



17/12/2015

Recull de Premsa



Col·legi
de Periodistes
de Catalunya

accesso
INTELLIGENCE TO SHINE

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

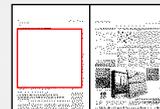
Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
17/12/15	PERIODISMO, ¿EL FINAL DE LA CRISIS? / El Mundo	5	1
17/12/15	LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES ACAPARAN TODO EL PROTAGONISMO / El Economista	6	1
17/12/15	ELS PAÏSOS DE LA UE PODRAN VETAR L'ACCÉS A XARXES SOCIALS ALS MENORS DE 16 ANYS / La Vanguardia. cat	7	1
17/12/15	CARA A CARA MEDIÁTICO / La Razón	8	1
17/12/15	FOTOPERIODISME DE MOLTA ALTURA / La Vanguardia.cat -Viure a Bcn	9	1
17/12/15	LA TELEVISIÓN SALE DE LA CRISIS Y CRECE POR ENCIMA DEL 16% / Abc	10	1
17/12/15	UNA TRANSICIÓ IN ACABADA per Jordi Sardans / Regió7	11	1
17/12/15	CHINA BUSCA ALIADOS PARA SU MODELO DE INTERNET CENSURADO / El País	12	1
17/12/15	PRODUCTORS CATALANS DEMANEN MÉS DESGRAVACIONS PER INVERSIONS EN CINEMA / La Vanguardia.cat - Viure a Bcn	13	1
17/12/15	SERGI MULERO I TXELL FEIXAS, NOUS CORRESPONSALS DE TV3 A LONDRES I BEIRUT / Ara	14	1
17/12/15	LA JUNTA DE ACCIONISTAS DE RCS AUTORIZA UNA AMPLIACIÓN DE CAPITAL / El Mundo	15	1
17/12/15	I de segon plat tenim ?barons? del PSOE al gust / Ara	16	1
17/12/15	UNA DOTZENA D'ESCRITORS I PERIODISTES PARTICIPEN A UNA MOSTRA SOBRE EL MONTSIÀ / Diari de Tarragona	17	1
17/12/15	SBD LLIURE DE CORRUPCIÓ DEMANA LA IMPUTACIÓ DE PERE NAVARRO AL MERCURI / Diari de Sabadell	18	1
17/12/15	LA REVISTA 'MUJER HOY' ES PRESENTA A BARCELONA / El Periódico de Catalunya (Ed. Català)	19	1
17/12/15	EL SUPREMO CONFIRMA LA MULTA A MEDIAPRO POR LOS DERECHOS DEL FÚTBOL / El Economista	20	1
17/12/15	EL LECTOR EXPOSA DOBLATGE A TV3 / La Vanguardia.cat	21	1
17/12/15	LA CRISIS ACABA CON 12.200 EMPLEOS Y EL CIERRE DE 375 MEDIOS DE COMUNICACIÓN / La Mañana	22	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ

Fecha	Titular/Medio	Pág.	Docs.
17/12/15	LES ILLES RECUPEREN LA NORMALITAT / El Punt avui	23	1
17/12/15	LES BALEARS RECUPEREN LES EMISSIONS DEL 33, EL SUPER3 I EL 3/24 / Ara	24	1
17/12/15	EL CANAL 33 I EL 3/24 TORNEN A EMETRE A LES ILLES BALEARS A PARTIR D'AVUI / El Punt avui	25	1
17/12/15	AD-PURE LA COMPANYIA TANCA UNA RONDA DE 300.000 EUROS / La Vanguardia.cat	26	1
17/12/15	MEJORA LA RECOMENDACIÓN DE ATRESMEDIA / Expansión	27	1

PERIODISME I MITJANS DE COMUNICACIÓ





EVOLUCIÓN DEL SECTOR DURANTE LOS AÑOS DE CRISIS

● DESTRUCCIÓN DE EMPLEO POR MEDIOS (2008-2015)

	2008 a 2012	2013	2014	2015	Total
Televisiones	1.685	1.144	1.615	15	4.459
Diarios	1.814	532	245	44	2.635
Revistas	1.089	372	112	16	1.589
Grupos	848	313	265	13	1.439
Radios	298	332	156	94	880
Gratuitos	553	6	0	54	613
Digitales	244	64	69	5	382
Agencias	187	8	3	5	203
Total empleos	6.718	2.771	2.465	246	12.200

(*) : Datos de mediados de 2008 al tercer trimestre de 2015.

FUENTE: Informe Anual de la Profesión Periodística, 2015. Elaboración propia, a partir de los datos del Observatorio de la APM para el seguimiento de la crisis y de datos propios.

A. U. / EL MUNDO

● MEDIOS CREADOS (2008-2015)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Total
Diarios	3	0	3	0	1	3	2	0	12
Gratuitos	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Revistas	13	4	12	10	3	16	11	13	82
Radios	1	1	1	0	0	1	1	0	5
Televisiones	0	1	5	2	4	1	0	1	14
Digitales	12	25	22	30	56	73	54	25	297
Total	29	31	44	42	64	94	68	39	411

MEDIOS EL FUTURO DE LA PRENSA

PERIODISMO,
¿EL FINAL
DE LA CRISIS?

El informe anual de la APM sobre la profesión constata un freno en la destrucción de empleo y un aumento de la facturación en las empresas

FÁTIMA ELIDRISI MADRID

Lo dicen con la boca muy pequeña, pero parece que la caída libre que los medios de comunicación y los periodistas venían sufriendo se ha aminorado. «El panorama sigue siendo igual de incierto y amenazador, no solamente para la supervivencia física de los periodistas, sino también para el ejercicio independiente y libre de la profesión. Pero los datos parece que se detienen», afirmó ayer la presidenta de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), Victoria Prego, en la presentación del Informe de la Profesión Periodística 2015 realizado por esta agrupación.

Este tímido regocijo se apoya en lo siguiente: entre los meses de septiembre de 2014 y 2015, el paro registrado entre los periodistas bajó un 8% (de 9.451 a 8.680 personas); la publicidad en los medios subió el año pasado por primera vez desde 2007, concretamente un 5%, y en conjunto la facturación del sector creció un 9%. Además, de los 579 nuevos medios lanzados por periodistas entre 2008 y 2015, 458 seguían en activo después del verano. Pero todos estos datos, como señaló el director del informe, pueden y deben ser matizados.

En lo que respecta al desempleo, «se trata de una cifra de mí-

nimos y el paro real es mayor», señaló Luis Palacio. La razón es que el Ministerio de Empleo sólo registra a los demandantes que solicitan periodismo como primera opción de trabajo. «Además, no recoge otras opciones como los jóvenes a la búsqueda de su primer empleo», añadió. Un dato importante si tenemos en cuenta que sólo en 2014 se licenciaron 3.951 periodistas.

En cuanto a los medios de comunicación, la televisión ha impuesto su ley: acapara la mitad de la inversión publicitaria en medios y su facturación creció un 19%. Mientras la radio se mantiene más o menos estable, los medios impresos siguen cayendo y los medios digitales siguen siendo un misterio «imposible de cuantificar», en palabras de Palacio.

En definitiva, aunque existan signos de recuperación, el saldo de estos últimos años ha sido devastador. Entre 2008 y 2015, la APM estima la desaparición de 12.200 empleos en medios de comunicación, muchos de ellos periodistas. En este mismo periodo, cerraron 375 soportes que incluyen diarios, revistas, televisiones, radios, medios digitales y agencias.

Según el informe, estos recortes han configurado un nuevo escenario «con un nivel de empleo significativamente menor, unos puestos de trabajo de inferior calidad y unas relaciones laborales más ines-

tables; factores todos que, necesariamente, van en detrimento de la calidad del trabajo informativo».

