanda de cine independent i d'autor, Filmin també ha consolidat la seva posició: rep una injecció de capital amb l'entrada de les companyies franceses Metropolitan i Le Meilleur du Cinéma, i inicia la seva expansió internacional obrint Filmin Latino a Mèxic.

AMB AQUESTA varietat d'actors consolidant-se, ¿què pot marcar la diferència perquè ens decantem per una oferta o altra? Sens dubte, la qualitat i el volum dels respectius catàlegs, així com l'orientació a determinades vetes de mercat. També les diferents modalitats de negoci que contemplin les empreses (lloguer, venda, subscripció), així com la seva política de preus. I la seva oferta multidispositiu i en tele-



LEONARD BEARD

La qualitat i el volum del catàleg de cada operador serà determinant per a la seva acceptació

visors connectats, igual que la seva aposta per elements diferenciadors com el disseny i la usabilitat de les seves respectives plataformes, les estratègies de personalització a través de recomanacions i la mineria de dades, l'aposta per les produccions pròpies de cine i sèries a oferir en exclusiva als seus respectius portals, les estratègies de comunicació i màrqueting...

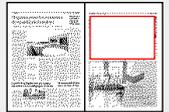
Els títols d'estrena els trobarem en els catàlegs de venda i lloguer (als tres mesos de la seva estrena als cines). En la televisió de pagament la novetat estarà bloquejada des dels quatre o els sis mesos fins als 16 o 22 mitjançant l'accés als portals de VoD

en subscripció *premium*. Una vegada finalitzada aquesta finestra podrem trobar els títols a la televisió en obert i en les modalitats de subscripció generalistes. El gruix de títols en aquesta modalitat seran de catàleg.

EN AQUEST escenari, elucubrar, sense disposar de dades que ajudin a l'anàlisi, sobre el percentatge de quota de mercat que pot tenir cadascun dels actors esmentats no seria més que especular. A diferència del mercat francès, en què es disposa de dades sistematitzades d'audiència i consum en VoD elaborades pel Centre Nacional del Cine i la Imatge Animada, a Espanya no disposem de dades del sector que permetin veure cap on tendeix el mercat. Tot i així, partint de l'anàlisi de **Jean-Yves Bloch**, CEO d'Univers Ciné, podríem aventurar-nos a dibuixar quatre grans blocs. Un primer bloc en mans dels gegants internacionals (50-60%), un altre dels operadors nacionals (30-40%), un tercer que englobaria els independents (10-20%), i un últim bloc per als actors més petits (5%).

¿Netflix sacsejarà el mercat del VoD a Espanya? Sens dubte la seva arribada ha impulsat els actors nacionals a lluitar pel seu tros del pastís, i l'enrenou que ha causat no deixa a ningú indiferent. ¿Qui no ha sentit ja a parlar de consum sota demanda o de televisió connectada? La inquietud i l'interès despertats pel gegant nord-americà són sens dubte una bona mostra de la consolidació del sector del VoD a Espanya. ■

Directora acadèmica del postgrau de distribució audiovisual UOC-Filmin.



El grupo irá también al Supremo y a la CE

PRISA denuncia ante la CNMC la adjudicación de los nuevos canales de TDT

PRISA anunció ayer que ha denunciado ante la CNMC la adjudicación de canales de TDT comunicada el pasado viernes por el Consejo de Ministros "para salvaguardar la libre competencia y el pluralismo en el mercado de la televisión".

CINCO DIAS Madrid

PRISA ha denunciado ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el acuerdo del Consejo de Ministros que adjudicó tres licencias de televisión para la explotación del servicio de comunicación audiovisual televisiva en alta definición (HD), según anunció ayer la compañía a través de un comunicado.

En la denuncia, PRISA insta al órgano supervisor de la competencia a presentar recurso contencioso-administrativo contra dicho acuerdo. La compañía pide también a la CNMC que solicite la suspensión cautelar del mismo para "salvaguardar la libre competencia y el pluralismo en el mercado de la televisión, evitando perjuicios

irreparables" a consecuencia de la adjudicación de estas licencias a Mediaset y Atresmedia.

El grupo también señaló en la denuncia que de dicho acuerdo se derivan "importantes obstáculos" para el mantenimiento de una competencia efectiva al reforzar el duopolio que Mediaset y Atresmedia, con un 86% de cuota en el mercado de la publicidad televisiva, tienen en la actualidad.

PRISA anunció en el comunicado que ha decidido impugnar también el acuerdo del Consejo de Ministros ante el Tribunal Supremo y solicitará medidas cautelares de suspensión de la adjudicación. Igualmente presentará una denuncia ante la Comisión Europea al considerar que la decisión del Gobierno es incompatible con los artículos 106 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la UE.

El Consejo de Ministros aprobó el viernes, a propuesta del ministro de Industria, José Manuel Soria, la adjudicación de los seis nuevos canales de TDT, tres en alta definición (HD) y otros tres en calidad estándar, que sacó a concurso público el pasado 17 de abril. De los seis canales, Atresmedia, Mediaset y Real



La vicepresidenta, Soraya Sáenz de Santamaría, y el ministro de Industria, José Manuel Soria. EFE

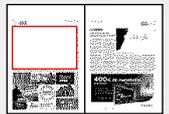
La compañía entiende que se incumple la libre competencia y el pluralismo

Madrid TV han sido las adjudicatarias de los canales en HD, mientras que Secuoya (Central Broadcaster Media), 13TV y Kiss TV (Radio Blanca) para los de definición estándar.

Net TV, El Corte Inglés y PRISA eran las otras compañías que optaban a una licencia para el nuevo reparto de la TDT. Este grupo ya había mostrado hace una semana su oposición al modelo de adjudicación utilizado por el Ejecutivo al entender que iba contra los tratados de la Unión Europea. El grupo mediático remitió sendos escritos al Consejo de Ministros y al secretario de Estado de Telecomunicaciones, Víctor Calvo Sotelo, en protesta por lo que se entendía que incumplía las bases del concurso público para las nuevas licencias que eran el pluralismo y la competencia.

La adjudicación de licencias adicionales de TV de alta definición a Mediaset y Atresmedia infringiría, según afirmó entonces PRISA, el artículo 106.1 en relación con el artículo 102 del TFUE, al crear "un riesgo de abuso de posición dominante". Estos grupos mediáticos ya cuentan con seis y cinco licencias de TDT respectivamente, a la que ahora se suma una para cada una.

Las cadenas adjudicatarias tienen la obligación de estar emitiendo seis meses después de que se haya resuelto el concurso, por lo que como fecha límite, todos ellos deberán estar emitiendo a lo largo del mes de abril de 2016. Además, tienen obligación de ofrecer una cobertura al menos al 96% de la población.



JUSTICIA SENTENCIA CLAVE

DERECHO AL OLVIDO: DATOS OCULTOS PERO IMBORRABLES

El Supremo respalda que los buscadores no ofrezcan lo que ya no es noticia pero que siga en la hemeroteca

MANUEL MARRACO MADRID

El Tribunal Supremo ha dictado la primera sentencia sobre el llamado «derecho al olvido digital», en la que establece que las informaciones perjudiciales que afecten a personas sin relevancia pública no deberán estar accesibles en los buscadores de internet cuando el paso del tiempo haya hecho perder relevancia a la noticia.

La decisión del Pleno de la Sala Civil establece que en esos supuestos los propios medios de comunicación deberán encargarse de impedir que la noticia pueda ser archivada en los buscadores de internet.

La resolución está directamente vinculada con la dictada el año pasado por el Tribunal de Justicia de la UE en el llamado caso Google. El Tribunal de Luxemburgo respaldó la retirada de datos por parte del buscador, mientras que ahora el Su-

premo establece que también el propio medio deberá hacerlo.