A grandes rasgos, en la profesión existe una creciente equiparación por sexos, aunque la desigualdad en puestos directivos sigue siendo patente. De los 2.423 encuestados, la cuarta parte son autónomos (y un 23% son falsos autónomos); pero el 65% de los periodistas está convencido de que en el futuro la profesión pasa por esta condición laboral. El sala-

rio base medio de los periodistas con convenio se redujo el 17% desde 2010, es decir, 5.560 euros anuales menos, al tiempo que aumentaba la opacidad, «dándose la situación de que dentro de una misma redacción hay personas que tienen el mismo trabajo, la misma formación y la misma responsabilidad que perciben distintos sueldos», explicó Palacio.

Sobre los periodistas y la sociedad, la encuesta concluye que los ciudadanos apenas aprueban a los medios (5,5 puntos), mientras que la independencia de los periodistas para elaborar la información no pasa del suspenso (4,2 puntos), según los propios profesionales.

Las causas de esta pobre imagen se deben, en opinión de los ciudadanos, a los intereses políticos de los periodistas y los medios, y a los intereses económicos de las empresas de comunicación. Para los periodistas, la culpa es del sensacionalismo, la espectacularización de la información y la falta de independencia, que se refleja en un dato: tres de cada cuatro periodistas dijeron ceder a las presiones recibidas para cambiar parte importante de sus informaciones.

A modo de conclusión, Palacio terminó diciendo: «Estamos ante una cerradura que permite entrever un futuro esperanzador, siempre que sepamos lidiar con el presente».

MÁS APOYO, MENOS
RESTRICCIONES

El director del informe, Luis Palacio, defendió: «La industria se transforma, la plantilla se reduce, las condiciones empeoran, pero la labor periodística sigue siendo necesaria para asegurar el derecho a la información». Por ello, «el desempeño del periodismo debería contar con una mayor protección» frente a la adopción de normativas que lo dificultan, como la llamada Ley Mordaza y la reciente reforma de la Ley de Enjuiciamiento Criminal. **F. E.**



LOS MEJORES DIRECTIVOS DEL AÑO OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES

Los contenidos audiovisuales acaparan todo el protagonismo

Los directivos de las operadoras de telecomunicaciones han entendido que el consumidor demanda nuevos servicios de vídeo para explotar las redes de 4G y de fibra óptica

C. B. MADRID.

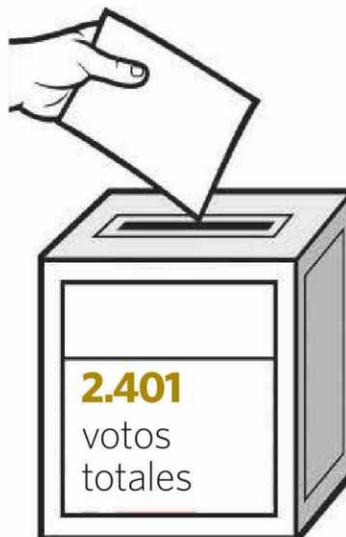
Tanto Luis Miguel Gilpérez, presidente España de Telefónica; como Jean-Marc Vignolles, consejero delegado de Orange; como Antonio Coimbra, consejero delegado de Vodafone, han leído muy bien cuál era el siguiente paso que había que dar en el sector *telecos*. Una vez extendidas y popularizadas –en estos 12 meses– las redes de 4G para la telefonía móvil y de la fibra óptica para las comunicaciones domésticas, los usuarios necesitaban nuevos servicios para explotar esas altas velocidades de conexión. La solución ha pasado en todos los casos por ofrecer nuevos contenidos audiovisuales, que ahora podemos disfrutar en calidad de alta resolución y sin las interrupciones de otros tiempos. El primero en posicionarse fue Telefónica tras la compra de Digital +, que fue finalmente aprobada por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el 23 de abril. Una vez conseguida

la integración, la firma que preside César Alierta a nivel mundial iniciaba la comercialización de un paquete que convertía el Fusión en Fusión Plus (móvil, fijo, fibra y televisión de pago).

Con Netflix y Wuaki

La competencia no se quedaba de brazos cruzados y mientras Vodafone alcanzaba un acuerdo con Netflix, Orange hacía lo propio con Wuaki. Hablamos ya solo de Telefónica, Vodafone y Orange, porque este año 2015 ha supuesto para el sector la vuelta a tres grandes operadores tras la absorción de Ono por Vodafone y Jazztel por Orange.

Aunque es cierto que estos movimientos empresariales se fraguaron en 2014, en el ejercicio anterior, ha sido en éste cuando los organismos reguladores han dado el visto bueno (en algunos casos con condiciones de deshacerse de redes para evitar situación de posición dominante). También en estos últimos meses se han consolidado las fusiones, se han integrado los equipos de Voda-



fone-Ono y Orange-Jazztel. En este sentido, los directivos de estas compañías han tenido que tomar decisiones en ocasiones duras como el reajuste de plantillas (de 400 personas en el caso de Orange-Jazztel y de 1.059 en el de Vodafone-Ono). Como consecuencia de estas fusiones y de las limitaciones impuestas por competencia, emergió MásMóvil como cuarto operador al hacerse con parte de las redes de Jazztel que Orange tuvo que vender.

No podemos terminar el repaso a lo que ha sucedido este 2015 en el sector de los operadores de telecomunicaciones en España sin mencionar los movimientos de fusión protagonizados por los operadores regionales del norte, que habían logrado una buena porción del mercado. Euskaltel se hizo con el control de la gallega R por 1.190 millones de euros, mientras que el operador asturiano Telecabla fue adquirido por un fondo británico (640 millones de euros). La salida a la Bolsa de Londres de este último ha marcado el final de los operadores regionales.

JACINTO CABESTANY

Director general de British Telecom España



La esperada vuelta a la telefonía móvil

A nivel global, este 2015 ha sido un año importante para British Telecom por la compra de EE, la principal operadora británica de móvil, con más de 24,5 millones de usuarios, a Deutsche Telecom y Orange. Un movimiento muy relevante pues supone su vuelta al negocio de la telefonía móvil desde que se deshiciera de O2 en 2001. En España, lleva

las riendas de la compañía, desde 2007, Jacinto Cabestany, que atesora una amplia experiencia en multinacionales del sector tecnológico. Ingeniero de Telecomunicaciones, especializado en transmisión de datos y señal digital por la Universidad Politécnica de Madrid y tiene un MBA por el IESE y por la Universidad Dartmouth.

LUIS MIGUEL GILPÉREZ

Presidente de Telefónica España



Tras la operación de Digital Plus

Ingeniero industrial de formación, Gilpérez ha comandado este 2015 un movimiento estratégico de calado en el sector de las *telecos*. La compra de Digital Plus ha hecho mucho más fuerte a la firma que preside César Alierta a nivel global. La televisión pasa al centro del negocio en la fidelización y en la búsqueda de nuevos clientes. La fibra óptica

admite disfrutar de contenidos de vídeo en alta definición en *streaming* y el equipo de Gilpérez ha sido de los primeros en darse cuenta del filón que representaba. Para compensar los efectos de ese movimiento, tanto Vodafone como Orange hicieron lo propio, alcanzando acuerdos con Netflix y Wuaki para ofrecer a sus clientes.

PEDRO SERRAHIMA

Director general de Pepephone



Hacia una nueva aventura: la energía

Después de la fusión de Jazztel por Orange y de Ono por Vodafone así como de los movimientos de los operadores regionales de cable, el panorama de las *telecos* se ha reducido. La compañía fundada en Mallorca en 2007 se ha mantenido al margen de todas esas operaciones y continúa como una de las mejor valoradas por sus clientes. Serrahima y su

gente han hecho de la humildad y de la transparencia su gran bandera, lo que les ha reportado muy buenos resultados. En el pasado mes de octubre, Pepephone también se estrenó en el negocio de la electricidad con PepeEnergy, una aventura que propone a los consumidores pagar por lo que consuman más un euro. Y el primer mes les sale gratis.



Els països de la UE podran vetar l'accés a xarxes socials als menors de 16 anys

Els adolescents necessitaran el permís dels pares per obrir un perfil

DANIEL ROVIROSA
Brussel·les. Servei especial

Com s'ha de garantir la privacitat d'un menor a les xarxes socials? Després de tres anys de negociacions, la Unió Europea ha aprovat el reglament sobre protecció de dades, que ha estat un dels aspectes més polèmics en els estira-i-arroses entre la Comissió Europea i els estats membres. Entre els 13 i els 16 anys, els joves necessitaran el permís dels pares per obrir-se un perfil en pàgines com Facebook o Twitter. L'acord final permet a cada país decidir on s'estableix el límit d'edat.

En nom de tenir un criteri harmonitzat, Brussel·les va proposar el 2012 fixar aquest sostre en els 13 anys, que és l'edat mínima que s'exigeix als EUA –seu principal de la majoria d'empreses d'internet– per poder obrir-se un compte a les xarxes socials. L'objectiu era donar seguretat jurídica als gegants de la xarxa, de manera que poguessin operar seguint la mateixa pauta a tota la UE.

Alguns països, tot i això, tenen lleis més restrictives i exigeixen

Facebook ofereix un formulari perquè els pares puguin denunciar la disconformitat amb la pàgina del fill

l'autorització parental fins als 16 anys. A Espanya, des del 2008, el mínim exigít són els 14 anys. D'aquesta manera, Brussel·les no s'ha pogut sortir completament amb la seva i ha hagut de cedir en aquest punt, en què ha deixat una certa llibertat als països per fixar la seva pròpia normativa.

Com a conseqüència de la llei de protecció de dades espanyola,



JAN KRANENDONK / GETTY

Plataformes com Facebook pregunten sobre la data de naixement a l'hora de crear el perfil

Facebook es va veure obligada el febrer del 2010 a canviar les seves condicions d'accés. Ara bé, és realment possible prohibir que els menors d'edat s'obrin

un perfil a les xarxes socials?

La llei obliga les empreses a comprovar que la informació sobre dades personals sigui la correcta, però la realitat és que als

joves els resulta molt fàcil poder mentir sobre la seva edat real i, així, evitar haver de demanar permís als pares. Quan se'ls pregunta la data de naixement, te-

nen total llibertat per triar l'any que més els convingui. La nova normativa europea no aprofundeix en aquest aspecte.

Tuenti ha establert controls a posteriori. En les seves condicions d'ús, es reserva el dret a posar-se en contacte en qualsevol moment amb els seus usuaris perquè demostrin l'edat real que tenen i, en cas que sigui necessari, indicar que tenen l'autorització pertinent. Si arribés el cas, haurien d'enviar una còpia del DNI o un document equivalent que verifiqués les dades.

Per la seva part, Facebook assegura que "la creació d'un compte amb informació falsa constitueix una infracció de les

La llei obliga les empreses a comprovar si les dades personals són correctes però és molt fàcil mentir

nostres condicions, inclosos comptes registrats en nom d'un menor de 14 anys". Tot i això, deixa l'última responsabilitat en mans dels pares. Si els progenitors detecten que el seu fill s'ha obert un perfil d'aquesta xarxa social i no hi estan d'acord, ho hauran de denunciar, omplint un formulari. Hi, hauran d'incloure l'enllaç de la pàgina, el nom complet del menor, l'edat real que té i una adreça electrònica. Una vegada omplertes les dades, "si es pot comprovar de manera raonable que [la persona denunciada] té menys de 14 anys, eliminarem el compte immediatament". Per facilitar les tasques d'identificació, l'empresa anima a facilitar tantes dades com sigui possible.

Simon Milner, director de política de Facebook al Regne Unit i Irlanda, va dir una vegada que "no es pot fer que tothom demostrï l'edat que té, perquè això posaria els defensors de la privacitat en peu de guerra". A les xarxes socials, són molts els nens i joves que comparteixen fotografies i informació sensible. Després del pacte assolit en l'àmbit europeu continuarà sent cada govern el que fixarà fins a quin punt regula la privacitat dels menors a internet.●

Aval al dret a l'oblit

■ El reglament sobre protecció de dades recull per primera vegada el dret a l'oblit a internet, després de la sentència del Tribunal de Justícia Europeu del maig del 2014 que ho exigeix. Els usuaris podran instar les multinacionals a esborrar la seva informació personal, com per exemple les fotos, una vegada hagin tancat els seus perfils en xarxes

socials. Les empreses estaran obligades a transmetre la petició a tots els llocs on la informació s'hagi replicat. Els ciutadans que no vulguin que s'utilitzi informació sense el seu consentiment podran exigir que s'elimini. De tota manera, com indica la justícia europea, la informació només es podrà suprimir si no hi ha "motius legítims per retenir-la". És a dir,

quan el dret a la informació no es vegi vulnerat. El reglament recorda que la directiva europea sobre dret a la intimitat dels usuaris preval sobre el dret a l'oblit. El maig del 2014 la justícia europea va dictaminar una històrica sentència contra Google perquè no havia esborrat les dades d'un embarcament de béns d'un ciutadà espanyol.



CARA A CARA MEDIATICO

Ángel VALLE



Connie G. Santos

Más allá de que la puesta en escena de este tipo de debates sea mejorable, generan un enorme interés entre la audiencia

Tras el «cara a cara» entre Mariano Rajoy y Pedro Sánchez del pasado lunes, organizado por la Academia de la Televisión y moderado por el periodista Manuel Campo Vidal, han sido muchas las voces, incluida la del propio moderador, que han asegurado que con este debate se ponía fin a un ciclo y se daba paso a un nuevo modelo, fiel reflejo de una sociedad en la que el bipartidismo ha muerto.

Bien es verdad que el debate entre los líderes del PP y el PSOE fue bronco y tenso, que apenas hubo propuestas y no se confrontaron ideas ni programas. No lo es menos que la puesta en escena dejó mucho que desear, sosa y anodina, y que no tuvieron presencia las redes sociales, más allá de que Campo Vidal leyese algún tuit con preguntas. Tampoco se dio opción a que se permitiera plantear cuestiones a los candidatos por parte de otros periodistas o del público. La tecnología brilló por su ausencia y los contrincantes, lejos de enfrentarse a su oponente móvil o tableta en mano, lo hicieron a base de papeles. Todo muy analógico, vamos.

Y sin embargo, el «cara a cara» fue emitido por 12 cadenas y seguido en televisión por más 9.728.000 espectadores, alcanzando una cuota de pantalla del 48,7 por ciento, convirtiéndose

en el quinto más visto de la historia de la televisión en España. El primer puesto fue para el debate Zapatero-Rajoy de 2008, con 13 millones de espectadores.

Según los datos de Kantar Media, durante las más de dos horas que duró el «cara a cara», al menos 19 millones de individuos contactaron en algún momento con la retransmisión en algunas de las cadenas. La más vista fue la Sexta, seguida por Antena3TV, La 1 y 13TV. El minuto de oro se produjo a las 22:31 horas, con 11.194.000 espectadores.

Pero si grande fue el interés de las cadenas de televisión por ofrecerlo, no lo fue menos el de

EL «CARA A CARA»
FUE EMITIDO POR 12
CADENAS Y SEGUIDO
POR MÁS DE 9 MILLONES
DE ESPECTADORES

los medios digitales, muchos de los cuales, como LA RAZÓN, también lo ofrecieron en directo. Así, el «streaming» de la Academia de Televisión, realizado por Lixesa, fue seguido en internet por más de 260.000 internautas de 146 países, a través de los diferentes medios que lo emitieron. El 80 por ciento de las visitas se realizaron desde dispositivos móviles, lo cual muestra que fueron muchas las personas que

lo estaban viendo en televisión y, al mismo tiempo, se mantenían informados a través de algún medio on-line. Algunas ciudades como París, Londres, Berlín o Lima registraron más visitas que algunas ciudades españolas.