El Alto Tribunal español da la razón a los particulares en ese punto, pero no en otro fundamental. La sentencia revoca la decisión de la Audiencia de Barcelona de ordenar al diario demandado que también elimine en su propia web los nombres e incluso iniciales de los afectados. Por tanto, el alcance del derecho al olvido será limitado y no permitirá retirar totalmente los datos de los protagonistas de la noticia. La información podrá seguir consultándose íntegramente en la hemeroteca digital del medio. Permanecerá así íntegra para su consulta, aunque oculta a los buscadores masivos.

El caso examinado es el de dos jóvenes detenidos en 1985 que fueron condenados por contrabando de drogas. Hace unos años, cuando ya habían rehecho su vida, comprobaron que al escribir sus nombres en Google y Yahoo, lo primero que aparecía era la noticia relacionada con esos hechos.

El diario concernido no atendió su petición de retirar la noticia de los buscadores y eliminar sus nombres, por lo que los afectados interpusieron demanda en protección al

honor, la intimidad y la protección de los datos personales.

La sentencia comienza señalando que los datos deberían respetar un equilibrio entre la libertad de información que suponen las hemerotecas digitales y los derechos alegados por los demandantes. «Es necesario ponderar el potencial ofensivo que para los derechos de la personalidad tiene la información publicada y el interés público en que esa información aparezca vinculada a los datos personales del afectado. Este interés puede justificar que, cuando se trata de personas de relevancia pública o existe un interés histórico, una información sobre hechos que afectan a su privacidad o a su reputación, aun sucedidos mucho tiempo atrás, esté vinculada a sus datos personales (en particular, nombre y apellidos)», dice el Alto Tribunal.

Añade que esta vinculación a los datos personales de la información lesiva para el honor y la intimidad en una consulta por internet «va perdiendo su justificación a medida que transcurre el tiempo si las personas concernidas carecen de relevancia pública y los hechos, vinculados a esas personas, carecen de interés histórico, pues aunque el tra-

tamiento de los datos pueda considerarse veraz, ya no resulta adecuado para la finalidad con la que inicialmente fueron recogidos y tratados y distorsiona gravemente la percepción que los demás ciudadanos tienen de la persona afectada, provocando un efecto estigmatizador e impidiendo su plena inserción en la sociedad».

No obstante, la sentencia puntualiza que el llamado «derecho al olvido digital» no ampara «que cada uno construya un pasado a su medida,

EL TS SE PRONUNCIA POR PRIMERA VEZ Y RECHAZA QUE UN DIARIO DEBA BORRAR LOS NOMBRES DE LOS AFECTADOS

impidiendo la difusión de informaciones sobre hechos que no se consideren positivos, ni justifica que aquellos que se exponen a sí mismos públicamente puedan exigir que se construya un currículo a su medida».

Así pues, el derecho a la protección de datos personales justifica

que, a petición de los afectados, los responsables de las hemerotecas digitales «deban adoptar medidas tecnológicas, tales como la utilización de códigos robots.txt o instrucciones noindex, etc., para que la página web de la hemeroteca digital en que aparezca la información obsoleta y gravemente perjudicial no pueda ser indexada por los buscadores».

En el caso analizado, el Supremo mantiene la indemnización de 7.000 euros impuesta al diario, al considerar que el hecho de mantener indexada la información cuando ya había perdido toda relevancia posible suponía violar el llamado «principio de calidad de datos». Este concepto, acuñado por el Tribunal de Luxemburgo, exige a las informaciones «adecuación, pertinencia, proporcionalidad y exactitud».

«Un tratamiento que inicialmente pudo ser adecuado a la finalidad que lo justificaba puede devenir con el transcurso del tiempo inadecuado para esa finalidad, y el daño que cause en derechos de la personalidad como el honor y la intimidad, desproporcionado en relación al derecho que ampara el tratamiento de datos», dice la sentencia.

Sin embargo, la Sala rechaza la procedencia de eliminar los nombres y apellidos de la información recogida en la hemeroteca, o que los datos personales contenidos en la información no puedan ser indexados por el motor de búsqueda interno de la hemeroteca, pues considera que estas medidas suponen una restricción excesiva de la libertad de información vinculada a la existencia de las hemerotecas digitales.



GEERT VANDEN WIJNGAERT / AP

Max Schrems amb el seu advocat, Herwig Hofmann, en sortir del Tribunal Europeu de Justícia, a Luxemburg, el 6 d'octubre passat

Les agències de protecció de dades forcen pactar amb els EUA

Les entitats urgeixen l'aplicació de la sentència Schrems al gener

FRANCESC BRACERO
Barcelona

Les autoritats de protecció de dades dels països europeus forçaran l'aplicació de la recent sentència del Tribunal de Justícia de la Unió Europea que considera il·legal l'acceptació dels Estats Units com a "port segur" per a la transferència de dades de ciutadans dels països comunitaris per part de les empreses nord-americanes cap a la seva seu dels Estats Units. La decisió judicial va declarar el 6 d'octubre passat com a invàlid l'acord que durant 15 anys va permetre a unes 4.400 empreses dels

Estats Units transferir dades personals dels seus clients europeus gairebé sense traves burocràtiques per processar-los i emmagatzemar-les allà.

La històrica decisió judicial es va aconseguir per la persistència del jove advocat austríac Max Schrems, que va exigir a Facebook que no transferís les seves dades personals als Estats Units. La seva denúncia davant el Tribunal Suprem d'Irlanda, seu europea de la xarxa social, va acabar derivada com una consulta al tribunal europeu. La Comissió Europea donava per fet que la protecció de dades dels ciutadans so-

ta la legislació dels Estats Units era igual de segura que als països comunitaris, encara que sense comprovar-ho. Aquest acord era el *Port segur*.

En un comunicat conjunt, el grup de treball de les agències europees que es dediquen a la protecció de dades dels seus ciutadans va apressar ahir els estats membres i les institucions europees que obrin "converses amb les autoritats dels EUA a fi de trobar solucions polítiques, jurídiques i tècniques que permetin transferències de dades al territori dels Estats Units respectant els drets fonamentals". Segons les

agències, les possibles solucions hauran d'anar sempre acompanyades "per mecanismes clars i vinculants" que permetin que les autoritats públiques puguin supervisar l'accés a aquestes dades per protegir els drets dels seus ciutadans". El factor clau de tot és la vigilància que les autoritats nord-americanes han fet en els últims anys, segons va denunciar Edward Snowden.

Les agències europees de protecció de dades assenyalen que la vigilància d'agències de seguretat nord-americanes de les dades de ciutadans europeus és "incompatible amb el marc jurídic de la UE



i que les eines de transferència existents no són la solució a aquest problema”.

En qualsevol cas, segons van recordar ahir davant l'aparent falta d'avenços, “les transferències que encara s'estiguin duent a terme sota la *Decisió port segur* després de la sentència del Tribunal de Justícia de la UE són il·legals”.

El grup d'agències protectores de dades va advertir ahir els governs europeus que, si al gener no hi ha un acord que garanteixi els drets dels usuaris, prendran “totes les mesures necessàries i apropiades, que poden incloure accions coordinades d'aplicació de la llei”. Les autoritats de protecció de dades van anunciar també que posaran en marxa campanyes d'informació adequades als seus respectius països que “poden incloure informació directa a totes les empreses respecte de les quals consti que utilitzen la *Decisió de port segur*”.

LA DADA

Facebook avisarà l'usuari vigilat

■ Facebook començarà a enviar notificacions als seus usuaris en el cas que sospiti que tenen els comptes personals intervinguts (piratejats) per algun govern. La xarxa avisarà aquests usuaris mitjançant un missatge que el seu compte ha estat “compromès per un atacant sospitós de treballar en nom de l'Estat” i l'instarà a assegurar-ne les dades immediatament.

La sentència de tribunal europeu va urgir que les autoritats de protecció de dades d'Irlanda, que va ser on es va interposar la demanda, investiguin “amb tota la diligència exigible” la denúncia contra Facebook i decideixin si la transferència de dades als Estats Units és segura o no.

Si finalment conclouen que el marc legal d'aquest país no ofereix una protecció similar a l'europea, podran ordenar la suspensió del flux de dades.●



El CAC lleva a Antena 3 a la Junta Electoral

El ente considera que la cadena privada estatal pecó de falta de pluralismo en su cobertura del 27-S

BARCELONA

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) llevará a Antena 3 a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y a la Junta Electoral Central (JEC) al considerar que ha incumplido la normativa sobre pluralismo informativo en la campaña de las elecciones autonómicas del 27 de septiembre.

Ésta es una de las conclusiones del *Informe específico de pluralismo en la televisión y en la radio durante las elecciones al Parlament de Catalunya 2015*, que por primera vez incluye las televisiones estatales y analiza estos medios desde el 11 de septiembre hasta el día 25.

El informe afirma que de los nueve medios de comunicación monitorizados -TV3, Catalunya

Ràdio, 8tv, Rac 1, Punt Avui TV, TVE de Catalunya, La1, Telecinco y Antena3-, el único que no respetó los criterios de pluralismo informativo fue Antena 3.

«La distribución del tiempo de las candidaturas no guarda relación de proporcionalidad con los resultados de las elecciones al Parlament de 2012», constata el consejo en el informe, ya que afirma que la cadena dio un mayor peso en tiempo de noticia al PP.

Concretamente, destinó al PP el 30,4% de tiempo de noticia de las informaciones de la campaña electoral a esta candidatura; el 21,1% al PSC, y el 20,4% a Junts pel Sí (JxSí), pese a la representación mayoritaria de CiU y ERC -que integraron la nueva candidatura unitaria- en las



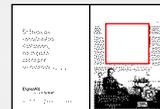
El presidente del CAC, Roger Loppacher. JORDI SOTERAS

anteriores elecciones.

La1 dedicó a JxSí un 43,1%, un 14,3% al PSC y un 14,7% al PP, mientras que Telecinco un 31,6% a la candidatura soberanista, un 20,7% al PP de Catalunya y un 17,9% al PSC.

El CAC remitirá este informe a ambas instituciones para que adopten las «medidas oportunas», ya que considera que Antena 3 ha vulnerado el artículo 66 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General (LOREG), que establece que las televisiones privadas deberán respetar los principios de pluralismo e igualdad.

El informe también ha analizado si estos medios entrevistaron a los responsables de las siete candidaturas que concurrían a los comicios, llegando a la conclusión de que en Telecinco, *El programa de Ana Rosa* no entrevistó a ningún portavoz de JxSí, Unió ni la CUP, y en A3, *Espejo público* tampoco emitió entrevistas con JxSí y la CUP.



Roures: “Ofrecemos el fútbol a Movistar a 3 euros por abonado”

TELEVISIÓN/ Mediapro dice que vende los derechos de la Champions en mejores condiciones que a sus rivales.

J. Montalvo. Madrid

Las negociaciones entre Telefónica y Mediapro por los derechos para televisión de la Champions League han entrado en punto muerto. La razón: el precio de los derechos. Con la competición ya en marcha (esta semana se disputa la tercera jornada), Telefónica es la única operadora española de telecomunicaciones que no ofrece en su propuesta audiovisual el fútbol europeo, cuyos derechos controlan Mediapro y su socio Al Jazeera, a través de BeIn Sport, al considerar excesivo el precio que propone el grupo catalán.

En declaraciones a EXPANSIÓN, Jaume Roures, socio de Mediapro, asegura que ha ofrecido a Telefónica

“Al precio que ofrecemos los derechos, el coste máximo para Movistar rondaría los 130 millones de euros al año”

“Los rivales de Telefónica ya han sobrepasado el mínimo garantizado que pactaron pagar por los derechos”

unas “condiciones mejores que a los rivales, teniendo en cuenta que la base de abonados de Telefónica [en gran parte heredada de Canal +] es especialmente futbolera”.

Roures asegura que Mediapro ya he hecho llegar “tres propuestas diferentes” a los responsables de Telefónica,

que las ha rechazado una a una. En la última, “hemos ofrecido los derechos a Movistar a un coste de 3 euros por abonado al mes”. Según Roures, se trata de unas condiciones favorables, con un “coste máximo, en la hipótesis más cara, de 130 millones de euros” para el conjunto de la temporada.

Telefónica esperarcerrar el año con 4 millones de abonados a su oferta de televisión, por lo que a 3 euros al mes, por once meses en que se calcula el coste de estos derechos deportivos, alcanzaría los 132 millones de euros.

Con el resto de operadores, Mediapro ha acordado distintas fórmulas que pasan por un coste de 8 euros al mes, dependiendo del número de

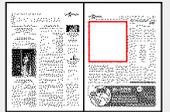


JM.Cadenas

Jaume Roures, socio de Mediapro.

abonados, y un precio mínimo garantizado “del 40%”, una fórmula que, asegura, ya ofreció a Movistar El responsable de Mediapro asegura que todos los rivales de Telefónica “han superado ampliamente ya este mínimo garantizado”.

Telefónica asegura que el coste de los derechos de la Champions empieza en un fijo de 180 millones por la temporada y puede llegar a superar los 200 millones.



Premio a la Orquesta de RTVE por la Academia ATV

El reconocimiento será entregado durante los Premios Iris el próximo jueves 22

La Academia ATV premia a la Orquesta de RTVE por su medio siglo de brillante trayectoria.

MADRID
AGENCIAS

La Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión (ATV) ha concedido un galardón especial a la Orquesta Sinfónica RTVE por sus 50 años de "brillante" trayectoria profesional en este medio siglo de historia y por su aportación a la cultura musical española.

El reconocimiento será entregado durante la ceremonia de los Premios Iris el próximo jueves 22 de octubre, informó ayer la academia en una nota de prensa.

Durante la gala, que presentará la periodista María Casado, sonará además el himno de la Academia compuesto por Jesús Glück y grabado por la Orquesta



FOTO: Efe / La Orquesta de RTVE en uno de sus ensayos

bajo la dirección de Iván Palomares en el Teatro Monumental.

Esa noche, además de conocerse los ganadores de las 20 categorías de los Premios Iris, recogerán galardón los representantes de los programas y los

presentadores autonómicos de O Faro (TVG), Zarrios (Aragón Televisión), Unidad Móvil (Aragón Televisión), Canal Sur Noticias (Canal Sur TV), Silvia Jato por Boas Tardes (TVG) y Mabel Mata por Noticias 2 (Canal Sur TV).



PRISA denuncia ante la CNMC las adjudicaciones televisivas

EL PAÍS, Madrid
El grupo PRISA (editor de EL PAÍS) ha denunciado ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el acuerdo del Consejo de Ministros que adjudicó el pasado viernes tres licencias de televisión para la explotación del servicio

de comunicación audiovisual televisiva en alta definición (HD), que recayeron en Real Madrid Club de Fútbol, Atresmedia Corporación Medios de Comunicación y Mediaset España. PRISA anunció ayer que también recurrirá ante el Tribunal Supremo y la Comisión Europea.

En la denuncia ante la CNMC, PRISA insta al organismo encargado de velar por la competencia a presentar recurso contencioso-administrativo contra el acuerdo del Consejo de Ministros, y pide también que solicite la suspensión cautelar del mismo "para salvaguardar la libre competencia y el pluralismo en el mercado de la televisión, evitando perjuicios irreparables a consecuencia de la adjudicación de estas licencias a Mediaset y Atresmedia", según informó la compañía a través de un comunicado.

Señala, asimismo, que del acuerdo del Consejo de Ministros se derivan "importantes obstáculos para el mantenimiento de una competencia efectiva al reforzar el duopolio que Mediaset y Atresmedia, con un 86% de cuota en el mercado de la publicidad televisiva, tienen en la actualidad". Según los datos de la consultora InfoAdex, en el primer semestre de 2015,

Mediaset acaparó el 43,2% de la inversión publicitaria en el sector, mientras que Atresmedia absorbió una cuota del 42,8%. Disney Channel, la tercera emisora en cuanto a facturación, registró el 0,8%.