Además, en las redes sociales y con distintos hashtags, generó cerca de 1,7 millones de tuits. A esto se añaden los picos de audiencia que tuvieron los medios digitales en sus ediciones on-line durante y después del «cara a cara», en busca del análisis y la opinión de los periodistas. La mayoría realizó algún tipo de encuesta en su web en busca del ganador del debate ellas participaron centenares de miles de internautas para dejar su voto.

En definitiva, que más allá de que la puesta en escena de este tipo de debates sea manifiestamente mejorable, lo que parece claro es que generan un enorme interés entre la ciudadanía. Además, las nuevas tecnologías y las generaciones, «multipantalla» han permitido una interacción vía redes sociales en tiempo real capaz de plasmar el sentir de la audiencia.

Por tanto, lejos de ser un formato acabado, los debates televisados tienen un prometedor futuro por delante en el que la combinación del directo, los dispositivos portátiles y las redes sociales abren un sinfín de posibilidades aún por aprovechar.



L'ÀLBUM



LLUÍS PERMANYER

Fotoperiodisme de molta altura

Antoni Esplugas va ser un dels primers fotògrafs catalans i molt aviat va evidenciar la seva inclinació pel fotoperiodisme. En aquest sentit va ser un pioner, i ho prova el gènere que va conrear, a l'emparrà de l'Exposició Universal del 1888.

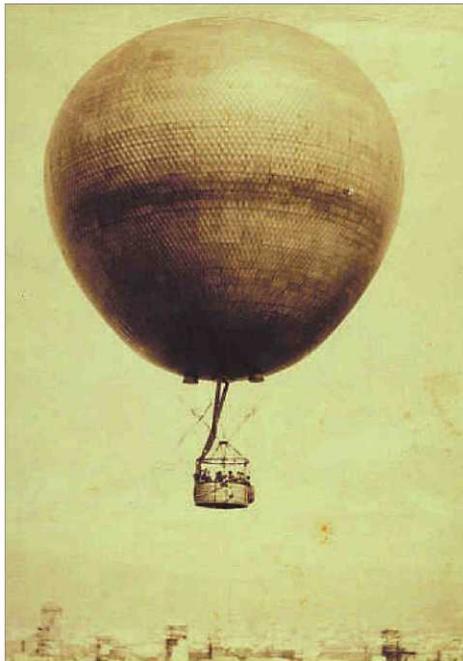
Va ser un dels fotògrafs oficials acreditats per l'Ajuntament per treballar al recinte, igual com ho va ser Pau Audouard; però mentre aquest va fer una feina esplèndida però amb un estil documentalista d'arquitectura i ben convencional, Esplugas va tenir una idea original.

Fora del recinte del certamen, passava el que sol passar: gent emprenedora que aprofitava aquella circumstància tan excepcional i breu per oferir una activitat que li reportés un benefici econòmic.

Així doncs, a la zona on després es va aixecar el palau de Justícia, el francès Godard va instal·lar-hi una atracció: el globus captiu. Pagant un pasatge, pujaven a la barqueta els curiosos que volguessin viure aquella experiència única. Barcelona no tenia pas poca tradició, ja, en l'ús de globus; amb finalitats científiques, s'havien fet assajos a finals del segle XVIII, i fins i tot s'hi havien fet moltes exhibicions de caràcter circense i també competicions.

Que un ciutadà pogués elevar-se a uns 280 metres i delectar-se amb el panorama fantàstic que s'oferia als seus peus era una temptació enorme; els que es van poder permetre gastar-se un duro, quantitat respectable, es van atrevir a córrer l'aventura. Van desfilar unes vint mil persones, i Esplugas els va retratar tots: tenia l'exclusiva.

Vull destacar la visió avantguardista que va distingir aquest fotògraf. Va aprofitar també el globus per captar imatges de Barcelona formi-



Esplugas fotografiava els que pujaven al globus captiu

dables, emocionants, inèdites i molt informatives. Ignoro si va ser una intuïció o s'havia assabentat del que uns decennis abans va aconseguir Nadar a París; va ser l'autor de la pri-

Antoni Esplugas va aprofitar el globus captiu del 1888 per fotografiar Barcelona

mera fotografia aèria del món, captada el 1858 i també des d'un globus captiu. L'experiència se li va fer tan irresistible que el 1868 la va repetir, més ben proveït, publicant-ne després un llibre.

Esplugas en va fer una amb un resultat sorprenent: capta el solar gegantí que encara hi havia llavors a la part baixa de la Dreta del Eixample. Era a conseqüència de la riera d'en Malla? Ni tan sols Miquel Corominas, que va estudiar el naixement urbanístic del barri, no em va saber aclarir aquest dubte quan l'hi vaig plantejar.

Qui va seguir l'exemple editorial del pioner Nadar va ser Josep Gaspar, tot i que molt després: va aprofitar l'esdeveniment de l'Exposició Internacional del 1929 per, des de dalt d'una avioneta, recollir 29 fascinants fotografies inèdites de Barcelona.●

ANTONI ESPLUGAS / IMATGE CEDIDA PER L'ARXIU FOTOGRÀFIC DE BARCELONA

QUADERN BARCELONÍ

UN PERIODISME VIGENT

El periodista Miquel dels Sants Oliver va ser un dels grans. Vingut de Mallorca, va comprendre i va estimar Barcelona, no va deixar d'escriure sobre ella i va ser tingut per un genuí prohom, que no patum. Amb tretze anys al timó de *La Vanguardia* i un curiós impenitent com ell, realçat amb bona ploma, per força hi havia de teixir al llarg de la seva vida un interminable retaule escrit sobre el que

desfilava davant la seva mirada inquisitiva, independent, afinada. Leonard Muntaner, editor de la seva obra completa, acaba de publicar el volum *De Barcelona cròniques fugaces*, que recull tots els seus articles de *La Il·lustració Artística*; i de fugaç no en tenen res, per sort. El resultat s'imposa com un panorama formidable, complet, penetrant, del que s'esdevenia a Barcelona, servit amb informació, temperat amb pols reflexiu

i preparat mitjançant el compromís de l'opinió. Però hi ha més, ja que el seu coneixement profund del passat i el present de la ciutat li permetia fer un exercici de síntesi i diagnòstic d'una brillantor tan poc comuna que tot plegat no ha perdut gens d'actualitat, cosa que és d'una infreqüència significativa. Admirador que vaig ser ja fa temps de la seva enlluernadora obra catalana, aquesta lectura m'ha reconfortat.



La televisión sale de la crisis y crece por encima del 16%

Las cadenas de pago ya superan en ingresos a las que emiten en abierto

H. CORTÉS
MADRID

La mejora de la economía y el sector publicitario ya se está haciendo notar en el audiovisual español. Los ingresos de las televisiones y radios han superado por segundo trimestre consecutivo la barrera de los mil millones de euros (1006,3 millones), un aumento del 16,3% respecto al mismo trimestre del año anterior, según datos de la CNMC.

El mayor crecimiento corresponde a la televisión de pago, que ingresa 509,4 millones de euros, prácticamente cien más que en el mismo periodo de 2014. Solo en publicidad, estas cadenas facturan 10,1 millones de euros. No obstante, la clave de este crecimiento del pago, que ya supera a los canales en abierto, es el aumento del número de abonados, que no ha parado de crecer en los últimos años. La televisión de pago ya tiene 5,41 millones de hogares abonados. Solo en el último trimestre se han contabilizado 304.000 nuevos suscriptores. La mayoría de estas nuevas altas proceden de las ofertas de «paquetes quíntuples», que han puesto en el mercado grandes operadoras como Movistar, Vodafone y Orange.