Sanciones millonarias

Competencia ha impuesto duras sanciones a Mediaset (15 millones de euros por un lado y tres millones por otro) y ha iniciado un procedimiento sancionador contra Atresmedia por abuso de posición de dominio en el mercado de la publicidad televisiva. También ha abierto expedientes contra ambas entidades por no respetar las restricciones de emisión de anuncios marcadas por la ley.

Tras la adjudicación de los nuevos canales de televisión digital terrestre (TDT), los dos grandes consorcios audiovisuales explotarán 13 canales privados de cobertura estatal, de un total de

21. Mediaset pondrá en el aire siete ofertas distintas, y Atresmedia difundirá seis. El pasado mes de septiembre acumularon una cuota de pantalla del 31,4% y el 26,8%, respectivamente.

PRISA avanzó que también impugnará el acuerdo del Consejo de Ministros ante el Tribunal Supremo y solicitará medidas cautelares de suspensión de la adjudicación. Igualmente, presentará denuncia ante la Comisión Europea por su incompatibilidad con los artículos 106 y 102 del Tratado de Funcionamiento de la UE, toda vez que las nuevas concesiones crean "un riesgo de abuso de posición dominante".

El fallo del concurso, anunciado el viernes por el ministro de Industria, José Manuel Soria, dejó fuera a PRISA y a Vocento (editor del diario *Abc*). Las bases del concurso, sin embargo, planteaban como principal objetivo reforzar la competencia y el pluralismo.



El CAC denuncia a Antena 3 ante la CNMC y la Junta Electoral

Expansión. Barcelona

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), que está presidido por Roger Loppacher, llevará a Antena 3 a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) y a la Junta Electoral Central (JEC) al considerar que la cadena de televisión incumplió la normativa sobre pluralismo informativo en la campaña de las elecciones autonómicas del 27 de septiembre.

Esta es una de las conclusiones del *Informe específico de pluralismo en la televisión y en la radio durante las elecciones al Parlament de Catalunya 2015*, que por primera vez incluye las televisiones de ámbito estatal y analiza estos medios desde el 11 de septiembre al 25 de septiembre.

El informe afirma que de los nueve medios de comunicación monitorizados, TV3, Catalunya Ràdio, 8tv, Rac 1, Punt Avui TV, TVE de Cata-



Roger Loppacher.

lunya, La 1, Telecinco y Antena3, este último no respetó el pluralismo informativo.

Los tiempos

“La distribución del tiempo de las candidaturas no guarda relación de proporcionalidad con los resultados de las elecciones al Parlament de 2012”, señaló el informe, que sostiene que la cadena dio un ma-

yor peso en tiempo de noticia al PP.

Concretamente, indica que la cadena de Atresmedia destinó al PP el 30,4% de las informaciones de la campaña electoral; el 21,1% al PSC, y el 20,4% a Junts pel Sí (JxSí), pese a la representación mayoritaria de CiU y ERC –que integraban la nueva candidatura unitaria– en las pasadas elecciones.

La 1 dedicó a JxSí un 43,1%, un 14,3% al PSC y un 14,7% al PP, mientras que Telecinco otorgó un 31,6% a la candidatura soberanista, un 20,7% al PP y un 17,9% al PSC.

El CAC remitirá este informe a ambas instituciones para que adopten las “medidas oportunas”, ya que consideró que Antena 3 vulneró el artículo 66 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General (Loreg), que establece que las televisiones privadas deberán respetar los principios de pluralismo e igualdad.



Netflix desembarca avui a Espanya amb tres modalitats de subscripció

FRANCESC PUIG
Barcelona

L'hora espanyola de Netflix ja ha arribat. Des d'avui, els usuaris que ho desitgin podran accedir al catàleg de sèries i pel·lícules del servei de vídeo en línia sota demanda més important del món (actualment disposa de més de 65 milions de subscriptors en més de 50 països). Netflix oferirà a Espanya tres modalitats de subscripció

amb preus diferents: un primer pla bàsic que ofereix continguts en definició estàndard que poden ser consumits en un únic dispositiu (7,99 euros al mes), un segon pla que ofereix continguts en alta definició (HD) de què es pot gaudir fent servir fins a dos dispositius simultanis (9,99 euros al mes), i un tercer pla que ofereix contingut en 4K, amb fins a quatre dispositius connectats alhora (11,99 euros al mes). La compa-

nyia ofereix un mes de franc de servei i assegura que les subscripcions es podran cancel·lar en qualsevol moment.

Netflix estarà disponible en televisions intel·ligents, tauletes, smartphones, ordinadors i diverses consoles de videojocs i descodificadors amb connexió a internet, a més d'Apple TV i Google Chromecast, en HD (alta definició) i fins i tot en Ultra HD 4 K. També estarà disponible a la pla-

taforma de Vodafone TV, amb la qual fa gairebé dos mesos va arribar a un acord per poder accedir al seu catàleg a través de l'operadora britànica. Des de Netflix asseguren, tot i això, que aquest contracte no és en exclusiva i de fet estan mantenint converses amb altres companyies com Orange. No així amb Telefónica, amb una plataforma de televisió que ja disposa de diversos canals dedicats a les ficcions televisives com Canal+ Sèries i té els drets en exclusiva de molts dels seus productes.

Netflix aterra amb un catàleg bastant reduït comparat amb els dels Estats Units, la Gran Bretanya i França però que espera anar millorant en els propers mesos. A

més, no comptarà amb dues de les seves sèries estrella de producció pròpia com són *House of cards* i *Orange is the new black*, de les quals té els drets Movistar arran de la compra de Canal+.

Si que oferirà altres continguts originals en exclusiva com *Narcos*, *Daredevil*, *Sense8*, *Club de cuervos*, *Bloodline*, *Grace and Frankie*, *Unbreakable Kimmy Schmidt* o *Marco Polo*; documentals com *Virunga* o *Mission Blue*; pel·lícules com *Crouching tiger, hidden dragon: The green legend*, *The ridiculous 6* i *War machine*, així com diferents especials de comèdia, drames, cinema independent, cinema de Hollywood i producte infantil.●



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

El pitjor titular (o no) per a la foto de John Kerry tocant la guitarra

Hi ha fotografies tan eloqüents que els periodistes ens sentim una mica inútils intentant omplir la caixa de text que ens reserva la maqueta: només podem fer un prec al lector perquè miri i remiri la imatge. Que l'estampa apareixeria a tota la premsa era previsible: John Kerry sostenint una guitarra espanyola amb zero naturalitat al costat de García-Margallo. Ja no era tan



evident que algú –l'Abc– ho titularia: “Espanya i els EUA miren de rebaixar la tensió a Israel i Síria”. El lector que no sàpiga de què va el tema conclourà que la manera de “rebaixar tensió” serà enviant-hi tots dos mandataris, perquè s'arrenquin a cantar *El Tío Calambres* o qualsevol rumba. No crec que la combinació de foto i titular sigui accidental: és sabut que l'Abc té escassa estima pel ministre d'Exteriors.

Enquestes per saber qui guanya un debat

Rivera va guanyar el debat, segons la majoria de diaris. La diferència és que *El País* diu que va guanyar “pels punts”, mentre que a Libertad Digital asseguren que el va “noquejar”. Però probablement la cosa va per aquí, ja que dos mitjans afins al podemita, com Público i Eldiario.es, evitaven fer peça pròpia escollint vencedor i traslladaven la responsabilitat als seus lectors, via enquesta. A totes dues enquestes, com era previsible, Iglesias derrotava Rivera, la qual cosa és molt indicatiu del (poc) valor que tenen aquest tipus de sondejos. Ara bé, el millor era l'enquesta que feia Podem a Twitter: un 60% dels que hi han respost asseguren que Rivera va vèncer. La nova política és més barata –gastes menys en demoscòpia creativa– però has de vigilar de no acabar amb els peus foradats per ferida de bala.



El Tribunal Supremo rechaza aplicar «el derecho al olvido» en las hemerotecas

L. R. S. - Madrid

El Tribunal Supremo rechaza que los medios de comunicación tengan que suprimir de sus hemerotecas digitales nombres y apellidos de condenados en el pasado por considerar que supone «una restricción excesiva de la libertad de información». El pleno de la Sala de lo Civil se pronunció así en una sentencia

en la que considera justificado que tomen medidas para que esas noticias no aparezcan en los buscadores de Internet, pero no que deban suprimirlos de sus hemerotecas.

El Supremo recalca que el llamado «derecho al olvido digital» no ampara «que cada uno construya un pasado a su medida, impidiendo la difusión de informaciones sobre hechos que no se consideren

positivos». Según el alto tribunal, es necesario «ponderar el potencial ofensivo que para los derechos de la personalidad tiene la información publicada y el interés público en que esa información aparezca vinculada a los datos personales del afectado». En su sentencia, no atiende a la petición de dos personas que en los años ochenta estuvieron implicadas en el tráfico y consumo de drogas y posteriormente rehicieron su vida personal, familiar y profesional.

El tribunal cree que el interés informativo puede justificar que se mantengan en la hemeroteca y en los motores de búsqueda datos personales cuando se trata de per-

sonas de relevancia pública o existe un interés histórico. Pero matiza que esta vinculación a los datos personales de la información lesiva para el honor y la intimidad en una consulta por Internet «va perdiendo su justificación a medida que transcurre el tiempo si las personas concernidas carecen de relevancia pública y los hechos carecen de interés histórico».

Así, sostiene que «ya no resulta adecuado para la finalidad con la que inicialmente fueron recogidos y tratados, y distorsiona gravemente la percepción que los demás ciudadanos tienen de la persona afectada, provocando un efecto estigmatizador».



CONVERSACIÓN GLOBAL Francisco Peregil | Rabat

Huelga de hambre de un intelectual crítico

Maati Monyib reclama que el Gobierno deje de acosarle y le permita viajar al exterior

El domingo a la una de la tarde, el historiador Maati Monyib subía en soledad las escaleras de la sede de la Asociación de Derechos Humanos de Marruecos, en Rabat. Ahí duerme y ahí pasa la mayor parte del día desde que el pasado 6 de octubre inició una huelga de hambre. Monyib

es uno de los intelectuales más activos de su país. Además de ser profesor de Historia en la capital marroquí, dirige la asociación Freedom Now —pendiente aún de ser legalizada— y la Asociación Marroquí de Periodistas de Investigación.

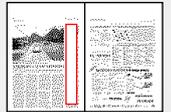
A principios de este mes

de octubre Monyib permaneció tres días sin alimentarse porque las autoridades le impidieron asistir a un congreso en Barcelona. Después de esta negativa volvió a iniciar otra huelga de hambre porque le prohibieron viajar a la localidad noruega de Lillehammer para asistir a una conferencia internacional sobre periodismo.

Maati Monyib cree que hay varias razones por las que su trabajo resulta incómodo para el Gobierno. “Soy muy crítico en medios extranjeros con el régimen”, comentaba el domingo. “Pero lo que menos le gusta al Estado es que yo promueva una alianza entre fuerzas islamistas y de izquierdas, algo parecido a la coalición que gobierna en Túnez”.

El Ministerio del Interior informó la semana pasada de que la prohibición de salir de su país se debe a “una orden judicial por irregularidades financieras cuando gestionaba el Centro Ibn Rochd de estudios de comunicación”.

Monyib piensa, sin embargo, que esa es la manera que tiene el Estado de desprestigiarlo. “La huelga no la hago solo para poder viajar al exterior, sino para que el Estado deje de acosarme. Llevan más de un año criticándome en todos los medios de comunicación afines. Y ahora, cuando he salido de la asociación para ir a ver a mi hija, tenía a una persona vigilándome. El Gobierno estaría encantado de que yo me exiliara, pero no lo voy a hacer”.



HOJEANDO/ZAPEANDO

VÍCTOR DE LA SERNA

El papel, como oferta 'premium'

La *Columbia Journalism Review* es la revista editada por la más antigua y prestigiosa escuela de periodismo del mundo y que se encarga de otorgar esos premios Pulitzer que –recordémoslo– no son sólo los más renombrados de entre los periodísticos que existen en Estados Unidos, sino de entre los literarios también. Por eso, cuando la *CJR* anuncia un cambio de rumbo, todo el mundo de la cultura y la comunicación estadounidenses presta atención y respira, o quizá suspira, hondamente: la semana pasada, la revista anunciaba que deja de publicarse seis veces al año para hacerlo tan sólo semestralmente, y que a cambio volcarían sus recursos en su versión en internet, que se renovará con mayor frecuencia.

No es nada extraño en esta etapa de radical transformación de la comunicación en el mundo, y tampoco es raro que la primera reacción sea de temor: ésta es la antesala del cierre, se murmura, o se dice en voz alta.

La director de la *CJR*, Liz Spayd, explica que tienen un sólido respaldo de la Universidad y de sus numerosos mecenas, y que no está amenazada su supervivencia, pero cuando la difusión cae a 10.000 ejemplares –la mitad que hace relativamente poco tiempo– y su audiencia en internet crece un 35% en un solo año, se hace evidente que hay que ir a buscar a los lectores allá donde están, y eso es, hoy, en el ciberespacio.

Pero, y eso es lo más interesante, Spayd no quiere acabar con su versión en papel, sino hacer de esos números bianuales, que serán más gruesos y mucho mejor diseñados y presentados, un producto *premium* con «una fuerte tendencia investigativa, al estilo de la *CJR* como perro guardián clásico». Y para ello se van a pagar sumas «de gama alta» a colaboradores de gran nivel. Tras ello, como tras los planes del *New York Times* de convertir su edición en papel prensa en un producto igualmente *premium*, con contenidos de opinión, análisis e investigación no disponibles *online*, subyace una constatación: en Estados Unidos, los suscriptores a las publicaciones en papel aportan «una estabilidad y un sentido de la lealtad que, según se ha comprobado, son más difíciles de replicar en las publicaciones en internet».

Spayd quiere recuperar suscriptores –que son, a la vez, donantes de una revista sin ánimo de lucro– con esa versión nueva. Y en el *Times* se va pergeñando un diario en papel que, aunque con menos compradores, atraiga a un núcleo elitista de entusiastas de la marca dispuestos a pagar, por ejemplo, 5 dólares diarios...



CRÍTICA XARXES



ALBERT
CUESTA

@ALBERTCUESTA

Molt Netflix, però sort que tenim TV3

L'arribada de Netflix al mercat espanyol és una mostra del futur que li espera a la llengua catalana si arribés a prosperar la intenció d'alguns partits polítics de tancar o privatitzar la televisió pública catalana. La plataforma nord-americana de vídeos per internet –nascuda fa 18 anys com a servei de lloguer de DVD per correu postal– obre avui la paradeta ignorant completament el català. No és només que la interfície de les seves aplicacions per a tota mena de dispositius no estarà en la nostra llengua: això es podria resoldre fàcilment deixant la traducció en mans dels mateixos usuaris, com han fet altres serveis. El gran problema és que la videoteca només contindrà cinema, sèries i documentals en versió original –anglesa, esclar– i doblades o subtítulades en espanyol, malgrat que l'empresa presumeix d'una política de *localització plena* en tots els territoris on s'implanta. Però ni català, ni basc ni gallec.