Por su parte, la televisión en abierto ha facturado 413 millones de euros, casi treinta millones más que el mismo trimestre de 2014. En este caso, el acicate de este crecimiento ha sido el aumento de los ingresos por publicidad, que han alcanzado los 390,7 millones de euros, 35,7 más que el último año. Esta tarta publicitaria se la reparten principalmente Atresmedia y Mediaset, que fortalecen su duopolio quedándose con el 92,7% de los ingresos por publicidad en abierto, el 87,9% del total de los ingresos publicitarios del sector.

Finalmente, las cadenas públicas, tras la supresión de la publicidad en TVE, se han quedado con unos ingresos publicitarios de 29,1 millones de euros.

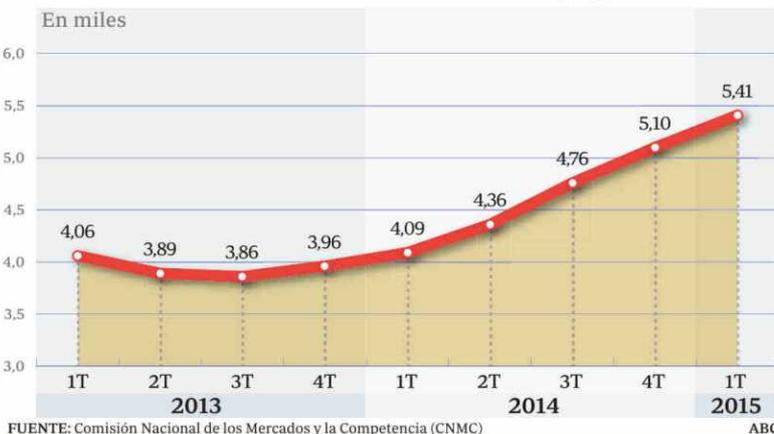
Ingresos del sector audiovisual



FUENTE: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

ABC

Número de abonados de la televisión de pago



FUENTE: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)

ABC

5,4 millones de hogares «de pago»

La entrada de las grandes compañías telefónicas en el mercado de la televisión de pago y su competencia feroz por la adquisición de derechos (especialmente deportivos) y la consiguiente bajada de precios ha supuesto un despegue espectacular del número de abonados. Los clientes se han dejado seducir sobre todo por las ofertas de paquetes combinados con otros servicios. De hecho, según

datos de la CNMC, más de la mitad de los abonados de televisión de pago, el 65,4 por ciento, contratan estos canales junto a otros paquetes de telecomunicaciones. El mayor crecimiento, hasta alcanzar los 5,4 de hogares abonados, se ha producido en los «paquetes quíntuples» (telefonía fija y móvil más banda ancha fija y móvil), que en el último trimestre han sumado 364.000 nuevas altas.



Regió7

VIST I NO VIST

Jordi Sardans

HISTORIADOR



UNA TRANSICIÓ INACABADA

Jaume Fabre, en un interessant article recentment publicat a la revista Serra d'Or, amb el titular «Una transició amb forats negres», remarcava entre altres qüestions, que l'etapa de la Transició és un període de difícil documentació gràfica, ja que els diaris de l'època no hi donaven gaire importància, i per tant, publicaven poques fotografies, fet que qualsevol investigador pot constatar, ja que el final dels anys 70 i fins i tot els primers dels 80 costen de documentar gràficament. Ho constato plenament, ja que quan l'any 1995 vam publicar el primer dels llibres dedicats a la Transició gràfica de Manresa, conjuntament amb la periodista Àngels Fusté i el polític Jordi Grané, les dificultats per documentar-lo gràficament van ser enormes, i fonamentalment, vam haver d'utilitzar arxius privats, bàsicament del fotògraf Manolo Sánchez, que col·laborava al periòdic Gazeta de Manresa, i en menys proporció al també col·laborador de l'esmentat diari, el redactor i fotògraf Antoni Quintana Torres, tots dos ja traspassats però que han deixat bona part de la seva obra fotogràfica a l'Arxiu Comar-

cal del Bages. Era una època en què els diaris franquistes publicaven poques fotografies i també ben poca informació sobre els principals esdeveniments de l'època, llevat d'algunes activitats folklòriques i sobretot dels actes oficials, que són els únics que tenien un tractament adequat informativament dins dels paràmetres dictatorials i de censura de l'època. A partir del 1979 també va ser-nos de gran utilitat l'arxiu de **Regió7** i algunes de les associacions de veïns més actives de la ciutat, que guardaven material gràfic de les seves principals activitats i ben poca cosa de la premsa clandestina. Eren uns temps en què l'important no era sovint ni el que es deia ni el que es callava, sinó més aviat el que es donava a entendre, ja que el periodista s'exposava a la censura, sovint arbitrària, si tenia el valor de dir obertament el que sabia o pensava.

En aquest període, concretament el 6 de desembre del 1978, es va aprovar la nova Constitució espanyola que, com s'ha dit fins a la reiteració, va ser fruit d'un pacte entre una part dels reformistes del règim franquista i una altra part de l'oposició democràtica, però el que avui dia ja no

«Eren uns temps en què l'important no era el que es deia ni el que es callava, sinó el que es donava a entendre»

«Estem parlant d'una Constitució condicionada pels vencedors franquistes de la guerra civil»

podem oblidar és que aquest pacte o transacció sí que va arribar sota l'atenta mirada de l'estament militar, que era qui finalment decidia el que podia encabir-se i el que era per a ells totalment inacceptable dins del que hauria de ser la nova Constitució. Poso l'exemple del dret a l'autodeterminació dels pobles que realment configuren els pobles de l'estat espanyol i que els militars van impedir que formés part de la carta magna. Com han reconegut en petit comitè dos dels setponents de la redacció de la Constitució del 1978, el català Miquel Roca Junyent i el madrileny Herrero de Miñón, qualsevol de les propostes de reforma constitucional passava pels tres generals de més rang de l'exèrcit, mentre que Suárez, que alguns consideren el pare d'aquesta Constitució, es va fer un fart d'a-

nar amunt i avall, per intentar assolir el beneplàcit militar, que si bé va deixar força marge de maniobra pel que fa a l'exercici de les noves llibertats individuals, no en va deixar pràcticament cap per al reconeixement polític de la realitat nacional, sobretot de Catalunya. Per tant, estem parlant d'una Constitució condicionada pels vencedors franquistes de la guerra civil i que 37 anys després de la seva existència s'ha demostrat del tot obsoleta, almenys pel que fa a Catalunya i la falsa autonomia que hem patit sobretot arran de la LOAPA (Llei Orgànica d'Harmonització del Procés Autònom), també imposada pels militars arran de l'intent de cop d'estat del 23 de febrer del 1981 i pactada per UCD i PSOE. Tot i ser derogada poc després, la política involucionista de l'estat va erosionar qualsevol procés autònom real. Ara, som on som, però la subjectivitat inevitable de qualsevol informació ens obliga a aprofundir cada vegada més en els fets i les seves causes. És cert que l'objectivitat de les dades és imprescindible, però també insuficient, ja que la informació que proporcionem pot ser enganyosa. No vulguem ser, a més de simplistes, innocents.



China busca aliados para su modelo de Internet censurado

El presidente Xi aboga por “la libertad y el orden” ante varios gigantes tecnológicos

MACARENA VIDAL LIY, Pekín
El presidente chino, Xi Jinping, presentó ayer su visión de Internet. En presencia de un puñado de dignatarios y de representantes de las grandes multinacionales del sector cibernético, en la Conferencia Mundial de Internet que China organiza anualmente desde 2014, Xi defendió que cada país controle la Red como le plazca dentro de su territorio. Un modelo que en China pasa por una censura cada vez más dura. “Debemos respetar los derechos de los países individuales para que gobiernen su propio ciberespacio”, dijo.