La Plataforma per la Llengua ha rebut Netflix exigint-los l'emissió de contingut en català i amb l'etiqueta #NetflixInCatalan a les xarxes socials, més adequada per a la difusió internacional que la de #NetflixEnCatala que vaig suggerir al juny. Crec que tenen mala peça al teler: gairebé totes les empreses tecnològiques desembarquen amb una oficina a Madrid i veuen el mercat català només com una extensió de l'espanyol on poden operar sense tenir en compte la llengua pròpia. També és veritat que a Netflix no li cal esforçar-se gaire en aquest aspecte: cap dels seus rivals disposa de catàleg ni d'aplicacions en català, ni tant sols Wuaki.tv, de propietat japonesa però nascuda a Barcelona. Mentre no hi hagi un estat català amb facultats per regular els serveis d'internet a Catalunya tenint present el respecte per la llengua, l'única manera de pressionar les empreses que no el practiquen és abstenir-nos de consumir els seus serveis i esperar que reaccionin en veure que al nord-est peninsular tenen menys abonats que a la resta. I aprofitar que tenim TV3 a la carta. —



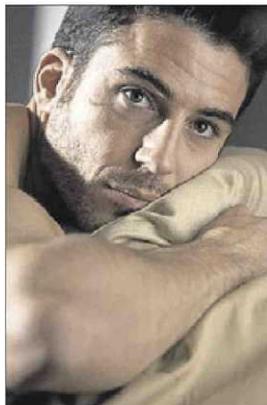
OFERTA AUDIOVISUAL

Netflix obre avui a Espanya la plataforma per internet

EL PERIÓDICO
MADRID

El revolucionari sistema de televisió per internet nord-americà Netflix es presenta avui oficialment a Espanya dins de la seva política d'expansió per tot el món i amb la intenció d'arribar a acords amb tots els operadors que vulguin incloure la seva oferta a les seves respectives plataformes. Així, l'acord a què van arribar amb Vodafone Espanya el mes de setembre passat no és d'exclusivitat.

«En el cas que arribéssim a firmar acords amb altres plataformes similars a Vodafone seria un acord molt semblant, on el que busquem és simplement facili-



►► M. A. Silvestre, a 'Sense8'.

tar-los als abonats a aquesta plataforma poder-se donar d'alta a Netflix d'una manera més senzilla», ha explicat a Europa Press el director de Producte de Netflix, Neil Hunt. Fonts d'Orange han indicat que estan negociant amb l'empresa *on line* per incloure els seus continguts. Per contra, Telefónica aposta pels seus propis continguts de televisió, que és una de les principals apostes de la companyia reforçada després de la compra de Canal+.

Netflix, que compta actualment amb més de 65 milions de subscriptors en més de 50 països, arriba a Espanya amb un preu bàsic de 7,99 euros mensuals, i amb una oferta en què destaquen continguts originals en exclusiva com *Narcos*, *Marvel's Daredevil*, *Sense8*, *Club de cuervos*, *Bloodline*, *Grace and Frankie*, *Unbreakable Kimmy Schmidt* o *Marco Polo*; documentals com *Virunga* o *Mission Blue*; pel·lícules com *Crouching Tiger, Hidden dragon: The green legend*, *Jadotville*, *The Ridiculous 6* i *War machine*, de Brad Pitt; així com diferents especials. ≡



→ MITJANS DE COMUNICACIO. CELEBRACIO

L'Associació de la Premsa Comarcal es prepara per celebrar el seu 35 aniversari

A. Ventura | **BARCELONA**

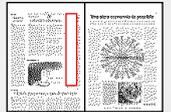
■ L'Associació Catalana de Premsa Comarcal celebrarà la segona edició del Dia de la Premsa Comarcal el proper 13 de novembre en un acte a la Sala Moragues del Centre Cultural El Born de Barcelona que s'inscriu en el 35è aniversari de la seva fundació. Durant la jornada, que oferirà diverses ponències, presentacions i una taula rodona, es donarà a conèixer el guanyador del concurs per a la selecció del logotip que servirà d'imatge d'aquesta celebració. El guanyador, es-

collit d'entre 15 finalistes per un jurat format per professionals del disseny i de la premsa, rebrà un premi de 400 € i el seu disseny il·lustrarà totes les activitats de l'entitat durant el 35è aniversari.

L'Associació Catalana de Premsa Comarcal va instaurar l'any passat el Dia de la Premsa Comarcal amb la intenció de reivindicar un model de comunicació que genera 2.500 llocs de treball a tot el país i que té més de 130 capçaleres de paper i digitals. El Dia vol ser un punt de trobada per a tots els professionals del món de la comunicació en general, amb

l'ànim d'anar-se ampliant a mesura que vagi adquirint solidesa i reconeixement, i un aparador per fer balanç de la situació del sector, que aposta per continuar creixent professionalment amb continguts, nous formats i qualitat.

En la seva primera edició, va aplegar 150 professionals del món de la comunicació, entre mitjans, agències de publicitat, administracions, empreses i gabinets de comunicació, en una jornada que va comptar amb les intervencions de 12 reconeguts ponents com ara Antoni Bassas, Lluís Bassat o Xavier Grasset. ■



Miguel Ángel Aguilar

Informació comprada

Segons notícies fidedignes, el director de Comunicació del Govern basc, Iñaki Bernardo, ha dimitit al·legant principis d'higiene democràtica, una vegada que s'ha presentat als tribunals pel parlamentari d'UPyD Gorka Manero l'acusació d'haver incorregut en irregularitats tant en el repartiment de la publicitat institucional com en la compra d'informacions a mitjans del grup Noticias, afí al PNB.

Dissabte dia 18, a la secció "El acento" de la pàgina editorial d'*El País*, comentava José Luis Barbería, fi analista amb valuoses antenes al País Basc, que aquesta publicitat institucional és un anhelat manà "que aporta respiració financera a les empreses informatives i excita les temptacions governamentals de temperar i donar forma a les empenyes periodístiques, particularment en els temps que els mitjans de comunicació s'assemblen a un camp de ruïnes".

És a dir, que la utilització discrecional o, més ben dit, arbitrària de la publicitat institucional per induir docilitats i eradicar crítiques té llarga tradició. Serveixi d'avís als interessats que els seus primers indicis, en temps dels presidents Suárez i Calvo Sotelo, queden ben documentats al llibre *La prensa que se vendió*, del periodista Luis Santos, de molt recent aparició. Esmentem una arma més contundent i de més abast, com són les concessions d'emissores de ràdio i de canals de televisió, que acaben de ser adjudicades d'acord amb el parer de la vicepresidenta per a tot Sáenz de Santamaría. Perquè fins al final ha de quedar clar qui mana i a qui se li deu agraïment i submissió.

Però la dimissió que ens ocupa té un altre vessant. El de la compra d'informacions del grup Noticias filopenabista. S'imposa una anàlisi semàntica per desxifrar aquesta expressió. El resultat és que pagant el que sigui el Govern basc o el seu director de Comunicació han inserit als mitjans d'aquest grup informacions favorables sense la mínima decència d'esmentar que eren publireportatges venuts. Recordeu que "Micifuz y Zapirón se comieron un capón / en un asador metido. / Después de haberlo comido / trataron en conferencia / si obrarían con prudencia / comiéndose el asador. / ¿Lo comieron?, no señor / era un caso de conciencia". El periodisme no és de franc, el que no paguen els lectors es ven als poders. ●



El Suprem reconeix i ahora limita el “dret a l’oblit”

JOSÉ MARÍA BRUNET

Madrid

El Tribunal Suprem (TS) ha dictat una sentència molt matissada sobre el “dret a l’oblit” a internet, perquè ahora que el reconeix, el limita. L’assumpte resolt es refereix a dues persones que en els anys vuitanta van ser condemnades per un delictes de tràfic de drogues. Passats els anys, han refet la seva vida personal, familiar i professional, i van demanar que s’eviti la difusió actual i permanent de la informació publicada quan van passar els fets, perquè els perjudica.

La sentència, acordada pel ple de la Sala Civil, estableix una doctrina genèrica sobre la necessitat de ponderar el potencial ofensiu que la informació publicada pugui tenir per a “els drets de la personalitat”. Però també veu precís atendre l’“interès públic” que pugui tenir aquesta informació, segons es tracti de persones amb rellevància social o existeixi un “interès històric” en l’assumpte.