Tras haberse apuntado tantos este año como el nuevo banco asiático de inversiones (BAII), China considera que ha llegado el momento de explicar al mundo su postura. En septiembre, Xi desmenuzó ante la ONU su política exterior. En la pintoresca ciudad de Wuzhen, y ante 2.000 delegados, ayer fue el turno de Internet, un sector que considera clave. “Ningún país debería buscar la hegemonía cibernética o interferir en los asuntos internos de otros”, dijo.

Restricciones y censuras

Le escuchaban mandatarios a fines, como el primer ministro ruso, Dmitri Medvédev, o el kazajo Karim Massimov. Pero también representantes de los grandes del sector en China —el gigante del comercio electrónico Alibaba, el buscador Baidu, el portal Tencent—. Y de las principales compañías tecnológicas occidentales, desde Qualcomm a Apple. Algunas están presentes en China y han tenido que aceptar restricciones para ello, como Yahoo o LinkedIn. Otras, como Facebook, quieren entrar en el principal mercado del mundo, con 680 millones de usuarios —la mitad de la población—, 600 millones de cuentas en redes sociales y 4,13 millones de páginas web.

El ciberespacio, según lo concibe Xi, refleja la política actual

del régimen, que, al tiempo que propugna la apertura y la reforma en cuestiones económicas, aumenta los controles en el campo político y constriñe el espacio a la sociedad civil. Una dualidad que, llevada al ámbito de Internet, el presidente chino definió como “libertad y orden”. “Como en el mundo real, ambas son necesarias en Internet”, declaró. “La libertad es para lo que se necesita el orden, y el orden es la garantía de la libertad”.

Del lado económico, Internet prospera en China y se ha convertido en la niña bonita del Gobierno. Es un pilar clave de su estrategia para lograr un modelo económico que tenga de base el consumo interno y la innovación. El sector tecnológico representa ya cerca de un 7% del PIB chino, y las ventas por Internet alcanzaron en 2014 unos 90.000 millones de euros. Pekín ha prometido invertir unos 160.000 millones de euros en cinco años para aumentar la velocidad en la Red y ha lanzado una campaña para fomentar el nacimiento de *start-ups*.

La libertad también concierne, aseguró, “al respeto de los derechos de los usuarios de Internet a intercambiar ideas y expresar sus opiniones”. Pero es en esa área donde entra el control. O la censura, para vigilar que los comportamientos son “acordes con la ley”. El zar del ciberespacio chino, Lu Wei, ha defendido que la censura se emplea para eliminar pornografía, calumnias y fraude.

Los críticos al régimen denuncian el uso del control para suprimir cualquier material perjudicial para el régimen o sus representantes. “Bajo el disfraz de la soberanía y la seguridad, las autoridades chinas están intentando reescribir las normas de Internet, para que la censura y la vigilancia sean la norma. Eso es un asalto indiscriminado contra las libertades de la Red”, apunta Roseann Rife, directora de Investigación para Asia Oriental de Amnistía Internacional.

El enemigo del ciberespacio

Páginas de uso habitual fuera del país, como Facebook o YouTube, están bloqueadas. Comentarios que el régimen considere “rumores” pueden costar a su autor tres años de cárcel o más, y el año pasado fueron detenidas cerca de 200 personas por ese concepto. La ONG Freedom House, en su índice de libertad de Internet de 2013 colocaba a China en el puesto número 58º de 60 países valorados. Reporteros Sin Fronteras

describe a este Gobierno como el “enemigo número 1 de Internet”. Según los datos del Comité para la Protección de los Periodistas, 37 de los 49 periodistas chinos en prisión lo están por artículos publicados en Internet. Y mientras hablaba Xi, en Pekín se encuentra a la espera de sentencia el abogado Pu Zhiqiang, juzgado por siete comentarios en redes sociales críticos del Partido y la política china en Xinjiang.

 MITJANS

Productors catalans demanen més desgravacions per inversions en cinema

BARCELONA Redacció i agències

La Federació de Productors Audiovisuals Federats de Catalunya (Proa) creu que el govern espanyol que sorgeixi de les eleccions de diumenge vinent hauria de modificar la legislació sobre desgravacions fiscals per inversions en el cinema perquè passessin del 18% i 20% actuals a "com a mínim un 30%". En declaracions a Efe, el president de Proa,

Raimon Masllorens, abans de participar en la jornada *Oportunitats de la inversió en cinema*, va indicar que "caldria" que les inversions que particulars i empreses fan en productes audiovisuals "tinguessin unes desgravacions més grans" i ha recordat que Espanya "és a la cua d'Europa en aquesta qüestió".

Proa acaba de posar en marxa el servei Zona Inversors a través de la seva pàgina web amb l'ob-

jectiu de promoure la inversió privada en l'audiovisual català. La federació vol convertir-se d'aquesta manera en un nexe d'unió entre inversors i productors en disposar de la cartera de projectes dels seus associats i poder posar en contacte els dos col·lectius.

La jornada organitzada dimarts passat volia fer conèixer aquest producte i difondre'l "entre persones físiques o jurídiques

que potencialment podrien estar interessades en utilitzar-lo".

Si bé aquest tipus d'eines fiscals existeix en altres països, aquesta és la primera iniciativa que relaciona la cartera de projectes audiovisuals amb la inversió privada.

Masllorens va recordar en l'inici de la presentació l'actual estructura de la federació (composta per les associacions sectorials Pro-Ficció, Pro-Docs, Pro-Animats i Pro-TV) i el volum de producció que representa dins de la producció audiovisual d'Espanya (40% de documentals, 50% d'animació, 40% de ficció, i al voltant d'un 30% de televisió).

El president de Proa també va

Proa impulsa Zona Inversors, un servei per promoure l'aportació privada en l'audiovisual català

comentar la importància dels incentius fiscals al món en països com els Estats Units i el Canadà, on cada estat té la seva pròpia política (per exemple, Louisiana un 35% i Nova York un 30%), el Tax Shelter de Bèlgica o el cas de França, on es pot aplicar un crèdit fiscal del 30% per a produccions internacionals.●



elradar



Sergi Mulero i Txell Feixas. CCMA

Sergi Mulero i Txell Feixas, nous corresponsals de TV3 a Londres i Beirut

La Corporació ja ha escollit quin serà el relleu de Carles Costa a la corresponsalia de Londres. Es tracta del periodista Sergi Mulero, que actualment és redactor de la secció de societat dels informatius de TV3, i que ara treballarà tant per a la televisió com per a Catalunya Ràdio, seguint el model d'unificació de corresponsalies i delegacions empès per l'ens públic. Així mateix, s'ha decidit nomenar Txell Feixas com a nova corresponsal al Pròxim Orient, amb seu a Beirut. La periodista treballava a la delegació de la Corporació a Madrid. Totes dues incorporacions es faran efectives durant el primer trimestre de l'any que ve.

La corresponsalia de Beirut és de nova creació i pren el relleu a la de Jerusalem. La CCMA ha decidit el canvi d'ubicació perquè

"ofereix més facilitat logística i de desplaçaments", tot i que assegura que "la informació sobre el conflicte entre Israel i Palestina continuarà estant present a l'agenda de la nova corresponsalia".

Mulero (Lleida, 1977) treballa als informatius de TV3 des del 2004, on s'ha especialitzat en temes d'educació. Abans havia treballat a les redaccions d'Ona Catalana, Onda Rambla, Catalunya Ràdio i la radiotelevisió suïssa. Feixas (Igualada, 1979) és qui treballa els temes d'economia a la delegació de TV3 i Catalunya Ràdio a Madrid. El 2007 ja va cobrir, des de Washington i Nova York, el rescat financer dels Estats Units. I aquest 2015 ha estat a Grècia per narrar els efectes de la crisi sobre el país hel·lè. Abans, havia exercit a Efe i *El Periódico*. **Alex Gutiérrez**

**SECTOR COMPAÑÍA EN LA QUE SE INTEGRA UNIDAD EDITORIAL**

LA JUNTA DE ACCIONISTAS DE RCS AUTORIZA UNA AMPLIACIÓN DE CAPITAL

La inyección económica, aprobada por una gran mayoría, podrá alcanzar los 200 millones de euros

E. M.
La junta de accionistas de RCS MediaGroup, reunida ayer en Milán y presidida por Maurizio Costa, autorizó al grupo a realizar una ampliación de capital por un valor máximo de 200 millones de euros, que ten-

drá lugar el 30 de junio de 2017 a través de la puesta en circulación de acciones ordinarias mediante la emisión de derechos.

Laura Cioli, consejera delegada de la compañía desde el pasado mes, expresó su satisfacción por el acuer-

do, alcanzado por amplia mayoría en sesión extraordinaria: «La resolución de hoy [por ayer] y el apoyo de los accionistas aseguran la máxima autonomía de RCS en sus futuras decisiones estratégicas y nos permite continuar con el programa que he-

mos escogido, incluidas la presentación del nuevo plan de negocios y la identificación de la mejor organización para el capital de la sociedad y de su estructura financiera».

Maurizio Costa, presidente de RCS MediaGroup, expresó: «Los

resultados favorables de esta votación representan una señal excelente para la compañía, confirmando que el compromiso constructivo apreciado estos meses en la junta se refleja en una participación clara de los accionistas de RCS MediaGroup en la senda que el consejo ha emprendido para relanzar el grupo».

Además, la junta dio el visto bueno al nombramiento de Mario Notari como nuevo miembro del consejo de RCS MediaGroup, accionista de referencia de Unidad Editorial (empresa editora de EL MUNDO, así como de otras publicaciones como *Expansión* y *Marca*).



pareumàquines
ÀLEX GUTIÉRREZ (@ALEXGUTIERREZM)

I de segon plat tenim 'barons' del PSOE al gust



L'abús de les fonts anònimes en política causava un simpàtic efecte en el quiosc d'ahir. Mentre que *El País* titulava una obertura "Dirigents territorials del PSOE donen suport a la tàctica del seu líder d'acorrallar el president", *La Razón* obria també pàgina amb "Dirigents del PSOE critiquen les desqualificacions de Sánchez". ¿I en què coincidien tots dos reportatges? En el fet que no s'identificava ningú amb nom i cognoms. "Un dels vuit *barons* autonòmics", "un càrrec de pes", "un president autonòmic", "un

sector [del PSOE]"... Cluedo total: jo mateix vaig exclamar, tot llegint les cròniques: "Un *baró*, a la biblioteca, amb el cantell del programa electoral!" *La Razón* deia que "tant dirigents com *barons* territorials consideren que Sánchez es va passar de frenada". *El País* afirmava: "El to cru [...] va convèncer en línies generals els *barons* territorials del PSOE" (tot i que admetia que alguns dirigents van sentir "cert rebuig" a les desqualificacions més agres). També mereixia comentari la columna d'*El País* titulada "Els experts atribueixen el paper de Sánchez a la necessitat de recuperar vots". ¿No els fascina el sintagma "els experts"? ¿Qui dona el carnet d'expert? ¿A partir de quants experts has d'entrevistar per poder titular com si fos un pronunciament de tan eteri col·lectiu? En aquest cas el diari ha parlat amb tres sociòlegs/politòlegs. Un, dos i tres. Un dels quals, per cert, i com ha assenyalat molt bé a Twitter el professor Josep Àngel Guimerà (seguiu-lo!), es declara obertament amic de Sánchez i resulta que el va assessorar a les primàries. Entre fonts anònimes, enquestes sobrecoïnades i experts *col·leguis*, la informació política (a tots els diaris) corre el perill d'allunyar-se de la realitat per entrar en el fecund camp de la creació.



CULTURA ■ DEMÀ S'INAUGURA L'EXPOSICIÓ A LA BIBLIOTECA DE SANT JAUME

Una dotzena d'escriptors i periodistes participen a una mostra sobre el Montsià

■ La Biblioteca Municipal Francesc Balagué, a Sant Jaume d'Enveja, serà l'escenari demà, a les 19 hores, de la inauguració de l'exposició 'El Montsià. Pobles i gent, paisatges i cultura'.

L'objectiu de la mostra és enfortir el sentiment de pertinença al propi municipi i a la pròpia comarca, i en particular donar a

conèixer els diferents municipis que conformen la comarca del Montsià al públic que la visite. Cada municipi està representat en l'exposició per un plafó on es poden veure diferents imatges significatives de cada localitat i on figuren dos textos, escrits per escriptors o periodistes de cada municipi. En el primer text es

parla de la població i en el segon, dels seus habitants.

Es podrà visitar fins al 24 de gener de 2016 en l'horari habitual de l'equipament. L'exposició està organitzada per l'Ajuntament de Sant Jaume d'Enveja, el Consorci del Museu de les Terres de l'Ebre i el Consell Comarcal del Montsià. **-M. P.**



En una part de la mostra es parla sobre els habitants de la comarca i els seus treballs. FOTO: MUSEU DE LES TERRES DE L'EBRE



SBD Lliure de Corrupció demana la imputació de Pere Navarro al Mercuri

Per presumpte tràfic d'influències

Y.R.

Sabadell Lliure de Corrupció, en qualitat d'acusació popular, ha decidit sol·licitar l'encausament de Pere Navarro, exprimer secretari del PSC i exalcalde de Terrassa, en el cas Mercuri. La Plataforma considera que existeix «un possible delictes de tràfic d'influències en la seva presumpta participació en les gestions efectuades per l'exalcalde de Sabadell Manuel Bustos, davant dels membres del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) per aconseguir la concessió d'un nou canal de televisió per part de Nicola Pedrazzoli».

Aquesta causa s'inclou en la peça 29 del sumari. A més de demanar a la jutgessa de Sabadell que instureix el cas que investigui Navarro, la plataforma també sol·licita la declaració de nous testimonis.

En aquest cas vol que declarin com a testimonis l'expressentador de Canal Català TV i sacerdot Carlos Fuentes; l'exdirector de La

Vanguardia Josep Antich, i el propietari del Grup Godó, Javier Godó.

L'acusació popular considera que les declaracions d'aquestes persones serien «essencials per esclarir els fets i poder separar els que pretenien la concessió d'un nou canal de televisió autonòmica i els que pretenien l'ampliació i lloguer de la freqüència de RAC 105 TV, propietat del Grup Godó que sembla es va fer enrere per la negativa de La Caixa a finançar un projecte que implicaria la pròpia competència al Grup Godó».

També s'investiga en aquesta peça el propi Bustos, així com Pedrazzoli i el portaveu del grup del PSC a l'Ajuntament de Barcelona Jaume Collboni.

Es vol veure si hi van haver gestions i pressions de l'exalcalde Bustos i Pedrazzoli sobre representants del PSC al CAC i sobre persones vinculades al PSC per tal que votessin a favor de la concessió d'un nou canal de televisió a Pedrazzoli ■



FERRAN NADEU

INICIATIVA CONJUNTA

La revista 'Mujer Hoy' es presenta a Barcelona

La joieria Rabat, en ple passeig de Gràcia, va acollir ahir la presentació de la nova iniciativa conjunta d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA i Vocento: la revista *Mujer Hoy*, que es distribuirà conjuntament amb aquest diari cada diumenge a partir del mes de gener. A l'acte de presentació hi van assistir **Charo Carrera**, directo-

ra de *Mujer Hoy*; **Laura Múgica**, directora general de Tesa (l'editora dels suplementos del grup Vocento); **Joan Alegre**, director general d'EL PERIÓDICO DE CATALUNYA; a més de **Mar Raventós**, presidenta del grup Codorníu; la dissenyadora de moda nupcial **Rosa Clará** i el joier **Esteve Rabat**. ≡



El Supremo confirma la multa a Mediapro por los derechos del fútbol

elEconomista MADRID.