Portats aquests principis al cas concret, el Suprem rebutja que s’arribin a eliminar els noms i cognoms de la informació recollida sobre aquells fets en una hemeroteca digitalitzada. La sentència estima que aquestes mesures “suposen una restricció excessiva de la llibertat d’informació vinculada a l’existència de les hemeroteques digitals”. No obstant això, el TS raona en la seva decisió que el dret a la protecció de dades personals justifica que, a petició dels afectats, els responsables d’aquestes hemeroteques hagin d’adoptar mesures perquè la pàgina web en què aparegui la informació obsoleta no la puguin indexar els cercadors d’internet.●



DIAFRAGMA FIGUERES

Fotografia Pere Duran defensa el fotoperiodisme

► El fotògraf Pere Duran va protagonitzar divendres a la Cate una xerrada de la Societat fotogràfica Diafragma. El fotoperiodista banyolí va parlar de l'obra realitzada en gairebé 30 anys d'ofici, i publicada a diaris com *El País*, *Diari de Girona* o *La Vanguardia* des d'on ha informat de tot tipus de de temes succeïts a les comarques gironines. L'acte es va cloure amb les preguntes del públic.



Exigeixen a Netflix continguts en català

Redacció

BARCELONA

La Plataforma per la Llengua ha enviat una carta a la seu internacional de Netflix per exigir l'emissió de continguts en català. L'entitat considera que el proveïdor més gran de televisió per internet del món –que comença a operar avui a l'Estat espanyol– “no pot menysprear els drets lingüístics de deu milions de consumidors potencials”. La plataforma lamenta que Netflix, que aposta per una política de plena adaptació lingüística a la comunitat local on opera, “arribi als territoris de llengua catalana de l'Estat sense garantir el català”. “Confiem que Netflix actuï amb la mateixa sensibilitat lingüística que en mercats amb un pes demogràfic menor, com el danès, el noruec o el finès”, va assenyalar l'entitat.

Els responsables de Netflix han manifestat que no descarten incorporar tant subtítols com doblatge al català; la llengua és una opció de futur, tot i que no concreten cap data. L'ONG del català també denuncia que la web de Netflix a l'Estat espanyol és només en castellà i anglès. ■



El Suprem aplica el 'dret a l'oblit' i limita la informació dels cercadors d'internet

El Tribunal Suprem ha dictat una sentència pionera a Espanya que limita la informació als cercadors d'internet. Segons la sentència, els cercadors hauran d'excloure aquelles notícies que hagin perdut rellevància pel pas del temps si perjudiquen directament algú. Aquesta decisió afecta el cas de

dos detinguts el 1985 que van ser condemnats per contraban de drogues. Els afectats demanaven que s'eliminessin les informacions referents al seu cas, ja que quan introduïen els seus noms als cercadors les primeres notícies estaven relacionades amb aquests fets.



Los periodistas musicales darán en enero el I Premio Ruido al mejor disco del año

El galardón con el que los informadores musicales distinguirán al mejor disco español del año ya tiene nombre, Premio Ruido, que saldrá de una lista de 12 nominados y será entregado por primera vez el próximo mes de enero en una ceremonia con ac-

tuaciones en directo. Esta nueva iniciativa, auspiciada por la recientemente creada Asociación de Periodistas de Música (PAM), fue presentada ayer en un acto en el Barclaycard Center de Madrid (antiguo Palacio de Deportes de la ciudad).



● **'Diario Responsable' abre una nueva web centrada en la innovación**

Diario Responsable estrenó ayer una nueva página web en la que la innovación y el periodismo de datos tendrán un papel fundamental. El renovado portal incluirá noticias sobre RSE, la opinión de sus colaboradores, ofertas de empleo y agenda, así como nuevas secciones que no estaban en la anterior versión.



ONLINE



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

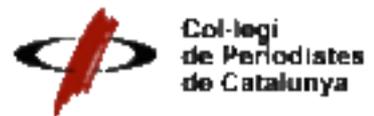
acceso

INTELLIGENCE TO SHINE

Periodisme i Mitjans de comunicació

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
20/10/15	Hannah Arendt, els monstres, la mort i tu / Media.cat - Observatori crític dels mitjans	47	2
20/10/15	Neupic: un espejismo o la alternativa al periodismo tradicional / PRNoticias	49	1
20/10/15	Fallece el destacado escritor egipcio Gamal Ghitany / Periodistas en Español	50	2

Periodisme i Mitjans de comunicació



Hannah Arendt, els monstres, la mort i tu

Martes, 20 de octubre de 2015

Ha fet 109 anys del naixement de Hannah Arendt i aquesta mena d'aniversaris són l'alarma mediocre que fem servir els que no en sabem més per recordar noms imprescindibles. Perquè passen els anys i em segueix fascinant la història d'aquesta dona jueva d'origen alemany que des del seu exili nord-americà va rebre l'encàrrec, l'any 1961, de cobrir a Jerusalem el judici del nazi Otto Adolf Eichmann. Era el clàssic encàrrec amb el que una bona escriptora shauria pogut lluir. Més i tot, en el seu cas, amb una biografia marcada per l'Holocaust. La direcció de The New Yorker li havia donat carta blanca i finalment publicaria 73 pàgines amb les seves reflexions després d'assistir durant tres setmanes al judici de Eichmann. Més que una crònica, el seu escrit es va convertir en un tractat que es titula Eichmann a Jerusalem: informe de la banalitat del mal. Si el llegiu, veureu que Arendt no va optar pel lluïment fàcil. Les reflexions publicades gairebé un any després, el 1962, la van situar al centre de gairebé totes les crítiques. Per què? Perquè va punxar la societat amb el que fa més por: la pròpia responsabilitat en el mal. Afirmava que Eichmann no era un monstre. Era, deia, un home normal producte del model social i polític en què havia crescut i triomfat. Alertava Arendt de la perillositat de deixar-nos portar per la força d'un règim, d'un ideal superior, si això significava negar els principis i els valors humans més essencials. Ho explicava ella que havia fugit del nazisme. Ho explicava ella que shavia documentat de forma sistemàtica sobre els crims i la maldat sanguinària i malaltissa practicada per Eichmann. I allà estava ella, acusada pels seus alemanys, israelians i nord-americans- d'autoodi i d'antisemitisme. El pecat d'Arendt era haver anat més enllà del dolent perfecte, Eichmann, enfrontant els alemanys amb la seva història. Fer-los responsables de la maldat del nacionalsocialisme per evitar que els noms dels dirigents nazis fossin caps de turc catàrtics que permetessin exculpar tots i cadascun dels centenars dels milers de ciutadans que els havien seguit amb el braç alçat. I en publicar-ho als Estats Units, a l'inici de la dècada dels 60, va fer que bona part de l'opinió publicada d'aquells països es sentís també assenyalada en relació a les decisions del seu govern. I a Israel tampoc no li van perdonar una anàlisi complexa que els demanava autocrítica pel comportament d'alguns líders jueus a l'Europa ocupada per Hitler. Les reflexions i la valentia de Hannah Arendt em semblen imprescindibles per entendre el punt d'autocrítica que ens cal en aquest segle XXI d'interconnexions globals. Els dolents perfectes ens alliberen de la responsabilitat col·lectiva en els diferents estadis de la nostra indignació: des d'Aznar fins a Àssad, passant per Putin, Bush o Castro segons les filies i fòbies de cadascú-, trobem sempre un boc expiatori a qui carregar culpes i responsabilitats. I descarregar les nostres. Per això calen moltes Arendts i molts mitjans, com l'aparentment inofensiu The New Yorker, que ens apuntin, ens despullin i ens treguin la son. Per dibuixar les nostres responsabilitats en allò que ens sembla llunyà i terrible. Des d'indignar-nos amb les matances d'Estat Islàmic mentre regalem samarretes blaugranes amb un patrocinador vergonyant, fins a escriure posts encesos sobre braus mentre comprem sis ales de pollastre per

un euro i mig al súper del costat. No es tracta de convertir-nos en éssers absolutament coherents sinó de combatre la indiferència que provoca el mal massiu, parafrasejant Arendt. La pensadora recordava la necessitat de sentir el mal i fer el dol per tot aquelles ferides que no ens són properes però, malgrat això, són nostres. Perquè les hem de fer nostres. En un moment en que la infoxicació no ens deixa temps per pair una catàstrofe o un atemptat perquè ja estem llegint la propera i pitjor, és més necessari que mai un temps pel record, per la reflexió, per anar una mica més enllà de les xifres i dels números rodons lligats a cada notícia plena de mort. Els periodistes hi tenim una responsabilitat especial, potser superior. En paraules de Hannah Arendt, si la mort no té cap valor, la vida acabarà per no tenir-ne, tampoc.

Neupic: un espejismo o la alternativa al periodismo tradicional

Martes, 20 de octubre de 2015

¿Usamos Neupic o no lo usamos? Esa es la cuestión. Hablamos, para ponerlos en situación, de una plataforma dirigida a periodistas y en la cual no se cuenta ni con línea editorial, ni con publicidad y sobre todo, no se tienen intermediarios. La relación es directa entre el periodista y el lector, algo inaudito a día de hoy en este sector, como bien nos cuenta su creador Alfonso Ussía: 'el mercado de la prensa necesitaba un cambio, ya que se demostró que el modelo actual no era rentable. Por ello, analizamos y vimos que hacía falta otra manera de participar en esta disciplina y decidimos crearla. Para ello, nos dirigimos directamente a los periodistas, la materia prima de la que se nutren las agencias de noticias, y les ofrecimos una herramienta que funcionaba mejor que estas, que les daba más beneficios y les permitía mantener la autoría de sus contenidos'. Neupic, hasta la fecha, está funcionando mejor de lo esperado: 'hemos trabajado con muchos medios como El Mundo, La Razón, El País, Pero sobre todo, estamos vendiendo contenidos fuera de nuestras fronteras'. Todo gracias a la economía colaborativa. Estamos, por tanto, ante un proyecto en ciernes que puede dar un aire nuevo a los medios, los cuales, no terminan de aceptarlo: 'todos los medios nos han visto, no sé si como una amenaza o como alguien que se metía en su negocio, y no han informado sobre nosotros nunca'. ¿EL miedo es justificado? ¿Se comerá parte del pastel? En Innovadores seguiremos al detalle la evolución de esta startup. Innovación a la portuguesa La Innovación cuenta con un sabor claramente peninsular, como bien pudisteis ver la pasada semana. Y es que España, a pesar de estar todavía en camino, comienza a ser una potencia a tener en cuenta. Lo mismo que nuestra protagonista, Portugal, aunque si es cierto que esta tiene más camino por recorrer, gracias a la recesión que sacude al país y que ha generado una reducción en los presupuestos, como aclara Sergi García, Responsable de Marketing de Claranet: 'los departamentos de TI del país son los más preocupados por los costes con diferencia. Sus presupuestos en esta disciplina bajaron un 3%, mientras que en el resto de Europa subieron'. Este clima de negatividad no ha reducido las ganas del país de crecer en este sector. De hecho, existe un punto clave que puede desatascar el problema, siempre claro que la inversión sea la correcta: 'Portugal crece en lo relativo a la externalización de las labores tecnológicas. Si esto sigue aquí, y con la inversión correcta, se debería liberar a los departamentos de TI de labores de intendencia para que puedan crear y con ellos dar valor al negocio'. España sube en el ranking mundial Además, repasamos la actualidad del sector, del que hemos destacado el vigésimo séptimo puesto de España en el ranking mundial y en el 18 a nivel europeo en el Índice Mundial, el nacimiento de Microlattice como el material más ligero del planeta, de Zowi como propuesta para conseguir que los niños amen la innovación y una propuesta de matrimonio virtual muy peculiar. Esto y mucho más, en esta nueva edición de Innovadores. Seguiremos informando

Fallece el destacado escritor egipcio Gamal Ghitany

Martes, 20 de octubre de 2015

El destacado escritor egipcio Gamal (Al) Ghitany falleció a los 70 años el pasado domingo, 18 de octubre de 2015, en El Cairo, tras haber pasado dos meses en coma debido a problemas cardíacos, en concreto en el hospital Al Galaa . Uno de los últimos países que viajó fue a España. Gamal-Al-Ghitany El pasado mes de junio estuvo en la Fundación Tres Culturas del Mediterráneo en Sevilla y en la Feria del Libro y Casa Árabe en Madrid, donde presentó La llamada de poniente, cuarto libro traducido al español del autor egipcio y publicado por Alianza Editorial. Ghitany nació en 1945 en la ribera del Nilo, en Sohag (Alto Egipto) si bien se trasladó a El Cairo siendo un niño. Publicó su primer libro de relatos cuando tenía 17 años, época en la que trabajaba en el diseño de tapices y alfombras persas, donde recibió su diploma en Bellas Artes en 1962. Más tarde se convirtió en periodista. Llegó a ocupar cargos de dirección de varios de los más prestigiosos medios egipcios, en el diario Akhbar el Yowm , donde cubrió las guerras árabe-israelíes de 1967 y 1973, la de Líbano y la de Iraq e Irán, siguió en otro diario, Al-Akhbar en 1985 y desde 1993 hasta 2011 en el semanario literario Akhbar al-Adab donde dio a conocer diferentes escritores. Autor y periodista comprometido, fue encarcelado casi un año, de octubre de 1966 a marzo de 1967, por el régimen de Nasser y, más tarde, se le prohibió publicar durante diez años por sus críticas al presidente Sadat. Había defendido la destitución del expresidente Mursi, en coherencia con sus críticas al fundamentalismo islámico. Sus novelas, muy conocidas en el mundo árabe, han sido traducidas a las principales lenguas, especialmente La llamada de poniente (en su original árabe, Hâtif al-Maghîb , 1992) y su primera novela, Zayni Baraka t (1974) traducida también al español. En 1980 recibió el Premio Nacional de Literatura egipcio y en 2009 consigue el Premio de novela árabe por su novela Rinn , publicada en 2008. Cercano al Premio Nobel de Literatura 1988, su compatriota Naguib Mahfuz, de quien escribió una biografía y al que califica como la mayor fuente de inspiración literaria contemporánea, añadiendo: A la edad de 15 años me sentí fascinado por las novelas de Naguib Mahfuz, sus títulos eran extraídos de mi propio barrio cairota, refiriéndose así al distrito de Al-Gamaliya de El Cairo, un barrio original de la dinastía fatimí. Había participado en actos literarios del Instituto Cervantes de El Cairo. Tenía publicados 13 novelas y 6 libros de cuentos. Su último libro publicado en España La llamada de poniente es una fábula que recuerda todo el encanto de Las mil y una noches. Cuenta cómo el joven Ahmad, en mitad de la noche en su humilde vivienda de El Cairo, oye una voz que le ordenaba ponerse en marcha hacia lo desconocido, siguiendo el curso del sol. Durante su viaje, Ahmad se unió a una caravana de camellos, aprendió a orientarse en el desierto, fue huésped en un oasis que no aparece en los mapas, fue aclamado príncipe de un increíble imperio, hasta terminar a orillas del océano, frente a su inmensidad. Su único equipaje, unos libros. En sus sucesivos pasajes, de una extrema belleza narrativa, esconde una sátira llena de humor sobre lo absurdo de algunas costumbres sociales y políticas del mundo árabe; pero también es todo un canto

Audiencia: 7.542

Ranking: 4

VPE: 18

Página: 2

Tipología: online

a las maravillas de este mundo, a los misterios de la vida humana que camina hacia lo desconocido siguiendo el curso del sol, siguiendo la llamada de poniente. Su estilo era diferente de otro escritor egipcio que recientemente también ha estado en España, Alaa al-Aswany (1957, El Cairo) quien presentó su última obra El Automóvil Club de Egipto en Segovia dentro de las actividades de Hay festival el domingo 20 y el miércoles 23 de septiembre en la Fundación Tres Culturas de Sevilla, acto organizado con Casa Árabe. ¿Te interesan nuestros contenidos? Apoya el periodismo independiente con Dropcoin