El Tribunal Supremo confirmó ayer la multa de 150.000 euros a Mediapro en el caso de la compra de derechos audiovisuales del fútbol. El alto tribunal ha rechazado el recurso planteado por la compañía contra la resolución de la Comisión Nacional de la Competencia que le obligó a pagar esta cantidad por acordar un pacto de no competencia sobre la compra de derechos audiovisuales de la Liga y la Copa del Rey de fútbol.

La Sala de lo Contencioso-Administrativo ha avalado así la sentencia de la Audiencia Nacional respecto a la resolución de Competencia, que el 14 de abril de 2010 declaró contrario al Tratado de la UE el pacto de no competencia alcanzado en 2006 entre Mediapro, Sogecable, AVS y TVC Cataluña.

La misma resolución declaró que eran acuerdos prohibidos los contratos de adquisición de dere-

chos audiovisuales de Liga y Copa de clubes de fútbol con una duración superior a tres temporadas, según ha recordado el TS.

El Supremo ha rechazado el argumento de Mediapro de que la sentencia de la Audiencia infringió el principio de legalidad porque la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010 establece que los contratos de adquisición de derechos de explotación de competiciones futbolísticas podrán tener una vigencia de hasta cuatro años.

La resolución sancionadora de Competencia es de fecha 14 de abril de 2010, mientras que la Ley de Comunicación Audiovisual entró en vigor el 1 de mayo de 2010, ha resaltado el Tribunal Supremo “de forma que era una norma que carecía de vigencia en la fecha de la resolución sancionadora, y menos todavía era derecho aplicable en las fechas de celebración por Mediapro de los contratos”.



EL LECTOR EXPOSA

Doblatge a TV3

■ Estic veient *Una pistola en cada mano* a TV3 i haig de sentir Ricardo Darín, Luis Tosar i una llarga llista d'actors de luxe doblats al català.

Hi ha alguna cosa que no funciona.

ISABEL RIGOL MACH

Sant Cugat del Vallès

LA RESPOSTA

En castellà a través del dual

■ La voluntat de Televisió de Catalunya és oferir als espectadors l'opció de veure les pel·lícules en versió original a través del sistema dual –segon canal d'àudio– sempre que es disposi dels drets corresponents per fer-ho.

En el cas de la pel·lícula *Una pistola en cada mano*, TV3 va oferir la versió original en castellà a través del dual.

Hi ha casos, però, en què només podem emetre les produccions en català, la llengua vehicular pròpia, ja que els drets de la versió original castellana es reserven per a l'operador que emet en castellà a tot l'Estat, incloent-hi Catalunya.

Els drets d'emissió d'aquestes pel·lícules estan limitats per dos factors: territori i llengua d'emissió. Cal complir aquestes condicions, altrament no podríem oferir aquests films per TV3. Tot i així, seguim treballant per aconseguir els drets de la versió original castellana per tal que l'espectador pugui triar sempre i oferir així un millor servei.

LAURA BALADAS

Cap del Servei d'Atenció a l'Audiència de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals



La crisis acaba con 12.200 empleos y el cierre de 375 medios de comunicación

El número de puestos de trabajo en los medios de comunicación españoles destruidos desde que comenzó la crisis a mediados de 2008 hasta octubre de 2015 asciende a 12.200, un período en el que además se han cerrado 375 medios entre diarios, revistas, televisiones, digitales y agencias.

Unos datos que figuran en el *Informe Anual de la Profesión Periodística 2015* de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) y que resultan “demoledores”, según calificó su presidenta Victoria Prego, que, no obstante ha dicho que existe un “levísimo punto de esperanza” porque la “caída li-

bre” que sufren los periodistas y el ejercicio de la profesión “se ha aminorado”.

“Aunque el panorama es igual de incierto y amenazador, no sólo para la supervivencia física del periodista, sino también para el ejercicio independiente y libre de la profesión, parece que se detienen los datos y podemos permitirnos esperar que el escenario vaya perfilándose hacia un futuro más seguro, claro y nítido”, subrayó Prego. De esos 12.200 empleos destruidos desde el comienzo de la crisis.

**L'APUNT****Les Illes recuperen la normalitat**

Tere Rodríguez

A les Illes Balears és un bon dia. Recuperen hui les emissions dels canals de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals Canal Super3, Canal 33 i 3/24, una promesa electoral que el nou govern de coalició encapçalat per Francina Armengol ha complit en pocs mesos de gestió. La restitució d'aquests canals, que se sumen als generalistes d'IB3 i TV3 CAT, amplia l'eco-

sistema comunicatiu català a les Illes i les situa en una situació òptima per a la difusió de la llengua i la cultura. Al País Valencià, per contra, les promeses electorals de disposar d'una nova RTVV i de reciprocitat audiovisual amb els veïns lingüístics es troben pendents de resolucions judicials i legals que allarguen *sine die* l'angoixa de tot el sector.





XAVIER BERTRAL

Les Balears recuperen les emissions del 33, el Super3 i el 3/24

A partir d'aquesta nit de dimecres a dijous, el canal 33, el Super3 i el 3/24 es tornaran a veure a les Illes Balears. Els canals van desaparèixer a l'arxipèlag fa prop de nou mesos, quan es va reordenar l'espai radioelèctric. La recuperació es farà incorporant els canals catalans en l'únic múltiplex autonòmic de què disposen ara les Balears i que està ocupat per quatre canals: TV3.cat, Canal 4, IB3 i IB3 HD.

Per fer-ho possible, s'ha encomanat un multiplexor estadístic, que adequarà l'ample de banda que utilitza cada canal a les necessitats de cada moment. És una solució polèmica, ja que si un d'aquests canals està emetent canvis dinàmics d'imatge, per exemple, necessitarà més ample de banda en detriment d'un altre que emeti imatges estàtiques. Tot i això, el Govern Balear va assegurar ahir que "es garantirà la qualitat de les emissions" i va valorar positivament la "major pluralitat informativa". ■

**POLÍTICA****El canal 33 i el 3/24 tornen a emetre a les Illes Balears a partir d'avui**

Les Illes Balears recuperaran, a partir d'avui, els canals temàtics de Televisió de Catalunya, 3/24 i canal 33. Així ho va anunciar ahir el vicepresident del govern balear, Biel Barceló, durant la sessió plenària del Parlament. Segons Barceló, els dos canals tornaran a tenir senyal gràcies a l'adquisició del govern d'un múltiplex estadístic. El canal 33 i el 3/24 van deixar d'emetre a les Illes Balears el 31 de març del 2015 a conseqüència de la reordenació de l'espai radioelèctric que deixava les Illes amb només un múltiplex i per la negativa del govern balear, aleshores presidit pel popular José Ramón Bauzá, d'utilitzar el múltiplex insular per donar cabuda als canals temàtics de TVC. ■ REDACCIÓ

**AD-PURE**

La companyia tanca una ronda de 300.000 euros

■ Ad-Pure, l'empresa creada per Marc Lladó, Oriol Peña i Cristian Pi el 2014 per automatitzar campanyes de publicitat en línia, ha tancat una ronda de finançament de 301.000 euros, dels quals 201.000 euros s'han captat de 43 inversors a través de la plataforma The Crowd Angel i 100.000 més els aporten tres *family office* del grup Reus Tarragona Business Angels, amb la intermediació d'IR Capital. / Redacció



Mejora la recomendación de Atresmedia

Atresmedia reparte hoy un dividendo de 0,18 euros a cuenta de los resultados de 2015. Berenberg elevó ayer su recomendación desde vender hasta mantener pero bajó su precio objetivo hasta 11 euros, un 2,9% superior al cierre de ayer.